



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT



Osservatorio Internet of Things

Non manca (quasi) più nessuno: la Smart Home apre i battenti

Febbraio 2018

IN COLLABORAZIONE CON



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI ELETTRONICA,
INFORMAZIONE E BIOINGEGNERIA



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	31
I Rapporti	39
La Nota Metodologica	43
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

Nel corso del 2017 il mercato delle soluzioni Internet of Things per la *Smart Home* in Italia è cresciuto bene (+35% rispetto al 2016, raggiungendo quota 250 milioni di euro), anche se sono ancora numerose le barriere da superare: installazione dei prodotti, integrazione dell'offerta con servizi di valore e presenza di brand affermati sono i tre punti su cui occorre lavorare nei prossimi mesi.

Proliferano gli impieghi dell'Internet of Things per la *Smart Home*: videocamere di sorveglianza, termostati, caldaie e lavatrici risultano tra i principali protagonisti di questo 2017, un anno che ha visto l'ingresso nel mercato di grandi produttori con brand affermati, dotati spesso di una propria rete di vendita e una filiera di installatori consolidata, fattori importanti per aumentare la fiducia dei consumatori verso l'acquisto di prodotti smart. Allo stesso modo, si moltiplicano i punti di contatto tra il consumatore e la *Smart Home*: retailer (tradizionali e online), produttori, assicurazioni, utility e telco si muovono, con velocità diverse, verso la casa connessa.

Mancano invece ancora all'appello i grandi OTT (Over-The-Top) – Amazon, Google e Apple in primis – che a livello internazionale hanno ormai definito il proprio terreno di scontro: la battaglia degli *Smart Home* speaker (o assistenti vocali intelligenti) è infatti appena iniziata e gli OTT stanno giocando un ruolo di primo piano all'interno dell'arena competitiva, puntando – pur con differenze significative nella strategia adottata – a rendere sinergica la proposizione di valore in ambito *Smart Home* con il proprio core business, grazie alla forza dei loro brand e a una comunicazione spesso efficace.

Privacy, Cyber Security e i nuovi algoritmi di Intelligenza Artificiale si pongono tra gli aspetti cruciali a cui le aziende devono guardare con sempre maggiore attenzione per favorire lo sviluppo di soluzioni affidabili e attrattive sul mercato. Aspetti che ruotano intorno a un unico e imprescindibile elemento: la corretta gestione e valorizzazione dei dati, che sempre più saranno messi a disposizione dagli oggetti connessi presenti nelle nostre case.



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

Non manca (quasi) più nessuno: la Smart Home apre i battenti

La Ricerca

Febbraio 2018

Executive Summary

Il mercato della Smart Home

Nel corso del 2017 il mercato della Smart Home in Italia ha raggiunto i 250 milioni di euro, facendo registrare una buona crescita (+35% rispetto al 2016). Sicurezza, gestione del riscaldamento ed elettrodomestici connessi trainano il settore.

Nel 2017 il mercato delle soluzioni Internet of Things (IoT) per la *Smart Home* in Italia ha registrato un elevato tasso di crescita, arrivando a toccare quota 250 milioni di euro¹ (+35% rispetto al 2016). Tale incremento risulta allineato a quello dei principali Paesi occidentali: ottima notizia, anche se in termini assoluti l'Italia presenta numeri ancora inferiori rispetto agli altri mercati europei².

In uno scenario in cui proliferano gli impieghi dell'IoT per la casa connessa³ sono principalmente tre le tipologie di soluzioni che hanno lasciato il segno nel 2017. In primo luogo le applicazioni per la *Sicurezza*, che continuano – sulla scia di quanto già osservato nel 2016 – a trainare il mercato, con sensori per porte e finestre in grado di rilevare tentativi di infrazione, videocamere di sorveglianza, serrature e videocitofoni. Seguono in termini di incidenza sulle vendite le caldaie e i termostati connessi per la gestione del *Riscaldamento*, la cui crescita è dovuta principalmente a tre fattori: la possibilità di fare leva su brand affermati, molto spesso già presenti nelle case dei consumatori; la presenza di una community di installatori fidelizzata che può beneficiare dell'installazione di oggetti connessi (si pensi ad esempio ai servizi di manutenzione sulle caldaie); la capacità di comunicare efficacemente i benefici ottenibili, in termini di



Per i risultati completi della Ricerca si veda il report “*Smart Home: evolve l’offerta, si rafforzano i canali di vendita, cresce l’interesse verso la casa connessa*”.

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 e le soluzioni di entertainment. Si veda la Nota Metodologica.

² Mercato *Smart Home* pari a ca. 1,5 miliardi in Germania, 1,4 miliardi in UK, 600 milioni in Francia, 200 milioni in Spagna. Fonte: Statista, 2017.

³ Si veda il Box 1.

comfort e risparmio energetico. La terza tipologia di soluzioni che merita di essere monitorata con sempre maggiore attenzione riguarda la *Gestione elettrodomestici*, con le lavatrici – connesse, controllabili via App e dotate in alcuni casi di assistente vocale – che dominano le vendite del comparto. È però importante sottolineare come spesso siano le caratteristiche complessive del prodotto più che le funzionalità smart a trainare il mercato: ciò è dimostrato dal fatto che ad oggi solo il 15% degli utenti che posseggono un elettrodomestico connesso utilizza tali funzionalità, anche se questa percentuale è in costante crescita mese su mese.

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 tramite SMS o App);
- *Gestione elettrodomestici* (es. accensione / spegnimento da remoto, tramite App su smartphone, 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, 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);
- *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);
- *Salubrità della casa* (es. sensori per monitoraggio temperatura e/o umidità, centraline meteo che forniscono dati tramite WiFi).

La possibilità di avere la propria abitazione sotto controllo, la maggiore comodità nello svolgere attività ricorrenti e il risparmio energetico: sono questi i principali driver di adozione che spiegano la crescita del mercato.

Il mercato della *Smart Home* presenta ormai un'offerta variegata ed eterogenea, ma è possibile ricondurre le motivazioni di acquisto dei prodotti connessi a poche macro-categorie di bisogni. La grande diffusione delle soluzioni in ambito *Sicurezza* testimonia come per il consumatore sia fondamentale avere tutto sotto controllo, con la possibilità di gestire la propria abitazione a distanza. Sempre più spesso gli oggetti smart vengono acquistati per aumentare il livello di comfort e vivibilità nella propria abitazione (ad esempio un termostato attivabile da remoto consente di trovare una casa calda e accogliente al rientro). Cresce anche l'attenzione del consumatore verso il risparmio energetico, in particolare per quanto riguarda l'acquisto di prodotti come caldaie e termostati connessi.

Per dare un contributo in questa direzione, nel corso della Ricerca è stato sviluppato un modello con l'obiettivo di stimare i benefici legati all'introduzione di dispositivi smart per il *Riscaldamento*⁴. Partendo da informazioni strutturali relative all'abitazione considerata (ad esempio la classe energetica, il numero di stanze, l'area geografica) e da alcune indicazioni sulle abitudini dello specifico utente, è possibile calcolare il risparmio economico di un'abitazione smart rispetto a una tradizionale. Se ad esempio si considerano tre tipologie di nuclei familiari (single, giovani coppie, famiglie con bambini) residenti nel Nord Italia, si può osservare in tutti i casi un risparmio considerevole, compreso tra il 16% (giovani coppie) e il 28% (famiglie con bambini). Una adozione diffusa di soluzioni smart per il *Riscaldamento* nella sola area di Milano⁵ consentirebbe pertanto di ridurre le emissioni di anidride carbonica di oltre 54.000 tCO₂ all'anno, con impatti positivi sull'ambiente e con un risparmio annuo di ben 70 milioni di euro per i cittadini (pari a circa 100 euro/famiglia).

⁴ I dispositivi considerati sono: termostato programmabile, termostato con algoritmi di apprendimento, valvole termostatiche.

⁵ Ipotizzando di ricondurre la popolazione alle tre tipologie di utenti precedentemente indicate.

Nonostante il mercato in forte crescita, sono ancora numerose le barriere da superare. Installazione dei prodotti, integrazione dell'offerta con servizi di valore e presenza di brand affermati sono i tre punti su cui occorre lavorare nei prossimi mesi.

Il 2017 è stato un anno sicuramente positivo per la crescita del mercato. Tante però sono ancora le barriere sulle quali le aziende devono concentrare gli sforzi nel corso del 2018. Una su tutte: il processo di installazione degli oggetti smart. Se sulla carta la maggior parte delle soluzioni disponibili sul mercato (73% delle oltre 370 soluzioni censite) dovrebbe poter essere installato in autonomia dall'utente finale (DIY – Do It Yourself), alla prova dei fatti non è così e sono ancora troppi i casi in cui l'utente deve poi rivolgersi a un installatore specializzato, con conseguenti costi aggiuntivi.

L'altra “nota dolente” riguarda la carenza sul mercato di servizi che effettivamente consentano di creare valore per l'utente: oggi solo nel 27% dei casi è presente almeno un servizio all'interno della soluzione offerta, ma 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, non sufficienti da soli a soddisfare appieno i bisogni degli utenti.

Per ultimo, la scarsa forza e riconoscibilità di molti dei brand che oggi presidiano il mercato: a fine 2017 le startup continuano a giocare un ruolo importante nel panorama *Smart Home* (oltre la metà dei prodotti in vendita sono offerti da startup). Se infatti da un lato queste iniziative possono fungere da “tassello mancante” rispetto all'offerta tradizionalmente veicolata da grandi aziende⁶, dall'altro il mercato presenta soluzioni spesso non percepite come sufficientemente mature e affidabili dai consumatori. Nonostante ciò, il 2017 è stato un anno positivo dal punto di vista dell'ingresso sul mercato italiano di grandi aziende che si sono mosse in modo deciso con offerte dedicate alla gestione degli elettrodomestici o del

⁶ In alcuni casi si procede per partnership, come Alyt, startup che ha sviluppato una piattaforma per controllare più oggetti connessi, entrata a far parte della più ampia offerta Edison Smart Living. In altri si procede per acquisizione, come nel caso di Blink, che ha realizzato un campanello e una videocamera smart e che è stata recentemente acquisita da Amazon.

riscaldamento (ad esempio caldaie, termostati). Si tratta sicuramente di una buona notizia, anche se mancano ancora grandi nomi all'appello, in primis gli OTT (Over-The-Top), che stanno assumendo un ruolo da protagonisti nei principali Paesi esteri.

A livello internazionale la battaglia per la conquista del mercato Smart Home si sta giocando sugli home speaker. Amazon, Google e – con qualche ritardo – Apple: i grandi OTT (Over-The-Top) hanno un ruolo di primo piano nell'arena competitiva, puntando a rendere sinergica la proposizione di valore in ambito Smart Home con il proprio core business.

Tra i principali trend che si stanno affermando con forza negli ultimi mesi a livello internazionale vi è senza dubbio la crescente diffusione dei cosiddetti *Smart Home* speaker, o assistenti vocali intelligenti, disponibili al momento solo in alcuni mercati. Si tratta di veri e propri hub (concentratori) – dotati di altoparlanti, microfoni, display e un processore in grado di renderli smart – che nascono per ridurre la complessità di connessione e gestione di una pluralità di oggetti intelligenti eterogenei presenti in casa. In Italia stiamo ancora aspettando il loro arrivo, ma ci sono grandi attese verso questi nuovi dispositivi e i grandi OTT (Over-The-Top) non stanno certo perdendo tempo. Se guardiamo a quanto sta avvenendo nel mercato statunitense, Amazon Echo e Google Home⁷ dominano la scena: secondo una recente indagine⁸ sono infatti quasi 35 milioni gli speaker finora venduti negli Stati Uniti dai due player, con quote pari rispettivamente al 55% (Amazon Echo) e 45% (Google Home).

Al di là dei numeri del mercato, è interessante notare come la strategia degli OTT presenti tuttavia differenze significative, coerentemente con le peculiarità del core business di ciascuno. Amazon e Google preferiscono guadagnare più quote di mercato, diffondendo il maggior

⁷ I device lanciati negli scorsi mesi sul mercato da Google e Amazon che si appoggiano, rispettivamente, sugli assistenti vocali Alexa e Google Assistant.

⁸ Fonte: Morning Consult, 2017.

⁹ HomePod si appoggia sull'assistente vocale Siri. Il dispositivo è stato lanciato il 9 febbraio 2018 negli Stati Uniti, in Gran Bretagna e Australia.

numero possibile di unità anche a costo di affrontare una iniziale perdita sull'hardware, con l'obiettivo di recuperare fatturato tramite l'utilizzo nel tempo degli home speaker. In che modo? Per Amazon è importante che la *Smart Home* sia sinergica con l'eCommerce: l'obiettivo è quello di mantenere un'interazione molto elevata con l'utente, assistendolo nelle attività quotidiane più ricorrenti e ottenendo maggiori ricavi dagli acquisti fatti sul proprio sito online. Per Google, invece, la proposizione di valore ruota attorno a servizi che semplifichino la vita (così come fatto con Gmail nell'Internet "tradizionale") e consentano al contempo la raccolta di dati utili per profilare gli utenti. La strategia di Apple, che ha recentemente lanciato il suo speaker HomePod⁹, sarà invece quella di puntare come di consueto su hardware di qualità, user experience e fattore "coolness", con prezzi medi più elevati, mantenendo un controllo molto forte sui prodotti commercializzati. In generale, l'ingresso dei grandi player anche sul mercato italiano potrà essere un fattore importante per aumentare la fiducia dei consumatori nella *Smart Home*, grazie alla forza dei loro brand e a una comunicazione spesso efficace.

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 vengono confermati alcuni segnali di parziale convergenza.

L'ambito della *Smart Home* continua a essere caratterizzato da una forte eterogeneità in termini di protocolli di comunicazione e questo rende difficile la convergenza verso un'unica soluzione. Tuttavia negli ultimi anni sono stati compiuti alcuni (timidi) passi in avanti

verso questa direzione. Da un lato troviamo i protocolli ereditati dalla domotica, principalmente cablati (ad esempio BACnet, LonWorks, KNX, X10, Universal Powerline Bus), in cui si osserva un uso preponderante di KNX nelle installazioni professionali, in primis relativo a progetti di *Smart Building*, quantomeno nel contesto europeo. Dall'altro evolve la categoria dei protocolli radio IoT a corto raggio (ad esempio ZigBee, ZWave, EnOcean, Thread) che, pur mantenendo un elevato livello di eterogeneità, fanno ben sperare per il futuro: un sottoinsieme di questi (ad esempio ZigBee e Thread) ha compiuto notevoli passi in avanti in termini di supporto alla comunicazione IP-based (caratterizzante il mondo Internet classico). Parallelamente, le evoluzioni in ottica IoT dei protocolli general-purpose (come ad esempio WiFi HaLow, Bluetooth Low Energy 5.0) proseguono nel loro sviluppo incrementale, mentre il WiFi tradizionale continua a giocare un ruolo di primo piano per tutte quelle applicazioni per la *Smart Home* che non necessitano di autonomia dal punto di vista energetico o che richiedono ampie porzioni di banda di comunicazione (ad esempio per audio-video).

Alla pluralità di soluzioni a corto raggio si stanno aggiungendo i protocolli a lungo raggio Low Power Wide Area (LPWA)¹⁰, come ad esempio LoRaWAN, NB-IoT o SigFox, che se da un lato risultano efficaci per oggetti domestici che richiedono bassi consumi e banda di comunicazione limitata, dall'altro si candidano tra le soluzioni ideali per supportare applicazioni che richiedono una connettività indipendente dalla presenza di un accesso Internet dedicato (ad esempio ADSL).

Si sta consolidando il trend relativo all'integrazione degli Smart Home speaker con gli altri oggetti connessi presenti in casa, con importanti ricadute in termini di interoperabilità e facilità di gestione della propria abitazione.

¹⁰ 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.

La diffusione degli assistenti vocali integrati all'interno di altoparlanti intelligenti, che ha preso il via nel 2014 con Amazon Echo (dotato dell'assistente vocale Alexa), sta subendo una accelerazione significativa, favorita dall'ingresso a fine 2016 di Google Home (supportato da Google Assistant) e dai recenti annunci di altri grandi player (ad esempio Apple e Samsung). Come già evidenziato, tutto ciò sta portando dinamismo nel mercato, con la creazione di una nuova categoria di prodotti nel panorama della *Smart Home*.

Analizzando questo fenomeno da un punto di vista più tecnico, si osserva che alle funzionalità inizialmente sviluppate, prevalentemente di tipo informativo (riguardanti ad esempio la programmazione dei film o le previsioni meteo) e legate all'accesso a vari servizi web-based (ad esempio la possibilità di ordinare un prodotto online o di chiamare un taxi), è stata aggiunta la gestione di dispositivi smart presenti in casa sfruttando l'integrazione a livello di servizi cloud utilizzabili da tali oggetti. Questo approccio permette di ottenere un duplice risultato: da un lato consente di supplire alla mancanza di un'ampia offerta di soluzioni nativamente interoperabili che caratterizza il mercato attuale della *Smart Home*; dall'altro – grazie agli assistenti vocali – l'utente può controllare i dispositivi compatibili utilizzando solamente la propria voce¹¹, ottenendo un'esperienza più olistica e integrata rispetto all'uso di App dedicate ad ogni singolo device o produttore. Tale approccio presenta tuttavia delle limitazioni, come ad esempio il ristretto set di funzionalità dei dispositivi a cui è possibile accedere (rispetto all'utilizzo di un'App dedicata), o l'eccessiva dipendenza dalla stabilità della connessione Internet.

Ad oggi l'assistente vocale Amazon Alexa risulta compatibile con più di 4.000 dispositivi, appartenenti ad oltre 1.200 brand diversi, mentre il più recente Google Assistant conta su più di 1.500 dispositivi di 225 brand. La massiva adozione di Alexa è dovuta principalmente a

¹¹ Alcune delle soluzioni richiedono l'impiego di una sintassi particolare per riuscire a interpretare correttamente la richiesta dell'utente (ad esempio: "Alexa, tell the TV to switch on").

una nutrita community di sviluppatori terzi, che vengono incentivati tramite diverse leve (ad esempio attraverso il programma “Alexa Developer Rewards” o fornendo accesso gratuito ai servizi cloud AWS) in modo da far crescere l’ecosistema di prodotti compatibili. Google invece, oltre ad un programma simile dedicato agli sviluppatori (“Google Assistant Developer Community Program”), basa la sua strategia su una serie di accordi stretti direttamente con i produttori di dispositivi smart (non focalizzati solo sulla casa)¹², in modo di garantire la compatibilità nativa con Google Assistant.

¹² In occasione della fiera CES 2018, Google ha annunciato partnership con 13 produttori di Smart Home speaker, 40 case automobilistiche e 7 produttori di smart TV.

¹³ Per un maggior approfondimento di veda il Report dell’Osservatorio Artificial Intelligence: “Artificial Intelligence: prospettive dalla ricerca al mercato”.

Intelligenza Artificiale, il “cervello” della Smart Home¹³

L’Intelligenza Artificiale (AI) può consentire di superare molte delle barriere all’adozione che frenano la diffusione dell’IoT nelle nostre case. In primis può essere usata per semplificare la gestione dei dispositivi connessi, tradizionalmente complessa soprattutto al crescere del numero di oggetti smart.

L’interfaccia con cui l’utente gestisce la propria *Smart Home* sta evolvendo in maniera sempre più rapida: già oggi è possibile gestire la propria casa da remoto non più solamente tramite display touch, smartphone e App, ma utilizzando la voce. Abbiamo avuto modo di discutere nelle sezioni precedenti come uno dei principali campi di battaglia tra i grandi player attivi a livello internazionale sia proprio sugli *Smart Home* speaker, che consentono all’utente di autenticarsi e dare istruzioni in modo semplice e naturale, senza dover digitare una password o un Pin, bensì pronunciando delle parole chiave preimpostate con il proprio timbro vocale. Guardando al futuro, si passerà dall’ormai consolidato riconoscimento vocale al più evoluto “context aware”, che consente di prevedere, personalizzare e configurare

scenari coerentemente con le proprie preferenze personali, indirizzando al meglio ogni necessità (implicita o esplicita) e assecondando gusti e abitudini individuali. In questo filone rientrano ad esempio le applicazioni associate a videocamere che, tramite il riconoscimento facciale eseguito attraverso il processamento delle immagini, identificano le persone nell'abitazione, distinguendo tra i proprietari di casa e gli estranei. In quest'ultimo caso segnalano automaticamente l'effrazione, reagendo secondo regole predefinite.

L'Intelligenza Artificiale può consentire anche di migliorare la gestione di dispositivi e servizi offerti da aziende diverse, fornendo all'utente un'esperienza d'uso sempre più integrata.

Negli scorsi anni abbiamo assistito alla nascita di diverse startup focalizzate sullo sviluppo di piattaforme / hub in grado di permettere l'integrazione multi-protocollo tra dispositivi eterogenei, per gestire scenari complessi. Quelle soluzioni – e in generale la strada “cloud” per l'interoperabilità domestica – sono ancora valide, ma potranno essere potenziate ancor di più dai nuovi algoritmi di Intelligenza Artificiale, in grado di rendere la *Smart Home* sempre più integrata. Potrebbe verificarsi quello che già avviene tra le diverse applicazioni di un PC (ad esempio un agente AI, basandosi sul contenuto delle email e sugli interessi dell'utente, fa apparire automaticamente un appuntamento in agenda) anche per i dispositivi presenti in casa (ad esempio un hub che, a partire dalle abitudini e dai gusti del consumatore, decide il momento in cui sia più opportuno attivare la lavatrice pre-caricata dall'utente o accendere l'impianto di riscaldamento).

L'Intelligenza Artificiale si candida come la nuova “governante” della nostra casa, in grado di fornire un aiuto concreto e personalizzato per aiutarci a vivere meglio.

L'Internet of Things sta entrando nelle nostre case, ma per spalancare la porta all'innovazione è importante lavorare di più sull'offerta: troppo spesso ancora oggi si tende a limitare l'ambito di azione della casa intelligente all'automazione di semplici funzionalità già esistenti o alla gestione remota di dispositivi domestici, senza esplorare scenari più avanzati. Ma il futuro, anche quello più prossimo, promette grandi evoluzioni tra le mura domestiche abilitate da tecnologie altamente innovative. Tra queste, l'Intelligenza Artificiale si candida a fornire nuove logiche per la gestione della casa, abilitando servizi di valore per l'utente: dalla gestione dell'energia al supporto nel realizzare gli acquisti, dalla vigilanza dell'abitazione – anche solo durante brevi periodi di assenza – all'individuazione della necessità di pulizie in occasioni speciali. L'utilizzo del machine learning e delle altre tecniche di apprendimento e ottimizzazione alla base dell'Intelligenza Artificiale acquisterà 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. Tutto ciò è estremamente affascinante, ma apre ovviamente importanti temi da affrontare in termini di Cyber Security e Privacy.

L'evoluzione dei canali di vendita

In Italia la filiera “tradizionale” mantiene un ruolo di leadership all'interno del mercato Smart Home, anche se una quota sempre più consistente (30%) è imputabile a canali di vendita alternativi: retailer online e offline, assicurazioni, telco e utility rendono la Smart Home accessibile a un pubblico sempre più vasto.

La filiera “tradizionale” – composta da produttori¹⁴, architetti, costruttori edili, distributori di materiale elettrico e installatori – svolge ancora un ruolo primario all'interno del

¹⁴ Si fa riferimento ad esempio ai produttori di domotica e componenti elettrici, di sistemi di videosorveglianza, di caldaie, di cappe da cucina.

¹⁵ Il termine eRetailer indica merchant che vendono esclusivamente online (ad esempio Amazon, ePrice).

mercato *Smart Home*, veicolando prodotti e servizi per circa 175 milioni di euro (70% del mercato, +15% rispetto al 2016). Al suo fianco si rafforza però il ruolo degli altri canali di vendita, che raggiungono complessivamente una quota pari al 30% del mercato, in forte crescita rispetto al 2016 (+125%). Il merito di questa crescita è imputabile in primis agli eRetailer¹⁵ (+150%), che contribuiscono per il 13% del mercato (circa 32 milioni di euro). Anche i retailer multicanale crescono bene (+65%, 9% del mercato), seppure i valori registrati siano il risultato di fenomeni antitetici: da un lato vi è un significativo aumento delle vendite di grandi elettrodomestici connessi, lavatrici in primis, ma dall'altro vi sono preoccupanti segnali di contrazione per i prodotti sugli “scaffali *Smart Home*” (-30% rispetto al 2016). Più limitate per il momento le vendite di assicurazioni, telco e utility, che contribuiscono complessivamente – con un peso simile – per l'8% del mercato.

Scarsa fiducia dell'utente verso brand poco noti e difficoltà nello svolgere autonomamente l'installazione fanno sì che la filiera tradizionale mantenga la sua posizione di predominio nel mercato della Smart Home. Permangono però le “solite” barriere: installatori, distributori, architetti e costruttori edili sono ancora poco coinvolti, anche se nel 2017 si sono osservati i primi casi di successo.

La filiera “tradizionale” è riuscita a mantenere nel 2017 una quota consistente del mercato *Smart Home* grazie principalmente a due fattori. In primo luogo la forza del brand dei produttori tradizionali, già presenti in molte case dei consumatori italiani e in grado di trasmettere fiducia verso i nuovi oggetti smart. Questo è un fattore decisamente importante se si considera che negli altri canali sono spesso veicolati prodotti sviluppati da piccole aziende e startup, caratterizzati da brand meno noti al grande pubblico. In secondo luogo il servizio di installazione, fondamentale in un mercato come quello italiano in cui l'utente medio troppo

spesso si trova ad acquistare oggetti connessi senza poterli utilizzare perché non in grado di installarli, anche quando sono proposti come autoinstallanti (DIY – Do It Yourself).

Gli attuali numeri del mercato non devono però far sedere sugli allori gli attori della filiera tradizionale, soprattutto se si considera che stiamo parlando di un mercato ancora in fase embrionale, tutto da conquistare. Per preservare un ruolo di primo piano in un contesto così dinamico, che vede il proliferare di nuovi attori dell'offerta (OTT in primis) e di canali di vendita alternativi, è essenziale saper innovare, sfruttando al meglio l'asset distintivo della community di installatori. Se alcuni produttori hanno già saputo creare una filiera – di installatori in primis – fidelizzata e in grado di veicolare in maniera efficace i nuovi prodotti smart nelle case dei consumatori, molti altri devono ancora lavorare profondamente sull'efficacia commerciale della propria rete. Dalla nostra indagine emerge infatti come, seppur con alcune eccezioni, gli installatori, i rivenditori, gli architetti e i costruttori edili¹⁶ abbiano ancora una conoscenza limitata di prodotti e servizi smart e abbiano realizzato finora pochi progetti. Inoltre i produttori dovranno mettersi sempre più in gioco in prima persona ed essere in grado di attribuire i giusti ruoli ai diversi attori coinvolti, facendosi carico di significative attività di comunicazione per rafforzare il loro legame diretto con il consumatore finale. Poter contare su un brand forte, spesso associato a prodotti di qualità elevata in ambito domestico e a un servizio di installazione affidabile, può fare la differenza nel supportare le vendite di nuovi prodotti wireless per la *Smart Home*.

¹⁶ Fonte: Focus Group realizzati in collaborazione con TechnoConsumer, Nov. 2017. Si veda la Nota Metodologica.

La crescita dei retailer online e offline è stata molto buona nel 2017, ma per cogliere appieno le opportunità offerte da questi canali bisogna fare ulteriori passi in avanti: formazione degli addetti alla vendita, comunicazione dei benefici ottenibili e aumento del livello di fiducia dei consumatori verso le soluzioni Smart Home sono i principali punti su cui lavorare.

Se nel corso del 2016 retailer multicanale ed eRetailer avevano avuto il grande pregio di portare la *Smart Home* alla portata di un pubblico sempre più ampio, svolgendo un'importante funzione in termini di showroom, il 2017 è stato l'anno in cui si sono avuti i primi importanti riscontri lato vendite, come dimostrano i numeri del mercato. È però importante fare un distinguo tra i risultati ottenuti dai retailer multicanale e dagli eRetailer.

Per quanto riguarda i retailer multicanale va ribadito che i dati complessivamente positivi nascondono in realtà una situazione a due velocità: la forte crescita delle vendite di elettrodomestici connessi, lavatrici in primis, bilancia infatti positivamente la contrazione fatta registrare dagli altri prodotti per la *Smart Home*. Nonostante già nel corso del 2016 siano nate aree dedicate alla *Smart Home* nei negozi di elettronica¹⁷ e del fai-da-te¹⁸, non si è ancora assistito a un concreto riscontro da parte del consumatore. I risultati inferiori alle aspettative hanno fatto fare qualche passo indietro ai retailer, con lo spostamento degli scaffali *Smart Home* in aree meno “visibili” dei negozi, portando a volumi di vendita addirittura in contrazione rispetto al 2016 (-30%). Tutto ciò è dovuto alla permanenza di diverse barriere da superare. La comunicazione da parte dei produttori (che in molti casi sono startup, con brand poco affermati che non trasmettono fiducia ai potenziali utenti) è spesso limitata e poco incisiva, e i volantini promozionali dei retailer non bastano da soli per descrivere le caratteristiche innovative e i benefici degli oggetti smart. Nonostante si tratti di prodotti teoricamente autoinstallanti, il processo di installazione non è in molti casi semplice: dal momento che i retailer non offrono un servizio di installazione, l'utente rischia di doversi rivolgere autonomamente a un tecnico specializzato, con conseguenti difficoltà e costi aggiuntivi. Inoltre il personale nei negozi continua a non essere adeguatamente formato, facendo mancare un supporto efficace nella fase di acquisto: gli attuali acquirenti sono tipicamente persone che si sono già informate online in autonomia ed entrano in negozio solo per completare l'acquisto, senza la necessità di richiedere ulteriori informazioni.

¹⁷ Ad esempio Media World ed Euronics.

¹⁸ Ad esempio Leroy Merlin.

Molto diversa l'esperienza vissuta dagli eRetailer¹⁹ 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, tali utenti sono più propensi a svolgere in autonomia il processo di installazione, potendo contare spesso anche su video online a supporto. Per raggiungere anche il target di utenti meno avvezzi a svolgere queste operazioni, gli eRetailer stanno pensando di attivare servizi di installazione dedicati ai prodotti smart per la casa. Anche questo canale si scontra però con i problemi legati alla ridotta notorietà dei brand di molti produttori (per lo più startup): ci aspettiamo che l'ingresso dei grandi player internazionali anche nel mercato italiano – Amazon, Google e Apple su tutti – porterà grande dinamismo in tutto il comparto.

¹⁹ Ad esempio Amazon ed ePrice.

Utility e telco hanno fatto il loro ingresso con forza nel mercato Smart Home nel 2017. Il loro ruolo potrà essere molto rilevante in prospettiva, grazie ad alcuni asset distintivi: reti di vendita e installazione capillari, forza commerciale del brand e possibilità di dilazionare il costo dei dispositivi direttamente in bolletta.

Anche se le vendite sono ancora molto limitate (circa 10 milioni di euro nel 2017, 4% del mercato), utility e telco sono due canali molto promettenti all'interno del mercato *Smart Home* e meritano di essere monitorati con attenzione nei prossimi anni. Ad oggi sono ben dodici le utility che hanno lanciato soluzioni *Smart Home*, con offerte che spaziano dalla rivendita di device di produttori terzi (ad esempio termostati, come nel caso dell'offerta di Engie Casa associata al termostato Nest) a soluzioni smart legate al core business aziendale, come il monitoraggio dei consumi energetici (ad esempio Smart Luce di Iren Mercato), fino

a soluzioni *Smart Home* a 360°, in cui si integrano anche prodotti per l'antintrusione e la videosorveglianza, facendo leva sull'interesse dimostrato dai consumatori per la *Sicurezza* (ad esempio e-Goodlife di Enel e Smart Living di Edison).

Per quanto riguarda le telco, i player attivi in Italia si stanno muovono secondo tre direzioni principali. In primis – sulla scia di quanto lanciato negli ultimissimi mesi del 2016 – propongono SIM dati con piani tariffari ad hoc per applicazioni *Smart Home*, da inserire ad esempio all'interno di antifurti, caldaie e termostati (ad esempio TIM, Vodafone). In alcuni casi si focalizzano sulla rivendita di prodotti connessi sviluppati da terze parti, come ad esempio videocamere, prese elettriche e termostati, a cui può essere associato un abbonamento per la connettività (ad esempio Fastweb, TIM e Wind Tre). La grande novità del 2017 è però rappresentata dal lancio di nuove soluzioni che prevedono l'acquisto integrato di device e SIM con un piano tariffario flessibile, attivabile solo nel momento di utilizzo dell'oggetto (ad esempio Vodafone, ma anche le altre telco sono al lavoro per lanciare soluzioni di questo tipo). Diventa così possibile, ad esempio, attivare una videocamera con invio di notifiche push in caso di movimenti sospetti solo quando si va in vacanza, pagando l'abbonamento solo nel mese di utilizzo. A nostro avviso si tratta di un cambiamento di offerta importante nell'ottica di rendere più economica e flessibile la gestione di una pluralità di dispositivi.

Uno dei principali vantaggi competitivi di utility e telco è la possibilità di associare il pagamento di prodotti e servizi alla bolletta elettrica e/o al conto telefonico già in essere con i propri clienti. Ciò facilita modalità di pagamento dilazionate nel tempo, riducendo il costo percepito dagli utenti. La presenza di reti di vendita capillari e di servizi di call center già noti ai clienti rappresentano ulteriori punti di forza di questi attori, sia in termini di

numerosità delle occasioni di vendita, sia nel garantire un supporto all'utente per l'installazione e la gestione dei dispositivi.

Crediamo pertanto che il 2018 sarà un anno importante per entrambi questi canali. Per le utility la principale novità sarà data dalla possibilità di fare leva sulla crescente presenza di contatori elettrici (smart meter) di seconda generazione, la cui installazione è iniziata a gennaio 2017²⁰. Essi permetteranno di raccogliere dati sui consumi energetici in tempo quasi reale (ogni 15 minuti), utili per abilitare nuovi servizi per la casa smart, rafforzando ulteriormente il ruolo delle utility in questo settore. Per quanto riguarda le telco la strada è tracciata: fiducia nel brand, forza commerciale e possibilità per l'utente di appoggiarsi alla rete cellulare, complementare e in alcuni casi più affidabile rispetto a quella WiFi, sono i punti di forza che permetteranno a questo canale di crescere.

²⁰ AEEGSI, Delibera 646/2016/R/eel e Delibera 222/2017/R/eel.

Un canale che si conferma ancora poco dinamico è quello assicurativo, anche se nel 2017 sono entrati nel mercato grandi player. Le polizze smart non si limitano tuttavia alla casa: small office, wellness, salute, animali domestici e viaggi gli ambiti su cui si punta nei prossimi mesi.

La grande novità del 2017 è l'ingresso nel mercato *Smart Home* di due colossi assicurativi come UnipolSai e Generali, che insieme pesano il 37,5% del mercato assicurativo domestico – ramo danni²¹. Complessivamente salgono così a nove le compagnie assicurative che propongono polizze casa che sfruttano la presenza di oggetti connessi (erano sei nel 2016), coprendo una quota del 50% del mercato assicurativo domestico – ramo danni (tale valore era pari a solo l'11% nel 2016).

²¹ Fonte: Dossier assicurazioni 2017 (Generali). L'evoluzione del mercato italiano.

Nonostante ciò, il 2017 è stato un anno ancora interlocutorio dal punto di vista delle vendite (+10% rispetto al 2016, 4% del mercato) e della definizione dell'offerta. Si osservano alcune iniziative interessanti, in cui si aggiungono ai tradizionali kit (costituiti da centraline e sensori autoinstallanti per la rilevazione di allagamenti, incendi e cortocircuiti) anche funzionalità legate alla *Sicurezza* e “help button” in grado di permettere all'utente di segnalare possibili situazioni di emergenza (ad esempio un pericolo o il malessere di una persona in casa). Tuttavia occorre investire maggiormente nella comunicazione verso il cliente, mettendo in luce i benefici dei servizi offerti, e sul supporto all'installazione. Questo può essere fatto cercando di illustrare in modo semplice il processo di installazione delle soluzioni, così da poter essere svolto in autonomia dagli utenti finali, oppure offrendo servizi di installazione professionali per coloro che non intendono svolgere questa attività autonomamente. Infine, si inizia a lavorare anche sull'evoluzione del modello di business: non si vuole più puntare esclusivamente alla vendita di soluzioni integrate composte da hardware, polizza e servizio, ma – sulla scia di quanto sta già avvenendo da alcuni anni all'estero²² – si vogliono promuovere servizi e polizze personalizzate scontate a coloro che già posseggono oggetti *Smart Home*. Questo cambio di rotta consentirà di poter fare leva anche su prodotti venduti attraverso altri canali di vendita, sfruttando la crescente diffusione di oggetti smart nelle case.

²² Ad esempio American Family Insurance e State Farm garantiscono uno sconto a chi possiede il termostato Nest.

Le polizze assicurative smart non si limitano solo alla casa. Sempre più spesso si osservano, anche in Italia, nuove soluzioni che sfruttano l'IoT²³ per innovare l'offerta rivolta a uffici e piccoli esercizi commerciali (ad esempio bar, ristoranti) per la rilevazione di allagamenti, incendi o intrusioni, a cui viene associato un servizio di assistenza 24 ore su 24. Sul fronte dei servizi alla persona si lavora alla definizione di offerte in ambito salute che facciano leva sull'incentivare comportamenti virtuosi (ad esempio offrendo sconti sulla polizza salute se si pratica attività fisica, misurata tramite l'utilizzo di dispositivi wearable) o sul monitorare

²³ Costituite da una centralina e da sensori autoinstallanti.

costantemente i propri parametri vitali (ad esempio con sconti sulla polizza salute associati all'acquisto di strumenti medici connessi). Ci sono poi ulteriori innovazioni in ambito viaggi (ad esempio l'offerta di polizze viaggi scontate associata a dispositivi per la localizzazione dei bagagli e a servizi di recupero in caso di mancata consegna) e per la cura degli animali (ad esempio polizze scontate associate a sensori per la localizzazione dell'animale che prevedono assistenza e rimborsi per il recupero nel caso di smarrimento). Il processo di innovazione sta quindi procedendo a una velocità ridotta, ma è caratterizzato da elevata pervasività, arrivando a toccare a 360° i principali servizi assicurativi.

La prospettiva del consumatore

Gli oggetti connessi iniziano a diffondersi nelle case dei consumatori italiani: il 38% ne possiede almeno uno e in 1 caso su 3 l'acquisto è avvenuto nel corso del 2017.

I numeri (positivi) del mercato trovano riscontro nel comportamento dei consumatori italiani: il 38% dei rispondenti all'indagine condotta nel corso della Ricerca²⁴ dispone di almeno un oggetto smart in casa. Tra questi ben il 32% ha effettuato uno o più acquisti nel corso degli ultimi 12 mesi, con *Sicurezza* e *Riscaldamento* che si confermano rispettivamente al primo e secondo posto tra le preferenze dei consumatori. La comunicazione del valore e dei benefici abilitati dalle soluzioni smart rappresenta uno degli elementi fondamentali per lo sviluppo di questo mercato: chi oggi non dispone di oggetti connessi in casa afferma di non averci in realtà mai pensato (26% dei rispondenti) o di non comprenderne appieno i benefici (17% dei rispondenti), a conferma di una comunicazione ancora troppo poco incisiva da parte dell'offerta. I media tradizionali sono quelli che al momento hanno

²⁴ Fonte: survey telefonica realizzata in collaborazione con Doxa, Dic. 2017. Si veda la Nota Metodologica.

dato il maggior contributo per far conoscere la *Smart Home* a un pubblico vasto: il 58% dei rispondenti ne ha infatti sentito parlare in pubblicità su radio, TV e giornali, mentre il 32% tramite Internet.

L'installazione da parte di un professionista è un elemento imprescindibile a cui i consumatori non vogliono rinunciare, anche se tale necessità varia a seconda della tipologia di oggetto acquistato.

“Ho richiesto fin da subito l'aiuto di un professionista per l'installazione”: è quanto dichiarato dal 74% dei rispondenti alla survey che posseggono oggetti smart. I consumatori italiani considerano quindi ancora chiave la presenza di un servizio di installazione (ad esempio da parte di un elettricista o un idraulico) per poter procedere all'acquisto di soluzioni *Smart Home*, anche se emergono alcune differenze a seconda della tipologia di soluzione acquistata: caldaie (83%), sensori per porte e finestre (83%), videocitofoni e serrature (82%) e dispositivi che monitorano fumi, allagamenti e incendi (75%) sono gli oggetti per i quali l'utente si rivolge più frequentemente a un installatore professionista. Ben diverso è il discorso se si guarda a lampadine (9%), piccoli elettrodomestici (22%), prese elettriche (35%) e oggetti per l'assistenza agli anziani (39%), che presentano minori difficoltà di installazione per il consumatore.

Privacy e sicurezza dei dati sono temi sempre più rilevanti per i consumatori: occorre lavorare sull'integrazione di servizi di valore per superare le reticenze alla condivisione dei dati (Privacy) e sul risolvere eventuali falle o vulnerabilità prima del lancio della soluzione sul mercato (Cyber Security).

Aumenta la diffusione di oggetti smart nelle case dei consumatori italiani e l'ingresso sul mercato di utility, telco, retailer ed eRetailer rende accessibili le soluzioni per la casa connessa a un pubblico sempre più ampio. Parallelamente alla conoscenza, però, si sviluppa – e cresce nel tempo – una maggiore sensibilità nei confronti delle tematiche di Privacy e sicurezza dei dati. Se fino a tre anni fa solo il 27% dei consumatori²⁵ era restio a condividere i propri dati personali (soprattutto a causa del rischio che le finalità di utilizzo fossero differenti da quelle dichiarate), negli ultimi anni tale percentuale è aumentata in modo considerevole, raggiungendo il 44%²⁶ un anno fa e il 51% a fine 2017. Tra i fattori alla base di questa crescita si riflette – oltre alle preoccupazioni legate alla Privacy – anche una scarsa fiducia in termini di Cyber Security: il 72% dei rispondenti dichiara infatti di essere preoccupato per i rischi di accesso / controllo degli oggetti connessi da parte di malintenzionati.

²⁵ Fonte: survey online realizzata in collaborazione con Doxa, Dic. 2014.

²⁶ Fonte: survey online realizzata in collaborazione con Doxa, Gen. 2017.

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 è chiaramente percepito dai clienti (come ad esempio il pronto intervento di un'azienda di vigilanza in caso di tentativo di furto, oppure il supporto concreto a ridurre i propri consumi energetici) è in molti casi una leva importante per superare la reticenza degli utenti. Per quanto riguarda la Cyber Security, non si tratta di un tema legato solo ai dati raccolti, che potrebbero essere intercettati o manomessi da terze parti, ma anche della sicurezza “fisica”, ovvero alla possibilità che malintenzionati possano riuscire a impartire comandi agli oggetti da remoto (ad esempio l'apertura della porta di casa o la disattivazione del sistema di allarme). È importante quindi per le aziende anticipare già in fase di progettazione le problematiche relative alla sicurezza, per poi lanciare sul mercato prodotti smart con un minor rischio di vulnerabilità rispetto a eventuali attacchi esterni.

La gestione della Privacy nell'era della Smart Home

A cura di Andrea Reghelin, Senior Advisor dell'Osservatorio Internet of Things

Il 25 maggio 2018 sarà una data importante per le aziende operanti in ambito Smart Home (e non solo). A partire da questa data, infatti, dovranno dimostrare di essersi conformate al nuovo Regolamento europeo UE 2016/679 (GDPR), che prevede l'adozione di misure specifiche per tutelare la privacy dei consumatori.

Il Regolamento europeo UE 679/2016 in materia di protezione dei dati personali (GDPR – General Data Protection Regulation), entrato in vigore il 24 maggio 2016 ma pienamente applicabile a partire dal 25 maggio 2018, è la normativa di riferimento a cui tutte le organizzazioni dovranno necessariamente adeguarsi e che ha un impatto rilevante anche nel vasto panorama dell'Internet of Things e della *Smart Home*. Per poter comprendere la portata dei cambiamenti introdotti dalla normativa è necessario sottolineare il cambio di filosofia, con il passaggio a un approccio di “responsabilizzazione” del Titolare²⁷ (la cosiddetta accountability). Il GDPR, infatti, prevede che il Titolare, già dalle fasi preliminari del trattamento, assuma un ruolo proattivo nella scelta e nell'adozione delle misure tecniche e organizzative, e in generale nella definizione delle modalità di adeguamento; al contempo, egli deve essere sempre in grado di dimostrare la *ratio* alla base delle scelte effettuate e la propria compliance al Regolamento europeo.

²⁷ Si definisce Titolare il soggetto che ha la responsabilità del trattamento.

Nell'era della casa connessa i dati generati dagli oggetti smart sono un elemento chiave: se da un lato abilitano nuove fonti di ricavo per le aziende e contribuiscono a fornire servizi di valore per i consumatori, dall'altro obbligano l'impresa Titolare del trattamento a seguire delle procedure per garantire i diritti delle persone interessate.

Grazie alla crescente diffusione di soluzioni *Smart Home*, le imprese hanno sempre più accesso a flussi di dati in grado di ridurre la distanza fra mondo fisico e mondo digitale. Le molteplici fonti da cui raccogliarli, elaborarli e archivarli e le diverse strade percorribili per una loro valorizzazione giustificano la grande attenzione posta sul tema²⁸. Videocamere, termostati, bambole, lavatrici connesse sono tutti dispositivi presenti in casa in grado di interagire con le persone e con l'ambiente circostante, registrare suoni, girare video e collegarsi a Internet. Questi oggetti sono quindi in grado di raccogliere, elaborare e comunicare dati e informazioni di diverso genere – dalla voce alle password, fino ai gusti, alle preferenze e alle abitudini della famiglia – e presentano quindi possibili rischi per la protezione dei dati del consumatore.

Tutto ciò non fa altro che evidenziare quanto le prescrizioni previste dal GDPR in capo al Titolare del trattamento impattino in maniera notevole in questo ambito, comportando di fatto alcune procedure che il Titolare del trattamento dovrà garantire a partire dal 25 maggio 2018:

- l'utilizzo corretto, trasparente e lecito dei dati personali, in base ai principi previsti dal GDPR;
- la tutela dei dati fin dalla fase della progettazione (“*data protection by design*”). Questo principio porta a un cambio di prospettiva radicale rispetto a quanto tradizionalmente fatto da molte aziende, perché richiede di anticipare già in fase di progettazione delle soluzioni *Smart Home* il tema del trattamento dei dati;
- il trattamento “di default” solo dei dati necessari per ogni specifica finalità, secondo il principio di “minimizzazione” degli stessi (“*privacy by default*”). Ciò implica che non sia possibile raccogliere e memorizzare dati per un generico “uso futuro”, ma diventa fondamentale individuare e dichiarare sin da subito la finalità per cui essi sono utilizzati;
- la valutazione di impatto del trattamento, quando esso comporta un rischio elevato per

²⁸ Per un maggiore approfondimento si veda il report “La valorizzazione dei dati generati dall’Internet of Things”, 2017.

i diritti e le libertà delle persone interessate, soprattutto se effettuato mediante nuove tecnologie (*"Data Protection Impact Assessment – DPIA"*);

- misure tecniche e organizzative adeguate, per garantire un livello di sicurezza adeguato al rischio emerso in fase di valutazione;
- la garanzia dell'esercizio dei diritti degli interessati (persone fisiche a cui i dati personali si riferiscono), ivi compreso il diritto alla portabilità dei dati, ai sensi dell'art. 20 del GDPR.



Angela Tumino

Angela Tumino



Giulio Salvadori

Giulio Salvadori

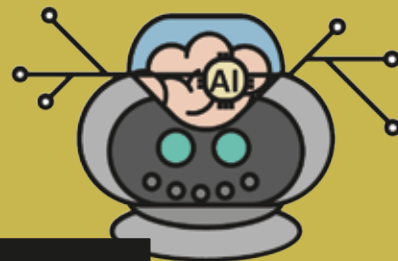
il mercato



i driver e le barriere



l'intelligenza artificiale



*Non manca (quasi) più nessuno:
la Smart Home
apre i battenti*



i canali



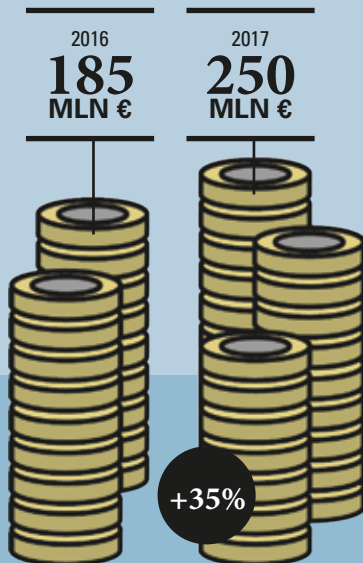
i consumatori



la privacy

IL MERCATO SMART HOME IN ITALIA

I PROTAGONISTI DEL 2017

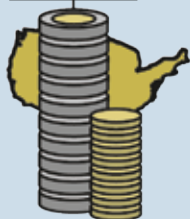


LO SCENARIO INTERNAZIONALE



370 FAMIGLIE DI SOLUZIONI
SMART HOME ANALIZZATE

10,8
MLD €



USA*

1,5
MLD €



GERMANIA*

1,4
MLD €



UK*

0,6
MLD €



FRANCIA*

0,25
MLD €



ITALIA**

0,2
MLD €



SPAGNA*

* Fonte: Statista, 2017

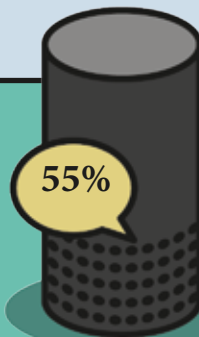
** Fonte: Osservatorio Internet of Things, 2017



OVER THE TOP

35 000 000

DI SPEAKER VENDUTI FINORA NEGLI USA



55%



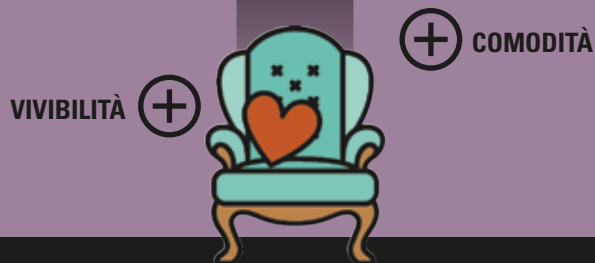
45%



2018

Fonte: Morning Consult, 2017

I DRIVER

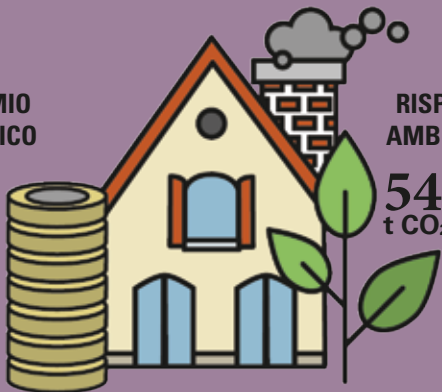


**CON UNA SOLUZIONE
SMART PER IL RISCALDAMENTO**

NELLA SOLA AREA DI MILANO AVREMMO:

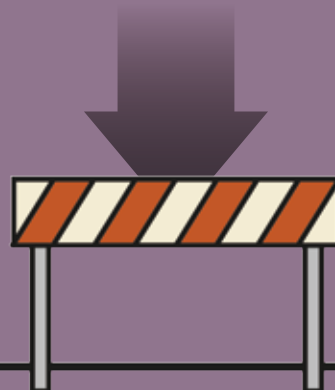
RISPARMIO
ECONOMICO

70
MLN €



54.000
t CO₂ /anno

LE BARRIERE



**NONOSTANTE UN MERCATO IN FORTE CRESCITA
SONO TANTE LE BARRIERE ANCORA DA SUPERARE**

OCCORRE LAVORARE SOPRATTUTTO SU:



**INSTALLAZIONE
DEGLI OGGETTI
SMART**



**OFFERTA
DI SERVIZI
DI VALORE**



**PRESENZA
DI BRAND
AFFERMATI**

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ASSUMERÀ UN RUOLO CENTRALE ANCHE NELLA SMART HOME

PER OTTIMIZZARE
L'INTERFACCIA
UOMO-CASA

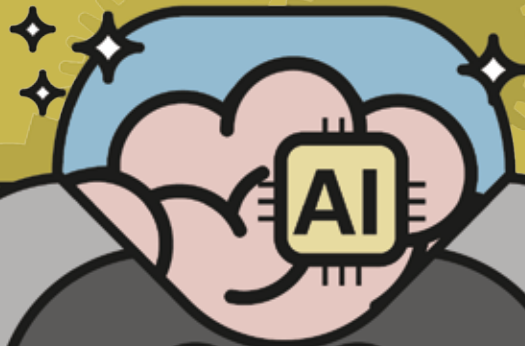


PER RIDURRE
LE BARRIERE
DI INTEGRAZIONE

RICONOSCIMENTO
VOCALE



CONTEXT
AWARE



PULIZIE
NON
RICORRENTI

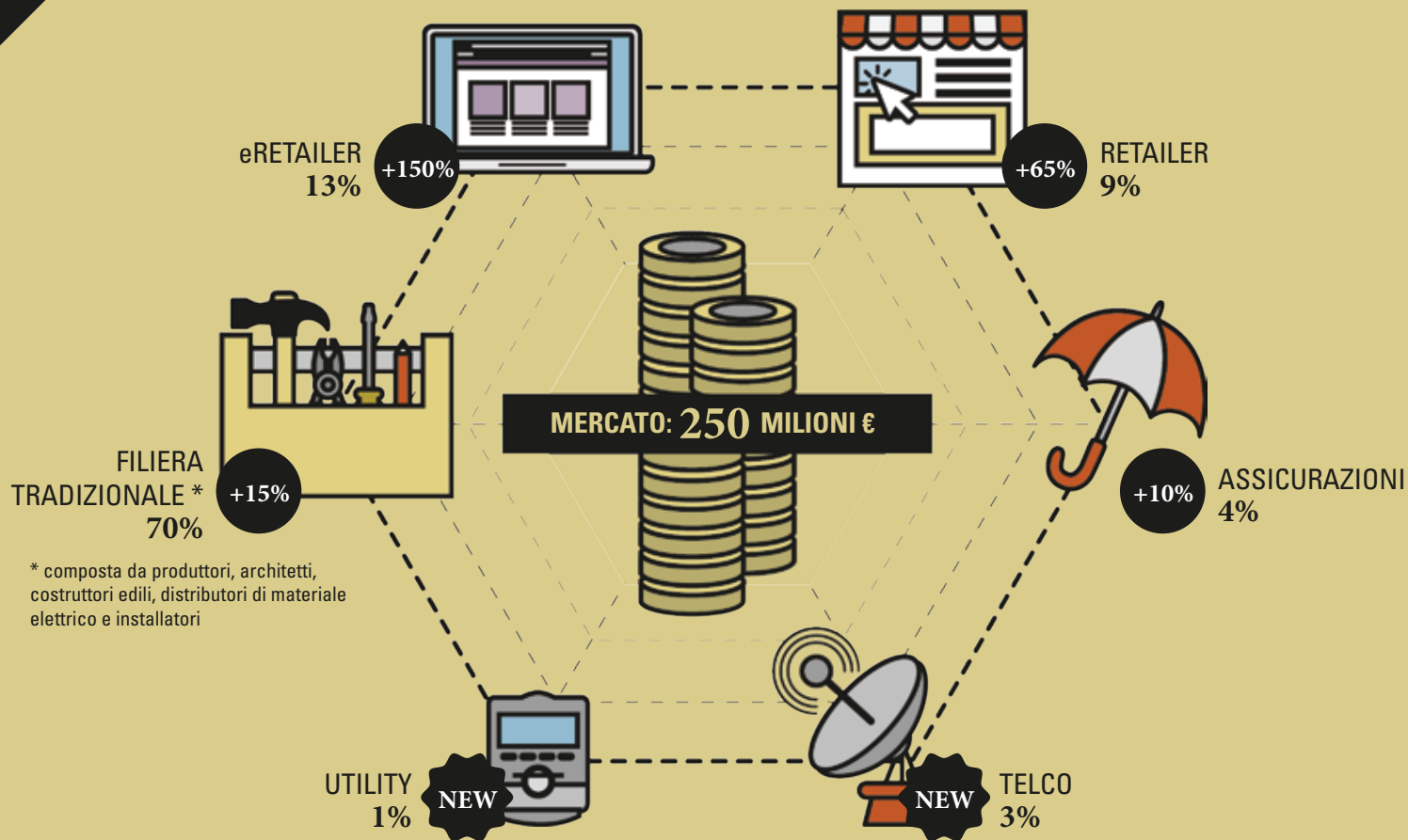


RIORDINI SPESA
AUTOMATICI



GESTIONE ENERGETICA

I CANALI DI VENDITA



I CONSUMATORI

**SICUREZZA**sensori per
porte e finestre

telecamere

videocitofoni
e serrature**RISCALDAMENTO**termostati
e climatizzatori

caldaie

Ha almeno
una soluzione
SMART HOME

38%

1/3

acquistata
nel 2017

HO RICHIESTO FIN DA SUBITO
UN PROFESSIONISTA
PER L'INSTALLAZIONE
DELL'OGGETTO

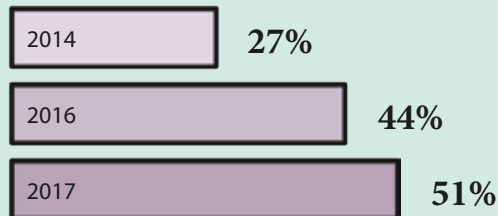
74%



GESTIONE DELLA PRIVACY



NON SONO
DISPOSTO A
CONDIVIDERE
I MIEI DATI
PERSONALI



È preoccupato per i rischi di accesso / controllo
degli oggetti connessi da parte di malintenzionati

72%



LE AZIENDE DOVRANNO
DIMOSTRARE DI ESSERE
CONFORMI AL NUOVO
REGOLAMENTO EUROPEO
UE 2016/679 (GDPR)

Fonte: survey in collaborazione con Doxa



l'utilizzo corretto, trasparente e lecito
dei dati personali,
in base ai principi previsti dal GDPR



la valutazione di impatto del trattamento,
("Data Protection Impact Assessment – DPIA")



la tutela dei dati fin dalla fase
della progettazione
("data protection by design")



misure tecniche e organizzative adeguate,
per garantire un livello di sicurezza adeguato
al rischio emerso in fase di valutazione



il trattamento "di default" solo dei dati
necessari per ogni specifica finalità
("privacy by default")



la garanzia dell'esercizio dei diritti
degli interessati (persone fisiche
a cui i dati personali si riferiscono)

I Rapporti

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



Smart Home: evolve l'offerta, si rafforzano i canali di vendita, cresce l'interesse verso la casa connessa

Il Report, che sarà disponibile ad aprile 2018, 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) in questo mercato e analizzando i numerosi canali tramite cui oggi sono veicolate le diverse soluzioni offerte. Il Report presenta inoltre i risultati della survey rivolta a mille consumatori italiani, che ha 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, Percezione del consumatore, Privacy, Intelligenza Artificiale



Il mercato dell'Internet of Things in Italia: applicazioni e trend di sviluppo

Il Report, che sarà disponibile a maggio 2018, 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 2017, 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, Startup



L'evoluzione delle tecnologie IoT: assistenti vocali e sensoristica in primo piano

Il Report, che sarà disponibile a maggio 2018, si propone di analizzare i principali sviluppi delle *tecnologie Internet of Things*. Particolare enfasi è posta sull'analisi dell'evoluzione dei protocolli di comunicazione radio a corto e a lungo raggio (LPWA – Low Power Wide Area) e sull'evoluzione della sensoristica IoT, individuandone i principali casi d'uso. 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, Sensoristica, Assistenti vocali, OTT, Intelligenza Artificiale

.....



Internet of Things per la Smart City: un ecosistema pubblico-privato

Il Report, che sarà disponibile ad aprile 2018, 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 italiani. Viene inoltre analizzato l'utilizzo dei dati raccolti dai comuni italiani grazie all'avvio dei progetti *Smart City* e alle collaborazioni tra gli attori pubblici e privati.

Temi correlati:

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



Industrial Internet of Things in Italia: progetti, dati e Piano Nazionale

Il Report, che sarà disponibile a maggio 2018, presenta una panoramica dei principali casi d'uso basati sul paradigma dell'*Industrial Internet of Things (IIoT)*, con particolare attenzione al tema della *Smart Factory*, evidenziandone i principali sviluppi, nonché i driver e le barriere all'adozione. Vengono inoltre fornite indicazioni sul ruolo dei servizi connessi alle attività industriali e sul valore dei dati raccolti dalle soluzioni IIoT. Si evidenzia infine l'approfondimento relativo al Piano Nazionale Industria 4.0, che si sta sempre più affermando nell'alveo dei grandi programmi nazionali di digitalizzazione del comparto industriale-manifatturiero.

Temi correlati:

Industrial Internet of Things, Smart Factory, Piano Nazionale Industria 4.0, Quadro applicativo, B2b, Servizi, Dati, Diffusione, Trend



Internet of Things per la Smart Home: cresce l'offerta, si moltiplicano i canali per raggiungere il consumatore

Il Report, che presenta i risultati dell'edizione 2016-2017 della Ricerca, mira ad approfondire il quadro applicativo di prodotti e servizi Internet of Things per la Smart Home a livello italiano e internazionale, analizzando i canali di vendita tramite cui veicolare tali soluzioni e presentando viste di dettaglio sulla rilevanza che potrebbero acquisire i servizi e la valorizzazione dei dati nei prossimi anni. Il Report presenta inoltre i risultati della survey rivolta a mille proprietari di abitazioni in Italia e condotta a fine 2016.

Temi correlati:

Smart Home, Dati, OTT, Innovazione, Assicurazioni, Utility, Telco, Retailer, eRetailer, Confronto con l'estero, Quadro dell'offerta, Percezione del consumatore

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 2017*. Nel processo di stima si considerano sia soluzioni basate su tecnologie di comunicazione cellulare, sia applicazioni che utilizzano altre tecnologie di comunicazione (ad esempio WiFi, Bluetooth Low Energy)¹. 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 20 aziende;
- interviste a 42 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 16 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 373 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 12 soluzioni da approfondire attraverso interviste dirette a provider

²⁹ Nella stima non sono inclusi i sistemi di domotica cablata e le soluzioni di entertainment.

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 169 startup (29 in Italia, 134 all'estero), di cui 96 finanziate negli ultimi tre anni (2015-2017) da investitori istituzionali. Con riferimento alle startup italiane, sono state svolte anche 9 interviste volte ad approfondire le iniziative avviate.

Il modello di stima di costi e benefici delle soluzioni per il riscaldamento. È stato sviluppato un modello analitico per la valutazione di costi e benefici derivanti dall'introduzione di un dispositivo smart per il riscaldamento. Nel processo di stima sono stati calcolati i principali benefici economici e ambientali (riduzione delle emissioni di anidride carbonica) e i principali costi per l'implementazione di tali dispositivi connessi. Il modello si basa sull'ipotesi che nell'abitazione di partenza sia presente un impianto di riscaldamento tramite radiatori e un dispositivo (non connesso) che consenta di limitare l'orario di funzionamento del riscaldamento (es. termostato programmabile, valvole termostatiche).

Per l'implementazione del modello sono state considerate 3 tipologie di prodotti:

- *Termostato programmabile connesso*: termostato che l'utente può controllare (es. accendere / spegnere, modificare la temperatura) da remoto, ad esempio tramite App;
- *Termostato connesso con algoritmi di apprendimento*: dispositivo che impara le abitudini e le preferenze degli utenti e che regola di conseguenza il suo funzionamento. Invia inoltre consigli su come risparmiare energia, sulla base del comportamento umano rilevato;
- *Valvole termostatiche connesse*: valvole installate su ciascun radiatore, per regolarne il flusso interno di acqua calda. Consentono all'utente di accendere / spegnere l'impianto

di riscaldamento da remoto in tutta l'abitazione o solo in alcune stanze. Sono inoltre dotate di sensori con diversi scopi (es. spegnere il riscaldamento nel caso in cui una finestra venga dimenticata aperta).

Per l'analisi sono state considerate 3 tipologie di nuclei familiari:

- *Single*: ragazzo di 25 anni che vive a Milano in un monolocale in un edificio storico, con una vita imprevedibile e che passa poco tempo a casa. È interessato alla tecnologia ed è attento al risparmio.
- *Giovane coppia*: coppia di circa 30 anni che vive a Mantova in un nuovo appartamento, con una vita caratterizzata da impegni fissi e quindi abbastanza prevedibile. Sono interessati alla tecnologia, ma vi dedicano poco tempo (e attenzione).
- *Famiglia con bambini*: coppia di circa 40 anni con 2 bambini che vive in un appartamento a Monza. Passano molto tempo a casa, nonostante i diversi impegni (e imprevisti) quotidiani. L'interesse verso la tecnologia è basso.

Il modello è stato applicato alla città di Milano, ipotizzando l'utilizzo del solo termostato programmabile connesso e dividendo la popolazione della città secondo i 3 profili descritti precedentemente.

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, una analisi dello stato dell'arte e degli sviluppi attesi delle tecnologie abilitanti la *Smart Home*, approfondendo in

particolare l'evoluzione degli assistenti vocali, come elemento abilitante di un nuovo modo di interazione facilitata e olistica tra l'utente e la casa, e analizzando 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, con ripercussioni importanti sull'evoluzione del mercato della *Smart Home*.

I canali di vendita

L'analisi dei canali emergenti. Sono stati censiti tramite fonti secondarie i prodotti e servizi veicolati tramite diversi canali di vendita 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 19 interviste con i principali attori protagonisti dei diversi canali di vendita (in primis retailer, eRetailer, compagnie assicuratrici, utility, telco) per indagare i trend e le principali barriere che attualmente sono presenti in questo mercato.

I Focus Group con installatori, distributori, architetti, costruttori edili, retailer ed eRetailer. Nel mese di Novembre 2017 sono stati realizzati 3 Focus Group – in collaborazione con TechnoConsumer – a orientamento esplorativo della durata di circa due ore con la partecipazione di: 3 installatori, 3 distributori e 2 rivenditori; 4 costruttori edili e 4 architetti; 4 retailer e 4 eRetailer. L'indagine ha avuto i seguenti obiettivi: comprendere il livello di conoscenza degli attori coinvolti, il loro approccio e il target elettivo dell'offerta relativa alla *Smart Home*; analizzare il grado di diffusione dei progetti e indagare i principali driver e

barriere allo sviluppo del settore della domotica / *Smart Home* in Italia; approfondire il processo di vendita e il business model attuale e auspicato.

La prospettiva del consumatore

La survey sul consumatore. Nel mese di Dicembre 2017 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.

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
- ABB
- AGSM Verona
- AlfaEvolution Technology – Gruppo Unipol
- Algorab
- Alleantia
- Almadom.us
- Amazon
- Ariston Thermo
- Assistenza Casa
- Associazione Nazionale Industrie Caldaie Acciaio (ANICA)

- Associazione Nazionale Industrie Elettrotecniche ed Elettriche (ANIE)
- Atral Italia
- Autorità per l'Energia Elettrica il Gas e il Sistema Idrico (AEEGSI)
- Aviva
- AXA
- B810 Group
- B&R
- Bitron
- BNP Paribas Cardif
- Bricocenter
- BTicino
- Candy
- Censit
- Chiara Assicurazioni
- Consoft Sistemi
- Coster Group
- Digicom
- D-Link
- Doxa
- Duemmegi
- E.ON
- Edison
- EI Towers
- Elem
- Elettra Investimenti
- Elica
- Enel
- Engie Italia
- Eni
- ePrice
- EPTA Refrigeration
- Europ Assistance Italia
- Everynet
- Ezviz – Gruppo Hikvision
- Fantini Cosmi
- Fastweb
- Filo Diretto
- Garante Privacy
- GEWISS
- Gruppo Sintesi
- GS1 Italy
- Hager Group
- Hera Comm
- Hewlett Packard Enterprise (HPE)
- Hoval
- Indra
- INRETE Distribuzione Energia
- Intel

- Intercomp
- Intesa Sanpaolo Smart Care
- Iomote
- IOOOTA
- Iren
- Legrand
- Lineacom
- Live Reply
- Magneti Marelli
- Mediamarket
- Menowatt Ge
- Meta System
- Midori
- Monclick
- Neosurance
- Nest
- Nettrotter
- NPO Sistemi
- Nuvap
- Olivetti
- Philips Lighting
- Phloema
- PHPower
- Poste Assicura
- PwC
- Quantyca
- Reverberi Enetec
- Ricoh Italia
- Risco
- S4win
- SIA
- Sicuritalia
- Sigest
- Sky
- Smart Domotics
- SmartDHome
- Social Thingum
- SOFTline
- Somfy Italia
- Sorgenia
- Sphinx
- TW – TeamWare
- TechnoConsumer
- Temera
- Tera
- The AvantGarde Group
- Tiesse
- TIM
- Trilogis
- TXT e-solutions

- Unareti
- Unione Nazionale Consumatori
- Vaillant
- Valtellina
- Vimar
- Visconti Lab
- Vodafone Italia
- WebRatio
- Whirlpool
- Wind Tre Business

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



Giorgia De Bernardi
Ricercatore



Oktay Burak Ertas
Analista

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

Valeria Portale, 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

Giacomo Verticale, Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano

Si ringraziano inoltre:

Carlo Negri

Alessandro Corio

Andrea Dell'Acqua

Carlo Ghisleni

Lorenzo Ciaci

Elide Delaiti

Giovanni Galletta

Nicola Galli

Alessandra Rocchi

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

Non manca (quasi) più nessuno: la Smart Home apre i battenti

Il Convegno

Febbraio 2018

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'IoT per la Smart Home: mercato, offerta e canali

Giulio Salvadori

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

Discutono i risultati della Ricerca:

Flavio Borgna

Country Manager Italy, Ariston Thermo

Alessio Derme

Responsabile Smart Home, TIM

Marco Landoni

Direttore Marketing, Edison Energia

Piero Pracchi

Chief Marketing Officer, Elica

Marco Signa

Connectivity Strategy Sr. Manager, Whirlpool

Alessandro Zamboni

Chairman & Managing Partner, The AvantGarde Group

Moderà:

Alessandro Perego

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

11.15 I risultati della Ricerca

La prospettiva tecnologica

Smart Home: cosa ne pensa il consumatore?

Antonio Capone

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

Paola Caniglia

Head of Department Retail & Crowdsourcing, Doxa

Discutono i risultati della Ricerca:

Bruno Apolloni

Chief Research Officer & Co-founder, Social Thingum

Davide Ceppi

Responsabile Marketing Operativo Residenziale, BTicino

Michele Pandolfi

Product Marketing Manager – Domotics, GEWISS

Enrico Tardocchi

*Innovation & Product Marketing Manager,
Europ Assistance Italia*

Moderà:

Giovanni Miragliotta

Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Internet of Things

12.15 I risultati della Ricerca

**Artificial Intelligence e IoT: lo scenario tecnologico della
Smart Home**

Privacy e Cyber Security nell'era della casa connessa

Giovanni Miragliotta

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

Manuel Roveri

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

Andrea Reghelin

Senior Advisor dell'Osservatorio Internet of Things

Stefano Zanero

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

13.15 Chiusura lavori



Sul sito www.osservatori.net è possibile rivedere le riprese integrali del Convegno **“Non manca (quasi) più nessuno: la Smart Home apre i battenti”**



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



I Relatori



Bruno Apolloni è Chief Research Officer di Social Thingum srl. Ha alle spalle una lunga esperienza di Professore Ordinario di Informatica presso l'Università degli Studi di Milano nonché di direzione di numerosi progetti di ricerca nazionali ed internazionali. Attualmente coordina le attività di ricerca e sviluppo della società per quanto riguarda gli aspetti architetture e cognitivi delle applicazioni IoT in ambito Smart Home e Smart Car. Apolloni è autore di circa 150 pubblicazioni internazionali e due monografie. E inoltre titolare di due brevetti internazionali in ambito data analytics.

Bruno Apolloni

Chief Research Officer &
Co-founder,
Social Thingum



Piemontese di origine, classe 1963, Flavio Borgna attualmente è Country Manager Italy Ariston Thermo. In precedenza Borgna ha lavorato per il gruppo Saint Gobain e nei settori heating, ventilation ed air-conditioning per il gruppo Vaillant. È stato recentemente riconfermato, per il secondo mandato consecutivo, nel ruolo di Vice Presidente di Assotermica, l'associazione che riunisce i costruttori di apparecchi e componenti per impianti termici, dove rimarrà in carica per il prossimo biennio. Borgna è inoltre membro del Consiglio Direttivo di Confindustria CECED Italia, l'associazione nazionale produttori di apparecchi domestici e professionali.

Flavio Borgna

Country Manager Italy,
Ariston Thermo



Sociologa, è entrata in Doxa nel 2005 dopo aver fondato e diretto per 15 anni Iter, società di ricerche socio-economiche e territoriali. In Doxa è a capo della Business Unit Retail e Crowdsourcing divisione che lavora per numerosi clienti sia privati sia pubblici realizzando un'ampia gamma di indagini continuative e ad hoc.

Paola Caniglia

Head of Department Retail
& Crowdsourcing,
Doxa

Davide Ceppi

Responsabile Marketing
Sistemi Residenziali,
BTicino



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 (fundraising).

Alessio Derme

Responsabile Smart
Home,
TIM



Laureato in Economia, è in TIM dal 2000. Ha coordinato progetti di ricerca e sviluppo, in particolare del mondo VAS e Multimedia Entertainment. Inoltre ha avuto diverse responsabilità gestionali nelle aree Marketing e Sales, con particolare attenzione allo sviluppo del mondo dei Servizi. Attualmente è responsabile del gruppo Smart Home nella divisione Consumer – Marketing Fisso e Convergente.

Marco Landoni

Direttore Marketing,
Edison Energia



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.



Michele Pandolfi, ingegnere elettronico con specializzazione microelettronica e telecomunicazioni, inizia a lavorare in società di ricerca, prima CISE SpA e poi Enel Ricerca, nell'automazione per la produzione di energia elettrica. Dal 2000 lavora in Gewiss Spa sui sistemi per domotica e building automation come responsabile, dapprima della definizione dei concept dei nuovi prodotti e, successivamente, dell'assistenza pre e post vendita, periodo in cui ha implementato il progetto di una rete di assistenza su tutto il territorio nazionale. Da circa 6 anni è product manager dell'offerta residenziale Gewiss che, oltre a domotica e building automation, include serie civili ed altre linee di prodotto complementari. Inoltre è coordinatore marketing dell'associazione KNX Italia e membro del Sottogruppo ANIE "Domotica ed Automazione di Edificio".

Michele Pandolfi
Product Marketing
Manager – Domotics,
GEWISS



Piero Pracchi, CMO di Elica, di estrazione Whirlpool dove ha ricoperto la carica di CMO e senior director brand & digital per la regione EMEA, occupandosi del lancio di un piano di marketing integrato per l'intero portfolio brand nella regione, oltre che delle PR, del consumer insights e del digitale. Precedentemente ha lavorato per il gruppo Indesit, prima come responsabile sviluppo prodotto, dell'innovazione e delle proprietà intellettuale, poi alla guida del settore marketing nel Regno Unito ed Irlanda. Piero è laureato in Economia e Commercio all'Università Bocconi di Milano.

Piero Pracchi
Chief Marketing Officer,
Elica



Legale, associate partner di Partners4Innovation, svolge dal 2004 l'attività di consulenza direzionale in progetti di compliance, con particolare riferimento ai settori della data protection e della responsabilità amministrativa degli enti dipendente da reato, occupandosi di aspetti normativi, organizzativi e tecnologici. Ha coadiuvato numerose aziende nella gestione di progetti complessi legati all'applicazione della normativa sulla protezione dei dati personali e delle tematiche ad essa correlate (sicurezza informatica, investigazioni informatiche, dematerializzazione) e attualmente supporta e affianca numerose aziende nel percorso di adeguamento al GDPR.

Andrea Reghelin
Senior Advisor,
Osservatorio
Internet of Things

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.

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.

Enrico Tardocchi

Innovation & Product
Marketing Manager,
Europ Assistance Italia



Laureato in Economia e Commercio presso l'Università Cattolica di Milano inizia la sua carriera nel 2000 in Accenture. Nel 2004 approda in Europ Assistance Italia dove ricopre ruoli di crescente responsabilità, dapprima come Project Manager nelle Direzioni Operation ed HR, per poi entrare nella Direzione Sales & Marketing dove attualmente ricopre il ruolo di Innovation and Marketing Manager guidando lo sviluppo dell'innovazione nelle diverse linee di offerta (Home&Family, Health, Auto, Travel). Completa la sua formazione manageriale conseguendo un Executive MBA presso MIP-Politecnico di Milano.



Alessandro Zamboni (Torino, 20 settembre 1978) è un manager specialista dell'Industria dei Servizi Finanziari e dei collegati modelli strategici e digitali. Si laurea a pieni voti con lode in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi della sua città natale. Dopo un'esperienza in L'Oréal nella funzione di Marketing Strategico, ricopre fino al 2014 il ruolo di Managing Partner di una Consulting Firm specializzata nei sistemi di controllo per le Financial Institutions. Tra le varie responsabilità e attività, ha partecipato alla pubblicazione "Internal Governance" per la quale ha curato la parte relativa alle direttrici strategiche del sistema bancario. Nel 2014, fonda l'Economic Grouping The AvantGarde Group ("AvantGarde") di cui è attualmente Presidente e Managing Partner.

Alessandro Zamboni
Chairman & Managing
Partner,
The AvantGarde Group



Stefano Zanero ha ricevuto un dottorato di ricerca in Ingegneria dell'Informazione presso il Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria del Politecnico di Milano, dove è attualmente professore associato. È professore aggregato di "Computer Security" e "Informatica Forense". È Senior Member dello IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers), della IEEE Computer Society (per cui siede nella Board of Governors internazionale), e della ACM (Association for Computing Machinery), oltre ad essere socio fondatore di AIPSI (Associazione Italiana Professionisti della Sicurezza Informatica), capitolo italiano di ISSA (Information System Security Association). È inoltre fondatore e presidente di Secure Network, una società di consulenza, formazione e servizi alle imprese in tema di sicurezza dell'informazione con sede a Milano e Londra, e co-fondatore di 18Months, azienda che sviluppa soluzioni di cloud-based ticketing.

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



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation

Osservatorio Internet of Things

Non manca (quasi) più nessuno: la Smart Home apre i battenti

Gli Attori

Febbraio 2018

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, e oggi è in classifica con *Executive MBA*, *Full-Time MBA*, *Master of Science in Management Engineering*, *Customised Executive programmes for business* e *Open Executive programmes for managers and professionals*. Nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da **AMBA** (Association of MBAs) per i programmi **MBA** e **Executive MBA**. La Scuola può contare su un corpo docente di più di duecento tra professori, ricercatori, tutor e staff e ogni anno vede oltre seicento matricole entrare nel programma undergraduate. 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 il **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 per favorire lo sviluppo del Paese.

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.

Gli Osservatori sono oggi un punto di riferimento qualificato sull’Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione, Formazione e una Community sempre più ampia di professionisti.

I fattori distintivi

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

1. La **Ricerca** sui temi chiave dell'innovazione digitale è basata su solide metodologie (studi di caso, survey, censimenti, quantificazioni di mercato, analisi bibliografiche, ...).
2. La **Community** è composta da decisori e C-Level della domanda, dell'offerta e delle Istituzioni, che collaborano e sviluppano relazioni concrete nelle numerose occasioni di interazione.
3. La **Comunicazione** è finalizzata a raggiungere, attraverso Convegni, Media e Pubblicazioni, il più ampio numero di persone, per diffondere buone pratiche, esperienze e cultura legata all'innovazione digitale.
4. La **Formazione**, attraverso pubblicazioni, webinar e workshop premium del sito Osservatori.net, rappresenta un canale unico per l'aggiornamento professionale sui temi chiave dell'innovazione digitale.

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 | Cloud Transformation | eCommerce B2c | Enterprise Application Governance | Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b | Gestione Progettazione e PLM (GeCo) | Information Security & Privacy | Internet of Things | Mobile B2c Strategy | Mobile Payment & Commerce | Multicanalità | Omnichannel Customer Experience | Smart Working

Verticals:

Cloud nella Pubblica Amministrazione | Contract Logistics “Gino Marchet” | Digital Insurance | eGovernment | Export | Fintech & Digital Finance | 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 | Innovazione Digitale nell'industria dello Sport | Internet Media | Mobile Banking | Professionisti e Innovazione Digitale | Smart AgriFood | Supply Chain Finance

Si segnalano di seguito gli Osservatori correlati a *Internet of Things*:

Agenda Digitale | Industria 4.0 | Innovazione Digitale in Sanità | Mobile Payment & Commerce | Startup Hi-tech

I numeri chiave del 2017

- **Formazione:** 150 pubblicazioni con i risultati delle ricerche; 200 workshop e webinar; archivio di 800 Pubblicazioni e 300 Eventi on demand.
- **Ricerca:** 39 Osservatori; 5.000 casi; 90 Professori/Ricercatori/Analisti.
- **Network:** 350 partner e sponsor; 150.000 contatti; 8.500 contatti C-Level; 18.000 partecipanti agli Eventi.
- **Comunicazione:** 200 Eventi; 5.000 Uscite stampa; 20.000 Report cartacei distribuiti; 25 Pubblicazioni scientifiche su riviste internazionali.

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

Seguici anche su:    

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:

Agenda Digitale | Big Data & Analytics Strategy | Cloud Computing Strategy & Business Model | Come Innovare il Business grazie al Design Thinking | Digital Travel Innovation | Finance Digital Revolution | eCommerce & Customer Experience Strategy | Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione | GDPR: cosa occorre fare per arrivare in regola il 25/05/2018 | HR Innovation & Smart Working Practice | Information Security & Privacy | Internet Media Strategy | Internet of Things Application | Mobile B2c Strategy | Omnichannel Customer Experience Management | Smart AgriFood | Social Media Strategy | Startup & Innovation | Supply Chain Finance

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.it**

I Sostenitori della Ricerca

Partner

- A2A Smart City
- Ariston Thermo
- BTicino
- Digicom – B810 Group
- Doxa
- Edison – Assistenza Casa
- EI TOWERS e
NETTROTTER
- Elica
- Enel
- Eni
- EPTA
- Europ Assistance Italia
- GEWISS
- Hewlett-Packard Enterprise
Intel
- Indra
- PHPower
- Poste Assicura – Poste Italiane
- Quantyca
- Reply – TIM
- Ricoh Italia
- SIA
- Sky Italia
- Social Thingum
- SOFTline
- The AvantGarde Group
- Vodafone Italia
- Whirlpool

Sponsor

- ABB – B&R
- AlfaEvolution Technology
Gruppo Unipol
- BNP Paribas Cardif
- ENGIE Italia
- Ezviz
- Fastweb
- Gruppo Sintesi
- GS1 Italy
- Iren – IRETI
- Monclick
- Olivetti
- Philips Lighting
- Sicuritalia
- Sorigenia
- Tera
- TXT e-solutions
- Valtellina
- Vimar
- Wind Tre Business



A2A Smart City
www.a2asmartcity.io

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.

A2A Smart City basa le sue strategie di sviluppo sulla rete di nuova Generazione in fibra ottica, 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.

twitter: @ A2ASmartCity

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



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 6.900 dipendenti, 59 società e 8 uffici di rappresentanza in 36 Paesi e 22 siti produttivi in 13 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 2016 il Gruppo ha raggiunto un fatturato di € 1,43 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, Elco, Chafoteaux, Atag Heating, NTI, HTP e Racold.

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.

Integrità, Persone, Eccellenza, Cliente e Sostenibilità 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. 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.



BTicino
www.bticino.it
www.legrand.com

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 2016 BTicino e il Gruppo Legrand hanno realizzato con i prodotti IOT un fatturato di 440 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.

Gli oggetti connessi necessitano di reti e infrastrutture efficienti che permettano loro di comunicare: come specialisti mondiali delle infrastrutture elettriche e digitali dell'edificio, BTicino e Legrand si collocano al centro dell'ecosistema Internet of Things anche nello sviluppo dei protocolli di interoperabilità, per integrare sistemi terzi e scambiare dati per apportare benefici supplementari all'utilizzatore. Per questo, partecipano a consorzi (Open Connectivity Foundation, ZigBee Alliance) e hanno attivato collaborazioni per rendere i loro prodotti interoperabili con prodotti e servizi di importanti attori del mercato quali Google, Amazon, Apple, Nest, Samsung, Netatmo, Yale, Somfy, Renault.

Il Gruppo Legrand, che persegue una strategia di crescita remunerativa e durevole, ha realizzato nel 2016 un fatturato di oltre 5 miliardi €. La Società è quotata sulla piattaforma Euronext Parigi ed è una componente degli indici azionari CAC 40, FTSE4Good, MSCI World, Corporate Oekom Rating, DJSI, Euronext Eurozone 120 e Europe 120, e Ethibel Sustainability Index Excellence. (codice ISIN FR0010307819).



Digicom – B810 Group
www.b810group.com

Digicom è una realtà storica operante nel settore della trasmissione dati che dal marzo 1977 progetta e sviluppa sistemi di telecomunicazione rivolgendosi a clienti che operano in molteplici ambiti: dall'Automotive al Metering, dall'Industria al Lift e al Gaming (segmento in cui è leader italiano). La società conta circa 60 dipendenti, principalmente ingegneri e figure tecnico-commerciali.

A partire dal 2017 Digicom è diventata parte del gruppo **B810**, giovane e dinamica società fondata nel 2011 a Reggio Emilia per assicurare dapprima servizi di logistica e refurbish dedicati a prodotti telematici e per sviluppare subito dopo un dipartimento R&D altamente qualificato nel supportare progetti terzi.

Gli ingenti investimenti effettuati senza soluzione di continuità hanno poi permesso a B810 di sviluppare i reparti storici, allestire due efficienti reparti dedicati all'assemblaggio di UPS e casse acustiche professionali, approntare due avanzati dipartimenti SMT e PTH per l'assemblaggio automatizzato di schede elettroniche ben presto in grado di ottenere la certificazione ISO 9001 e la più restrittiva ISO TS necessaria per servire l'ambito Automotive.

Con questa configurazione B810 è oggi in grado di rispondere al proprio mercato presidiando in modo professionale l'intero proces-

so produttivo, dalla progettazione all'assemblaggio di semilavorati e prodotti finiti, dalla campionatura alla mass production di schede elettroniche, dalla logistica inbound e outbound alla logistica di ritorno fino ai processi di rigenero funzionali ad aumentare sensibilmente i cicli di vita di ogni device.

La vocazione logistica, alimentata sin dagli esordi, permette infine a B810 di assicurare ai vari processi la tracciabilità più efficace supportando un'expertise in continua evoluzione con software dedicati.

B810 conta oggi oltre 200 dipendenti, 2 plant (Italia ed Albania) ed uffici dedicati alla Ricerca Tecnologica in Sardegna.

L'unione tra Digicom, con la sua innata predisposizione all' "Industry 4.0" e una competenza pionieristica sulla connettività NB IOT, e B810, che fa del suo know how in ambito Sigfox e LoRa applicato all'Internet of Things la sua scommessa più motivante, rappresenta la risposta più innovativa che il gruppo vuole offrire per rispondere al prossimo epocale cambiamento degli oggetti connessi.

Nello specifico l'offerta Digicom in ambito Internet of Things si concentra su tre principali settori: Telematica (soluzioni antifurto e tracking per auto e motoveicoli); Smart City (sicurezza e videosorveglianza della casa, monitoraggio consumi energetici dell'abitazione e controllo del riscaldamento, sistemi di parcheggio intelligente, wearable per la protezione dei lavoratori) ed IoT Family. Quest'ultima divisione comprende tutti quei prodotti rivolti specificamente alla sicurezza dei propri affetti ed al presidio degli oggetti di uso quotidiano: ne sono esempio i dispositivi per il monitoraggio del proprio bambino (all'interno dell'auto o in spazi aperti) o pet, oltre ai sistemi per il tracciamento dei propri oggetti personali.



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 aldilà 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.

Edison mette al servizio dei clienti l'innovazione e la competenza che la caratterizzano. 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.assitenzacasacom

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 abbinati 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.

The logo for EI TOWERS, featuring the letters 'EI' in a bold, sans-serif font, followed by a stylized blue graphic of three vertical bars of increasing height, and the word 'TOWERS' in a bold, sans-serif font.The logo for NETTROTTER, featuring a stylized blue graphic of three vertical bars of increasing height, followed by the word 'NETTROTTER' in a bold, sans-serif font, and the tagline 'CONNECTING THINGS' in a smaller, sans-serif font below it.**EI TOWERS e NETTROTTER**www.eitowers.itwww.nettrotter.io

EI TOWERS è la tower company indipendente leader in Italia. Con la gestione di un parco torri di circa 3.300 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 3.600 dipendenti e una produzione annua di oltre 19 milioni di pezzi tra cappe e motori, 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, 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 comfort 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 anticipare le necessità, immaginando funzionalità e prodotti innovativi, creando nuove tendenze.



Enel
www.enel.it

Enel e l'IoT – uno strumento formidabile per l'engagement di persone e cose e la creazione di nuovi modelli di business

Enel opera in oltre 30 paesi, presente con un totale di 1,9 milioni di chilometri di linee in quattro continenti, con una capacità netta di generazione installata di oltre 87 GW e con più di 60 milioni di clienti.

L'impegno di Enel sul fronte dell'Internet of things, si estende su tutti i campi e in tutti i paesi in cui opera.

Alla base della sua strategia di servizi sull'IoT Enel ha individuato nell'engagement di cose e persone la strada da percorrere.

Digitalizzare gli asset, l'operatività e i processi del Gruppo e potenziare la connettività per poter fornire servizi a valore aggiunto al cliente finale e all'azienda.

Tutti questi servizi, compresi quelli per i nostri clienti, devono poggiare su fondamenta solide: a tal fine si stanno approntando le migliori piattaforme IT definendo le soluzioni che abilitino tutto

ciò grazie alla presenza di persone altamente qualificate, con uno sforzo di acquisizione di skill e tecnologie, attraverso la partnership con attori qualificati e innovativi, compreso start-up e centri secondo un modello Open Innovation già da tempo introdotto e applicato in azienda.

Infine di recente Enel ha ottenuto licenza da MVNO per la trasmissione dati Machine to Machine (M2M).



Eni

www.eni.com/it_IT/home.page

Eni è una società energetica integrata che impiega più di 33.000 persone in 73 Paesi del mondo.

Svolge attività di esplorazione, sviluppo ed estrazione di olio e gas naturale in 42 Paesi, è attiva nel trading di olio, gas naturale, GNL ed energia elettrica in 33 Paesi e commercializza carburanti e lubrificanti di qualità in 23 Paesi.

Attraverso raffinerie e impianti petrolchimici, Eni produce greggi e semilavorati per la produzione di carburanti, lubrificanti e prodotti chimici che vengono distribuiti sia al mercato all'ingrosso sia a quello retail.

Eni lavora per costruire un futuro in cui tutti possano accedere alle risorse energetiche in maniera efficiente e sostenibile e fonda il suo lavoro sulla passione, l'innovazione, sulla forza e lo sviluppo delle proprie competenze, e sul valore della persona, riconoscendo la diversità come risorsa.

Eni crede nella partnership di lungo termine con i paesi e le comunità ospitanti.

L'azienda fondata da Enrico Mattei vede nelle tecnologie digitali e, in particolare, nell'IoT una leva importante per aumentare l'integrità dei propri asset industriali e incrementare ulteriormente la sicurezza degli operatori nello svolgimento delle attività in campo.

Eni gas e luce è la nuova società, controllata al 100% da Eni, nata per sviluppare la vendita nel mercato retail e business di gas, luce e soluzioni energetiche.

Oltre alla fornitura di energia elettrica e gas, l'offerta di Eni gas e luce si arricchisce continuamente di nuove proposte per illuminazione a basso consumo, smart device per la casa, caldaie, assistenza tecnica, manutenzioni, consigli e soluzioni per l'efficienza energetica.

Con 8 milioni di clienti in Italia, Eni gas e luce si propone oggi come partner in grado di affiancare le persone e le imprese nella scelta dei migliori prodotti e servizi innovativi, al fine di usare meglio l'energia, per usarne meno.

La digitalizzazione e le tecnologie IoT sono quindi strumenti indispensabili sui quali Eni gas e luce sta investendo per aiutare i propri clienti a migliorare l'utilizzo dell'energia e aumentare il livello di qualità dell'ambiente domestico e della vita.



EPTA
www.eptarefrigeration.com

EPTA, GLI ESPERTI DEL FREDDO

Epta, gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, vanta una posizione competitiva mondiale molto forte e ben bilanciata sia geograficamente sia nelle diverse aree di business, grazie ai suoi marchi *Costan, Bonnet Névé, George Barker, Eurocryor, Misa, Iarp e Knudsen Kølning*. Con *headquarter* a Milano, Epta opera con un organico di 4.000 dipendenti, una capacità produttiva annua di 200.000 unità ed un fatturato di oltre 800 Milioni di Euro nel 2016. Combinando *l'expertise* e le competenze uniche di ciascun brand con una sistematica attività di ricerca e sviluppo, il Gruppo è in grado di anticipare i più innovativi trend globali per aiutare i *propri clienti* a raggiungere performance d'eccellenza in ambito Retail, Ho.re.ca e Food&Beverage.

Epta si posiziona come partner di fiducia per Retailer, operatori del Food & Beverage e del settore Ho.Re.Ca. che desiderano affidarsi ad un unico interlocutore *per la realizzazione di progetti chiavi in mano, su scala mondiale*. Il Gruppo è infatti in grado di fornire un'assistenza a 360° che va dallo studio del layout, alla

personalizzazione dei sistemi, all'assistenza post vendita. In questo contesto, è proprio *la ricchezza nell'offerta, l'attenzione alla qualità del prodotto e alle innovazioni tecnologiche* che rendono Epta una realtà competitiva, capace dare risposte in tempi sempre più veloci, per affrontare un mercato che negli ultimi anni è divenuto *omnicanales* affiancando al punto vendita fisico il canale virtuale dell'on-line.

Promuovere la forza innovativa è uno "stile di vita" che coinvolge l'intera Azienda. Avanguardia tecnologica, professionalità e affidabilità sono per noi un must. Negli ultimi 5 anni Epta ha stanziato circa *50 milioni di euro* per la progettazione di soluzioni che anticipano i tempi e dispone di un team di *circa 100 ingegneri*.

Esempio e risultato dell'eccellenza dei poli di ricerca del Gruppo sono gli *#EPTAbricks*, un'innovativa soluzione per gli acquisti su Internet, che trova collocazione all'interno e all'esterno dei punti vendita. Si tratta di locker per ritirare la spesa ordinata online, a disposizione dei consumatori 24 ore su 24 e disponibili sia nell'opzione per la conservazione dei secchi che per quella per la conservazione dei prodotti freschi e surgelati. *#EPTAbricks* si configura come un servizio completo, un sistema ideale per i Retailer che puntano sulla *multicanalità* per potenziare la propria crescita. Una soluzione che, infine, esprime al meglio la capacità di ottimizzare l'organizzazione di processi snelli, sostenibili e ad alta efficienza energetica ed è il risultato del connubio tra l'expertise dei migliori produttori di celle e l'eccellenza delle soluzioni plug-in.



Europ Assistance Italia
www.europassistance.it

“Assistere i clienti in tutte le circostanze della vita, nel quotidiano e nelle situazioni di emergenza, offrendo prevenzione, protezione e assistenza nelle aree della mobilità – Viaggi e Auto – e in quelle della Salute e della Casa&Famiglia”. È questa la mission di un Gruppo tra i leader mondiali nel settore dell’assistenza privata, nato a Parigi nel 1963 che nel corso della sua storia ha saputo perfezionare e che oggi offre una ricca gamma di soluzioni che integrano prestazioni di assistenza, coperture assicurative e servizi.

Europ Assistance è presente in Italia dal 1968, per questo il 2018 segna uno speciale traguardo: il 50° anniversario di attività nel nostro Paese. Mezzo secolo di assistenza in un contesto che ha vissuto grandi trasformazioni e in cui Europ Assistance è riuscita a farsi promotrice e guida del cambiamento, grazie ad un’offerta in continua evoluzione e soluzioni a prova di futuro per ogni esigenza.

Ad una mission aziendale ben definita si aggiunge la grande ambizione da parte del Gruppo di diventare la realtà a più alto tasso d’innovazione nei servizi alla persona. Quella capacità di assistere intervenendo con tempestività e in ogni eventualità possa verificarsi nella vita di ogni giorno. Il pay off “you live, we care” rias-

sume la capacità della Compagnia di instaurare e mantenere con i propri clienti la relazione umana, alla base di ogni intervento come di qualsiasi rapporto fiduciario.

Proprio seguendo i *fil rouge* della capacità relazionale e dell’innovazione Europ Assistance ha sviluppato una nuova strategia “*We Connect*” per meglio rispondere ai cambiamenti nel settore dell’assistenza e alle possibilità create dalle nuove tecnologie. Rinnovamento di strutture, tecnologie e condivisione del know how finalizzate alla centralizzazione della figura del cliente e delle sue esigenze e alla capacità di raggiungerlo ed essere raggiunti in maniera sempre più rapida e semplice.

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 e infine grazie ad un modello flessibile di offerta che può essere declinata sotto forma di assicurazione o di servizio on demand attivabile quando si ha bisogno, Europ Assistance è oggi in grado di intervenire e trovare una soluzione su una vastissima gamma di esigenze. Per questo si candida a diventare il partner ideale per il mercato IoT, con l’obiettivo di posizionarsi come hub di assistenza unico e in grado di garantire servizi a valore aggiunto in ogni momento della customer journey e in diversi ambiti della vita (salute, casa, viaggi e auto). Tanto nel supporto in fase di installazione e configurazione di hub e sensori quanto nella gestione di alert e presa in carico di qualsiasi problema e della relativa risoluzione, dal poter contare su un partner unico e altamente qualificato passa una buona fetta del potenziale di crescita e sviluppo del mercato legato all’Internet of Things.



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 dodici 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 Calcinatone (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, 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 Thing 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, nel prossimo futuro, l'integrazione di oggetti intelligenti e l'interazione con wearable devices.*



Hewlett-Packard Enterprise –
Intel
www.hpe.com
www.intel.it

Hewlett Packard Enterprise è presente nel mondo dell'innovazione da più di 75 anni. Il nostro ampio portafoglio di proprietà intellettuali e le capacità di ricerca e sviluppo a livello mondiale fanno parte di un progetto d'innovazione, destinato ad aiutare le organizzazioni di ogni dimensione, dalle multinazionali alle startup locali, a passare dalle piattaforme tecnologiche tradizionali, ai sistemi IT del futuro

Rendiamo gli ambienti IT più efficienti, produttivi e sicuri, consentendo in tal modo di fornire risposte veloci e flessibili al panorama competitivo in rapida evoluzione. Mettiamo le organizzazioni nelle condizioni di agire rapidamente sulle idee, fornendo infrastrutture che possano essere facilmente composte e ricomposte per rispondere alle diverse richieste del mercato, così da consentire loro di giocare un ruolo importante nella competizione, senza subire i disagi dell'innovazione.

Forniamo in un unico pacchetto prodotti, servizi di assistenza e consulenza di alta qualità e di valore elevato. È una delle principali caratteristiche che ci distinguono. Siamo leader nel

settore per quanto riguarda server, storage, reti cablate e wireless, sistemi converged, software, servizi e cloud. E grazie alle soluzioni e alle strategie di finanziamento personalizzate, possiamo offrirvi le soluzioni tecnologiche adatte ai vostri specifici obiettivi commerciali.

In Italia ci proponiamo quali “agenti di trasformazione” e partner di riferimento per aziende e istituzioni italiane, sostenendone il rilancio e contribuendo alla trasformazione digitale e allo sviluppo del Sistema Paese.

Nel mondo Internet of Things, HPE si propone come “l'IT dell' IoT”, proponendo un portafoglio completo di soluzioni e di servizi End 2 End per guidare aziende, municipalità ed enti della pubblica amministrazione nel percorso di trasformazione necessario per trasferire i benefici delle tecnologie IoT su persone e aziende ottimizzando servizi e processi come mai prima d'ora.

Il portafoglio HPE si dettaglia in soluzioni e servizi di sicurezza, connettività, intelligent edge computing, applicabili ai vari usecase del mondo IoT e abilitatori di una serie di applicazioni verticali quali cui mobile engagement, predictive maintenance, asset management, smart metering e smartcity supportate dalla

Universal IoT Platform che permette la gestione unificata dei vari tipi di dispositivi e connettività abilitando scenari diversificati di analytics e machine learning.

**indra**

Indra

www.indracompany.com

Indra è una delle principali società di consulenza e tecnologia a livello mondiale a supporto delle operazioni di business dei propri clienti di tutto il mondo. Sviluppa un'offerta tecnologica completa di soluzioni proprietarie e di servizi all'avanguardia ad alto valore aggiunto. A questa offerta si aggiunge una cultura unica di affidabilità, flessibilità e adattabilità alle esigenze dei propri clienti. Indra è leader mondiale nello sviluppo di soluzioni tecnologiche nei settori: Sicurezza e Difesa, Trasporto e Traffico, Energia e Industria, Telecomunicazioni e Media, Finanza, Pubblica Amministrazione e Sanità. Attraverso la sua business unit Minsait risponde alle sfide della trasformazione digitale. Nel 2015, Indra ha avuto ricavi per un valore di 2.850 milioni di euro, 37.000 professionisti, con una presenza locale in 46 Paesi e progetti in più di 140 Paesi. 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 FEEP il cui nucleo è costituito dalla piattaforma FEEP 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 Valparaíso (Cile), il progetto Smart Health Innova Saúde (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.



PHPower
www.phpower.com

PHPower è una Start-up Innovativa nata nel 2014 con l'obiettivo di sviluppare soluzioni e tecnologie innovative in ambito energetico.

Si rivolge a energy-manager ed aziende del settore industriale, terziario e commerciale con l'obiettivo di fornire soluzioni IOT per monitorare i consumi energetici e generare risparmi, con un payback mediamente inferiore ai 12 mesi.

Nel 2017 PHPower entra a far parte del Gruppo Elettra Investimenti, quotata sul mercato AIM di Borsa Italiana, tra i principali operatori in Italia nel settore della generazione distribuita e dell'efficienza energetica.

Il team multidisciplinare di PHPower è composto da professionisti che hanno maturato significative esperienze anche a livello internazionale, fortemente orientati a rispondere alle esigenze dei clienti offrendo sistemi caratterizzati da elevate prestazioni e semplicità d'utilizzo.

Le soluzioni che PHPower propone sono Cloud, Plug&Play e Abilitanti all'IOT, tecnologie innovative con un nuovo modello di business che permettono di minimizzare i costi dell'installazione fisica, fino a dimezzare addirittura il costo totale

dell'implementazione.

EnergyCloud® è la prima piattaforma, Cloud o Server, presente sul mercato, che semplifica

l'acquisizione di dati provenienti da qualsiasi tipo di sensore/dispositivo.

Grazie ai suoi algoritmi di elaborazione/rappresentazione, consente di:

- monitorare e analizzare i dati provenienti da qualsiasi tipo di sensore, contatore, o misuratore di elettricità, acqua, aria compressa, gas naturale, vapore senza dover gestire complesse implementazioni o installazioni grazie alla nostra soluzione Plug&Play;
- monitorare in tempo reale i KPI (Key Performances Indicators) per confrontare singoli siti, aree, stabilimenti o processi industriali;
- personalizzare secondo specifiche esigenze la dashboard in modo facile e intuitivo, tagliando tempi e costi relativi a lunghi progetti di programmazione;
- creare ed esportare in modo automatico report corredati da grafici ed analisi energetiche, utili per diagnosi, audit e benchmarking.

A differenza delle altre piattaforme di gestione energetica, EnergyCloud consente di focalizzare l'attenzione sulla generazione di risparmi e semplifica la raccolta, l'archiviazione e l'elaborazione dei dati.

La piattaforma è disponibile in versione demo gratuita, richiedendo gli accessi su www.energycloud.io/demo.



Poste Italiane
www.posteitaliane.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 amministrate 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".



Quantyca
www.quantyca.it

Quantyca è un team di specialisti di Data Engineering.

La sua natura è l'aiutare i clienti nel gestire ed espandere i loro asset informativi, organizzando i dati, sfruttandone il potenziale predittivo rendendoli disponibili a tutti gli stakeholders.

Il focus tecnologico è sulla gestione ed analisi descrittiva e predittiva di dati in realtime, integrando quindi flussi informativi di business con i dati IoT, realizzando Data Platform moderne ed estendibili, con esperienze particolari in campo Retail, Utility e Manufacturing.

Grazie ad un gruppo di professionisti con skill diversificati ed un network di partner tecnologici di prodotto, Quantyca si posiziona come una interfaccia naturale tra IT e business, gestendo l'intero ciclo di vita dei progetti.

Fondata nel 2009, è una realtà ormai consolidata ed in crescita con oltre 45 clienti e 90 progetti realizzati.



Reply – TIM
www.reply.com
www.telecomitalia.com

Reply [MTA, STAR: REY] è specializzata nella progettazione e nell'implementazione di soluzioni basate sui nuovi canali di comunicazione e media digitali.

Costituita da un modello a rete di aziende altamente specializzate, Reply affianca i principali gruppi industriali europei appartenenti ai settori Telco & Media, Industria e Servizi, Banche e Assicurazioni e Pubblica Amministrazione nella definizione e nello sviluppo di modelli di business abilitati dai nuovi paradigmi del Big Data, Cloud Computing, Digital Media e Internet degli Oggetti.

I servizi di Reply includono: Consulenza, System Integration e Digital Services.

Con più di 30 milioni di clienti sulla rete mobile e 11 milioni sulla rete fissa, **TIM** è l'azienda leader della connettività in Italia, che vanta le migliori reti fisse e mobili al servizio di tutti, unite alla qualità e alla sicurezza che derivano dall'esperienza accumulata come principale operatore telefonico del Paese.

TIM è anche l'azienda italiana con i maggiori investimenti in innovazione: con 1,7 miliardi di euro spesi nel 2016 per lo sviluppo di reti di nuova generazione, piattaforme e servizi ICT, l'azienda guarda al futuro nella prospettiva di diventare l'abilitatore della vita digitale nel nostro Paese.

In ambito Consumer, TIM è già presente da diversi anni sul mercato della Smart Home con alcuni servizi di tipo vertical e in logica reselling (negli ambiti monitoring, security, tracking e e-Health).

Obiettivo futuro è offrire una soluzione che segua le linee guida dei maggiori operatori mondiali, spostandosi da una logica di reselling verso una logica di ecosistema e offrendo un portafoglio diversificato di prodotti e servizi innovativi, al fine di semplificare e rendere più 'smart' la vita dei propri clienti.



Ricoh Italia
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 smart e interconnesso.

Ricoh supporta le aziende nello sviluppo di progetti innovativi basati su tecnologie IoT con i *Service Advantage*. I servizi includono consulenza iniziale, progettazione e personalizzazione delle soluzioni, installazione e manutenzione di tutti i sistemi. Ricoh mette in campo le proprie competenze nell'am-

bito della system integration per realizzare infrastrutture, anche complesse, che includono sistemi nuovi o preesistenti a garanzia degli investimenti pregressi. Dopo l'installazione, le aziende possono beneficiare della presenza capillare sul territorio di ingegneri e tecnici Ricoh che garantiscono supporto e assistenza continua.

In particolare, i servizi di *Smart Lockers System Integration* sono ideali 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 Smart Locker, vale a dire punti self-service di pick up and delivery oppure di store per merci e alimenti. I Locker possono essere monitorati per verificare che conservino la temperatura ottimale per mantenere inalterata la catena del freddo. Queste soluzioni possono essere adottate dalle aziende che vogliono migliorare l'efficienza dell'ufficio posta, dando la possibilità ai dipendenti di fruire di un servizio 24/7 per il ritiro dei pacchi personali. A questi servizi si aggiungono quelli di *IoT Devices Field Service Management*: Ricoh gestisce e monitora le tecnologie e le soluzioni IoT del cliente 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 magazzini e della logistica, automatizzando le attività mediante l'utilizzo di robot. Anche in questo caso Ricoh si fa carico dell'assistenza tecnica, della manutenzione degli impianti e della gestione delle parti di ricambio a garanzia della continuità operativa.



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. Il Gruppo SIA eroga servizi in 46 paesi e opera anche attraverso controllate in Austria, Germania, Romania, Ungheria e Sudafrica. La società ha inoltre filiali in Belgio e Olanda e uffici di rappresentanza in Inghilterra e Polonia. Una delle più recenti e interessanti iniziative lanciate sul mercato è *SIACHAIN*, l'infrastruttura nata per accelerare l'adozione di innovative applicazioni basate su tecnologia blockchain in modalità sicura e protetta. Dall'inizio del 2018 è integrata alla piattaforma Corda di R3 per consentire l'operatività delle applicazioni CorDapps ideate appositamente per il settore bancario e finanziario. SIA promuove l'evoluzione del sistema Paese attraverso l'innovazione tecnologica dei propri servizi infrastrutturali, istituendo un competence center, responsabile dell'analisi delle potenzialità dell'IoT e dei benefici che la sua applicazione può apportare alla Comunità nel suo complesso, agli organi della PA, al mondo imprendi-

toriale e al sistema finanziario. Da questa analisi è scaturito un coerente percorso di sviluppo e applicazione delle tecnologie, iniziato con un progetto di ottimizzazione: l'integrazione delle potenzialità M2M nel servizio SIA di Transaction Collection per la raccolta POS. L'attività è proseguita con la progettazione e lo sviluppo di soluzioni innovative per il segmento retail. Per promuovere l'innovazione digitale nel segmento retail, semplificare i processi di interazione con il consumatore e ottimizzare i processi interni del retailer, SIA ha realizzato *SIA EASYSHOP*, il più ampio pacchetto integrato di soluzioni per il punto vendita 2.0. Attraverso la suite di servizi telefonici fisso/mobile, accesso internet ridondato, WiFi ad alto livello di affidabilità, il negozio è sempre in grado di effettuare pagamenti digitali in maniera sicura. *EASYSHOP*, in un'unica soluzione modulare, permette al negoziante di aumentare il proprio business attraverso la vetrina digitale, fruibile tramite app di geolocalizzazione per attrarre più clienti nel punto vendita, strumenti di marketing one-to-one per la fidelizzazione del cliente ed infine ad analisi dei comportamenti dei clienti nel negozio. Nel settore della sicurezza fisica, SIA ed Emmecom, società del Gruppo con esperienza ultraventennale nella sicurezza di filiale, presentano la linea SIA *intelliFENCE*, pensata per offrire, con il servizio di centralizzazione dei segnali, l'outsourcing della gestione tecnologica mantenendo presso il cliente la governance della sicurezza. I servizi di sicurezza sono specializzati per ambito di business, di natura BYOD e prevedono l'integrazione con funzionalità avanzate di IoT: behavior-prediction, machine learning e gestione reti di sensori wireless.



Sky Italia
www.skygroup.sky/corporate

Sky Italia è la prima media company in Italia. Fa parte del gruppo Sky plc, leader dell'intrattenimento in Europa con oltre 23 milioni di abbonati in 5 paesi: Italia, Germania, Austria, Regno Unito e Irlanda. Nata nel 2003, Sky Italia opera su diverse piattaforme trasmissive con modelli di business differenti e ha una base abbonati di 4.77 milioni di famiglie al 31 dicembre 2017.

L'offerta pay, core business dell'azienda, è disponibile via satellite e IPTV e propone in abbonamento la migliore esperienza di visione – grazie a My Sky HD, a Sky On Demand e a Sky Go – e i contenuti più esclusivi: dalle produzioni originali Sky, al meglio di cinema, sport, news, intrattenimento, serie tv e programmi per bambini. Ben 150 canali tematici e pay per view, di cui oltre 60 in HD. Il servizio NOW TV offre invece in streaming, su NOW TV Box e sui principali device connessi a Internet, una selezione di contenuti di cinema, intrattenimento e sport della piattaforma. Sky è anche presente sul digitale terrestre free con tre canali: TV8, Cielo, Sky TG24. Amministratore Delegato di Sky Italia è Andrea Zappia.

A novembre 2017 Sky Italia ha lanciato Sky Q la nuova piattaforma tecnologica di Sky che trasforma la casa in un ambiente perfettamente integrato su tutti gli schermi (tv, smartphone o tablet). Tutto inizia da Sky Q Platinum che comunica via wireless con gli altri tv della casa grazie agli Sky Q Mini e, attraverso la nuova app Sky Go Q, con tutti i device mobili per vivere l'esperienza di visione più evoluta e coinvolgente di sempre. E grazie all'app Sky Go per i clienti Q è possibile portare il meglio dei contenuti Sky anche fuori casa. Sky Q apre la strada a una serie di servizi e funzionalità che, nei prossimi mesi, esalteranno ancora di più la visione e faranno evolvere ulteriormente l'esperienza di fruizione. Si partirà con il 4K HDR (High Dynamic Range). Sky Q, infatti, è già 4K ready e porterà nelle case il più evoluto standard di definizione, in grado di ampliare ulteriormente la gamma cromatica, il rapporto di contrasto e il livello di dettaglio di ogni immagine per renderla ancora più realistica e naturale. Arriverà anche Sky Soundbox che, sviluppata in collaborazione con Devialet, sarà capace di ottimizzare il suono in funzione del contenuto che si sta vedendo, regolandone automaticamente il volume. Questa tecnologia, insieme alle altre funzioni di Sky Q, porta a casa degli abbonati la migliore esperienza di home entertainment in Italia racchiudendola in un dispositivo da appoggiare di fronte alla tv. Tra le prossime novità ci sarà, inoltre, il Voice Control per controllare la tv con i comandi vocali. Il telecomando, infatti, è già dotato di un tasto, che verrà attivato nei prossimi mesi per consentire di cambiare canale o cercare un titolo attraverso la voce.



Social Thingum
www.socialthingum.com

Social Things è una startup innovativa fondata nel 2015 con sede a Milano che sviluppa tecnologie ICT innovative e algoritmi per collegare persone e oggetti attraverso Social Network intelligenti. Le nostre soluzioni integrano tecnologie innovative in ambito Social Network, IoT, Artificial Intelligence, E-learning, Recommender System, Data Analytics, GIS per lo sviluppo sia dei prodotti e servizi proprietari che delle attività di R&D e consulenza conto terzi. Il punto di forza del team è nell'integrazione di profili provenienti dall'ambiente accademico di area informatica con profili provenienti dal mondo imprenditoriale. Social Thingum ha affinato le sue competenze realizzando progetti di R&D nazionali ed europei e svolge anche attività di consulenza per grosse multinazionali, è inoltre un centro di ricerca e trasferimento tecnologico accreditato in Questio della Regione Lombardia.

I caratteri distintivi delle sue attività sono:

- R&D in campo di servizi 4.0, data analytics e machine learning
- Riconcontro sperimentale su mockup fisici in cui migliorare l'intelligenza artificiale e la user experience.

La startup ha realizzato un Social Intelligent Content Management System (WHOTEACH *) che aggrega e diffonde conoscenza creata da esperti.

In ambito smart home la società è inserita nel paradigma IoT lungo due filoni:

- watchdog per aumentare la sicurezza della casa
- e-mom per migliorare la usabilità dei devices.
 - *Watchdog*. Social Things ha un'ampia visione della sistemistica e componentistica disponibile sul mercato smart home per architetture di cloud computing, edge computing, autonome e miste ed è pronta a immettere nel mercato MVP per funzioni quali la domanda in remoto "chi c'è in casa". Unitamente a questi device vengono lanciati servizi proprietari collegati in rete attraverso protocolli di learning by gossips.
 - *E-mom* è una social network dei fatti, dove il patrimonio di conoscenza scambiato è costituito da terne: task domestico che devo svolgere – sequenza di comandi (ricetta) con cui il mio device esegue il task – feedback dell'utente. La parte distintiva del paradigma è la capacità di elaborare il feedback mediante algoritmi di intelligenza computazionale che apprendono a soddisfare sempre meglio le esigenze degli utenti.

Nei laboratori di Social Thingum sono disponibili strumenti di calcolo e simulazione per studiare scenari domestici e i benefici delle applicazioni telematiche. Del pari, vi è allestito un mockup che riproduce e monitora un appartamento standard dotato dei comuni elettrodomestici. Attualmente Social Thingum è capofila di un consorzio finanziato dalla Regione Lombardia per la realizzazione di un ecosistema di Elettrodomestici Social per l'industria 4.0.

Contatti: www.socialthingum.com – info@socialthingum.com



SOFTline
www.softline.it

SOFTline: il partner tecnologico che fa diventare i tuoi sogni realtà.

Nata a Milano nel 1991, **SOFTline** si è subito concentrata sullo sviluppo della strumentazione informatica a supporto della gestione del ciclo dei rifiuti, in particolare della raccolta differenziata.

Progetta e realizza strumenti software e hardware anche in partnership con altre Aziende di settore. I prodotti accompagnano l'intero ciclo dell'igiene ambientale: dalla raccolta, trasporto e movimentazione dei rifiuti (planning, monitoraggio delle risorse e dei percorsi, registrazione dei flussi e obblighi) ai sistemi di gestione ambientali e dei contenitori puntuali, dai servizi di customer care fino alla tariffazione e riscossione.

Grazie al supporto dato alle Aziende private, Enti Locali e Aziende Pubbliche, i prodotti si sono evoluti.

Nel 1996 ha dato il via ad uno dei primi sistemi in Italia per il calcolo della tariffa puntuale dei rifiuti: è nato così il primo nucleo del progetto Wintarif, fiore all'occhiello della suite informatica di Softline.

Tutti i sistemi sono stati pensati e sviluppati per poter essere integrati in un'unica piattaforma personalizzabile: forte normalizzazione

dei dati e completa disponibilità delle informazioni che possono essere elaborate e rese visibili con accessi personalizzati e sicuri.

Wintarif è un gestionale progettato per la gestione della tariffa a quantità dei rifiuti urbani, predisposto per diversi modelli tariffari, configurabile per l'acquisizione dei dati di raccolta, in grado di elaborare la tariffazione sulla base del volume, del peso o del numero dei conferimenti. Permette di gestire anche la tariffa nella forma tributo. Moduli integrati per tutte le fasi della riscossione, anche coattiva.

Winsinfo è il software per la movimentazione dei rifiuti, registro di carico e scarico, formulari, MUD, collegamento con Sistri e con l'Albo gestori.

Riciclarlo è un'APP pensata per aiutare i cittadini e le utenze non domestiche nella corretta gestione dei propri rifiuti urbani e assimilati e nel reperire facilmente le informazioni relative alla propria posizione TARI.

Agorà è il software CRM per la gestione di segnalazioni e reclami, richieste di intervento o prenotazione di servizi e di tutte le attività connesse con il servizio clienti di un'azienda.

GERA è il software per la Gestione Risorse umane, Automezzi e Attività, realizzato per registrare ed elaborare tutti i dati economico/amministrativi relativi a personale e veicoli; pianificare su base euristica turni di servizi impostati in base a diversi parametri; rendicontare le attività svolte dagli operatori.

Geco è un sistema integrato hardware/software per la distribuzione e il censimento dei contenitori sul territorio.

Wineco: è il software per la gestione degli Ecocentri di raccolta comunali.



The AvantGarde Group
www.theavantgardegroupp.it

The AvantGarde Group è un “*Business Innovator*” che accompagna le Aziende nei propri Programmi di trasformazione digitale.

Il paradigma “Financial Services & Tech” viene sviluppato dal Gruppo in modo innovativo: operativamente, AvantGarde è infatti la prima Rete di Imprese con soggettività giuridica con al proprio interno, oltre ad una struttura composta da Strategist, Data Scientist & UX specialist, un vero e proprio processo di orchestrazione di Società leader di mercato con storie di successo pluriennali e Start Up innovative in grado di fungere da booster su specifici temi e tecnologie. A questo si integrano le attività di uno dei più importanti Studi ICT Legal e la partnership con i più noti Studi Notarili italiani.

Il tutto per sviluppare e proporre un nuovo e innovativo modello di collaborazione con le Financial Institution e la propria Customer Base (Individual & SME): le “*Business Platform*”.

Per AvantGarde, le *Business Platform* (composte da application, physical – device, format, nuovi legal form, user research preventive e pattern di analisi sviluppati attraverso evoluti sistemi di artificial intelligence) sono i veri e propri acceleratori che

il “*Sistema*” (Banche, Assicurazioni, Privati, Imprese, ...) può valorizzare, anche grazie alle tre dedicate NewCO costituite da AvantGarde:

- **Supply@ME:** FinTech che ha lanciato il programma “Open Supply Chain Project”, inteso come innovativa “Piattaforma” in grado di “connettere” le cc.dd. “Filieri” con il proprio ecosistema di Stakeholder (Banche, Assicurazioni, Clientela internazionale, Fornitori strategici, Istituzioni, ...) al fine di permettere alla Filiera medesima di fruire di servizi innovativi in ambito financing e, più in generale, digital collaboration;
- **RegTech Open Project:** nuova Società, con già alla base un rilevante portafoglio di Clienti nonché accordi strategici con importanti Società di Management Consulting e Information Company, che porterà sul mercato il nuovo paradigma dei “Cognitive Internal Control”: trattasi di un insieme di servizi in ambito controlli interni e business resilience in grado di valorizzare la tecnologia “esponenziale” dell’artificial intelligence;
- **Darwinsurance:** start up già esistente – anche iscritta al registro dei broker assicurativi – con la quale verrà proposto al mercato un innovativo bouquet di servizi assicurativi in ambito “living service”.

Grazie all’innovativo “portafoglio” di NewCO, AvantGarde può quindi offrire al mercato una serie di soluzioni innovative nonché assistere i propri Clienti anche in progettualità ad elevato contenuto strategico in relazione alla definizione ed attuazione di strategie digitali o di nuovi modelli di servizio.



Vodafone Italia
www.vodafone.it

Vodafone Italia fa parte del Gruppo Vodafone, uno dei maggiori gruppi 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 in 26 paesi ed è presente con accordi di partnership in altri 50. Il Gruppo è attivo in 19 mercati con i propri servizi di rete fissa. Al 30 settembre 2017, Vodafone contava 522,8 milioni di clienti di rete mobile e 18,8 milioni di rete fissa.

La rete 4G di Vodafone supera il 98% della popolazione (oltre 7.000 comuni, di cui oltre 1.400 con rete 4G+ a 225 Mbps). La rete mobile 4.5G raggiunge fino a 800 Megabit per secondo nelle città di Firenze e Palermo e fino a 550 Megabit per secondo a Milano, Torino, Bologna, Verona e Napoli, a cui seguiranno a breve Roma e Genova.

I servizi in fibra sono disponibili in oltre 1.200 città italiane, di cui 12 coperte dalla fibra fino a 1 Gigabit al secondo attraverso la partnership con Open Fiber.

Vodafone, che si è aggiudicata la sperimentazione 5G per la città metropolitana di Milano nell'ambito della sperimentazione promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico, ha recentemente effettuato la prima connessione dati 5G fino a 2.7 Gbps in Italia utilizzando la banda di frequenze 3.7-3.8 GHz.

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.

A novembre Vodafone ha inoltre annunciato l'ingresso nel mercato IoT consumer con il lancio globale di 'V by Vodafone' in Italia, U.K., Germania e Spagna.

Vodafone è presente nel mercato dei contenuti video con Vodafone TV, il servizio che integra in un'unica piattaforma tv tradizionale, on demand e Internet TV.

Con un'offerta convergente che include connettività 4G e Fibra, servizi cloud, Mobile Analytics e IoT, Vodafone è partner per la digitalizzazione di imprese e pubblica amministrazione.

Vodafone in Italia ha circa 7.000 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 il primo produttore mondiale di elettrodomestici con un fatturato annuo di circa 21 miliardi di dollari, 93.000 dipendenti e 70 centri di produzione e di ricerca tecnologica in tutto il mondo nel 2016.

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 24.000 dipendenti, una presenza sul mercato in oltre 30 Paesi e siti produttivi in otto 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.

La gamma di prodotti disponibile oggi include lavatrici, asciugatrici, lavastoviglie, frigoriferi, condizionatori e a partire dal secondo trimestre del 2018 comprenderà 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 nostra soluzione.

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 Twitter, LinkedIn e Facebook.



ABB
www.abb.it



AlfaEvolution Technology
www.waytech.it

ABB è un leader tecnologico all'avanguardia nei prodotti per l'elettrificazione, nella robotica e nel controllo di movimento, nell'automazione industriale e nelle reti elettriche al servizio dei clienti nelle utility, nell'industria, nei trasporti e nelle infrastrutture, a livello globale.

Continuando una storia di innovazione lunga più di 130 anni, oggi ABB sta scrivendo il futuro della digitalizzazione industriale e guidando la quarta rivoluzione industriale ed energetica.

ABB Ability™ è la nostra offerta digitale integrata che spazia attraverso tutti i settori industriali e si estende dal singolo componente fino al cloud, con prodotti, sistemi, soluzioni, servizi e una piattaforma, che permette ai nostri clienti di sapere di più e fare di più e meglio, insieme.

Per la Smart Home l'offerta ABB si compone di dispositivi e soluzioni integrate, attraverso una gamma di prodotti essenziale nelle linee e nelle funzioni, che permette di gestire in modo sicuro e intelligente le utenze elettriche e migliorare il comfort nei diversi ambienti.

Nell'Era dei Big Data Unipol conosce il \$ dei dati.

Con più di 3,5 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.

**BNP PARIBAS
CARDIF****BNP Paribas Cardif**
www.bnpparibascardif.it**ENGIE Italia**
casa.engie.it

BNP Paribas Cardif, polo assicurativo del Gruppo BNP Paribas, dal 1989 sviluppa e distribuisce sul mercato italiano prodotti assicurativi per i segmenti Protezione e Risparmio attraverso i canali Retail Banking, Partnership e Digital ed è tra le prime 10 compagnie assicurative in Italia (Classifica ANIA 2016) e 5° player bancassicurazione vita (Elaborazione dati Iama 2016).

Per il proprio DNA di innovatore e pioniere, BNP Paribas Cardif crede fortemente nell'importanza dell'innovazione digitale per il settore assicurativo ed è quotidianamente impegnata nella definizione di un'offerta di prodotti e servizi adeguata alle esigenze dei nuovi clienti digitali e ai nuovi canali di vendita.

Nel 2013 BNP Paribas Cardif ha lanciato in anteprima europea Habit@t, la polizza casa con telematica integrata. Oggi la Compagnia sta lavorando a differenti concetti di prodotti integrati con l'Internet delle Cose, al fine di creare una piattaforma completa di protezione della famiglia.

Ha promosso nel 2017 la quarta edizione della call for ideas Cardif Open-F@b, focalizzata sul tema della Preventive Insurance.

ENGIE offre elettricità, gas naturale e servizi energetici alle famiglie ed alle imprese Italiane, secondo un modello basato sulla crescita responsabile, per affrontare le grandi sfide energetiche e ambientali: rispondere al fabbisogno energetico, garantire la sicurezza negli approvvigionamenti, lottare contro il cambiamento climatico e massimizzare l'utilizzo delle risorse.

Presente in 70 paesi con oltre 153.000 collaboratori, ENGIE è il primo fornitore di servizi per l'efficienza energetica al mondo, il primo produttore indipendente di energia elettrica e il terzo venditore di gas naturale in Europa.

In Italia ENGIE 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 2.800 collaboratori 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 nel mercato all'ingrosso, il quinto nella produzione di elettricità.



Ezviz
www.ezviz.it



Fastweb
www.fastweb.it

Ezviz è il nuovo brand che nasce grazie all'esperienza e alla ricerca tecnologica di Hikvision, leader mondiale nella Videosorveglianza, che offre una gamma di Prodotti security e *safety Easy to Install* altamente innovativi derivati dal mercato professionale. L'intera gamma Ezviz, dal design minimal e accattivante è un concentrato di tecnologia interamente gestibile da un'unica App dedicata. Basta scansionare il QR code per essere subito in linea

- Kit antifurto Home Security
- Telecamere da Interno ed Esterno
- Sistemi di Network Storage
- Gamma completa Action Cam e Dash Cameras

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. Grazie all'attenzione dell'azienda e del suo team di Ricerca e Sviluppo al crescente mercato dell'IoT, Ezviz sta lavorando all'integrazione dei propri sistemi in partnership con le più importanti piattaforme e 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 2018 la campagna Marketing per il consolidamento del marchio Ezviz come punto di riferimento mondiale nel mercato della Smart Home.

Con circa 2.4 milioni di clienti, **Fastweb** è uno dei principali operatori di telecomunicazioni in Italia.

L'azienda offre servizi voce e dati, fissi e mobili, a famiglie e imprese.

Puntando sull'innovazione Fastweb ha sviluppato una rete nazionale in fibra ottica di 45.600 chilometri e oggi raggiunge con la tecnologia fiber-to-the-home o fiber-to-the-cabinet circa 7,9 milioni di abitazioni e aziende.

Entro il 2020 Fastweb raggiungerà con la rete ultrabroadband 13 milioni di famiglie (ovvero il 50% della popolazione), di cui 5 milioni con tecnologia FttH e velocità fino a 1 Gigabit e 8 milioni con tecnologia FttCab e velocità fino a 200 Megabit per secondo.

La società offre ai propri clienti un servizio mobile di ultima generazione 4G e 4G Plus. Entro il 2020 il servizio mobile verrà potenziato grazie alla realizzazione di una infrastruttura di nuova generazione 5G.

Fastweb fornisce servizi di tlc ad aziende di tutte le dimensioni e alla Pa, 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.



Gruppo Sintesi
www.grupposintesi.it



GS1 Italy
www.gs1it.org
www.tendenzeonline.info

“Mettere le proprie competenze IoT a disposizione dei clienti per realizzare infrastrutture dati e impianti d’edificio che efficientano i processi e ottimizzano il consumo energetico”: questa è la missione che si è data **Gruppo Sintesi** festeggiando 35 anni di attività.

I clienti sono multinazionali – soprattutto italiane – con processi distribuiti su diverse sedi nei settori della produzione, distribuzione e vendita di moda e beni di consumo.

Progetta e realizza infrastrutture d’edificio che garantiscono la produttività aziendale, ma soprattutto abilitano l’innovazione digitale ed il risparmio energetico..

Tradurre obiettivi, idee, standard e best-practice in progetti è dove risiede il grande valore del Gruppo.

La piattaforma iperconvergente Georeting sviluppata da Gruppo Sintesi fornisce cruscotti altamente personalizzati che permettono al management di gestire i processi e di prendere decisioni in tempo reale.

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.



Iren – IRETI
www.gruppoiren.it
www.ireti.it



Monclick
www.monclick.it

Iren è una delle più importanti multiutility italiane e opera nei settori dell'energia elettrica, del gas, dell'energia termica per tele-riscaldamento – di cui è *primo operatore nazionale* – dei servizi idrici integrati, dei servizi ambientali e dei servizi tecnologici.

Il Gruppo conta oltre 6 mila dipendenti, un portafoglio di circa 1,7 milioni di clienti nel settore energetico, 2,7 milioni di abitanti serviti nel ciclo idrico integrato e oltre 2 milioni di abitanti nel settore ambientale.

La distribuzione di energia elettrica, gas e acqua sul territorio nazionale è invece affidata a **IRETI**, società del Gruppo Iren che gestisce il servizio in modo integrato e capillare, nel pieno rispetto dell'ambiente e della sicurezza di lavoratori e cittadini.

Il servizio distribuzione gas è attivo in 95 comuni tra Emilia, Piemonte e Liguria e, tramite 8 mila km di rete in media e bassa pressione, rifornisce oltre 700 mila clienti finali.

IRETI nel corso del 2016 ha distribuito circa 1,2 miliardi di m3 di gas e, nel rispetto della Delibera dell'ARERA Arg/gas 631/13, ha installato oltre 250 mila contatori di tipo elettronico.

Monclick vende online prodotti di informatica, elettronica, telefonia ed elettrodomestici in Italia, offrendo un catalogo di oltre 70.000 articoli e garantendo un'esperienza d'acquisto completa, che si perfeziona con la consegna ed installazione a domicilio del prodotto scelto.

Monclick mette inoltre a disposizione delle aziende le competenze acquisite in oltre 10 anni di esperienza per la realizzazione di soluzioni di e-commerce *tailor-made*, finalizzata a integrazioni di processo *end-to-end*. Gli elementi portanti dell'offerta sono lo scambio di flussi automatici di dati, la definizione di servizi logistici e di consegna *ad hoc*, lo sviluppo e la gestione di portali di shopping online indipendenti, la realizzazione di campagne di e-mail marketing mirate per conto del partner.

Fondata nel 2005 e acquisita nel 2017 da Unieuro SpA, Monclick è oggi uno dei primi *e-tailer* italiani del settore *high-tech*.

Da sempre sensibile all'adeguamento del proprio catalogo ai trend di mercato e alle tecnologie innovative, Monclick in ambito *IoT* ambisce a porsi come partner-pivot nella proposizione di soluzioni integrate “chiavi in mano” di prodotti e servizi al Cliente finale.



Olivetti
www.olivetti.com

Olivetti, marchio storico dell'industria italiana, è oggi il polo digitale del Gruppo TIM – suo azionista di controllo.

Con un'ampia offerta di prodotti HW e SW all'avanguardia, svolge l'attività di Solution Provider offrendo soluzioni in grado di automatizzare processi e attività aziendali per le PMI, le grandi aziende e i mercati verticali.

Grazie alla leadership nel Retail e nell'Office, e al know how nei settori Machine to Machine, Internet of Things, Cloud Computing e multicanalità evoluta, Olivetti ha oggi un posizionamento distintivo di competenze nell'ambito dell'innovazione digitale.

Olivetti ha una presenza commerciale in oltre 50 paesi al mondo, prevalentemente in Europa, nel Far East e in America Latina.

Nel 2015 entrano a far parte del gruppo Olivetti due società leader della didattica digitale e dell'Intelligent Transport System: Alfabeto e W.A.Y.



Philips Lighting
www.lighting.philips.it

Philips Lighting, leader mondiale nei prodotti, sistemi e servizi di illuminazione, fornisce soluzioni innovative che danno vita a nuovi valori di business, offrono una user experience di alto livello e aiutano a migliorare la vita delle persone.

Philips Lighting è la prima azienda che fornisce soluzioni per i mercati consumer e professional, avvalendosi dei vantaggi dell'Internet of Things per trasformare case, edifici e spazi urbani.

Ha circa 36.000 dipendenti dislocati in oltre 70 Paesi. Visita il sito www.newscenter.philips.com/it_it. Philips Hue è il primo sistema di illuminazione connessa dedicato alla casa.

Comprende lampadine, strisce luminose, faretto, lampade ed una serie di accessori. Grazie a un programma di sviluppo, vi sono più di 600 app sviluppate da terze parti per Philips Hue.

Il sistema sta trasformando il modo di utilizzare la luce in casa per stimolare i sensi, illuminare ogni momento o potersi sentire sicuri anche quando si è lontani da casa.

Philips Hue va oltre l'illuminazione per offrire più della semplice luce, regalando nuove esperienze il cui unico limite è la tua immaginazione. www.meethue.it



Sicuritalia
www.sicuritalia.it

Sicuritalia è il leader del mercato italiano della Sicurezza, per dimensione, tasso di sviluppo e solidità economico-finanziaria, con 7.200 dipendenti, 360 milioni di Euro ricavi e oltre 50.000 clienti.

Sicuritalia opera a stretto contatto con i maggiori interlocutori dei settori Industriale, Bancario, Commerciale e Pubblico, offrendo una gamma di servizi integrati per la Sicurezza ed il Soft Facility Management.

Le sue radici risalgono al 1956, anno in cui fu fondata la prima azienda del gruppo.

Sicuritalia può essere considerata oggi un "Global Security Service Provider", poiché offre una vasta gamma di servizi e prodotti 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.

Il Gruppo opera attraverso *sei divisioni*: Vigilanza Privata, Servizi Fiduciari, Engineering Security Systems, Intelligence & Risk, Cyber Security, Facility Management.



Sorgenia
www.sorgenia.it

Nata nel 1999, **Sorgenia** è oggi uno dei maggiori operatori italiani di elettricità e gas naturale.

Al passo con i cambiamenti in atto nel settore energetico, l'azienda si propone come digital energy company nel mercato libero dell'energia, operando in un contesto in cui la digitalizzazione e l'innovazione acquisiscono un ruolo sempre più rilevante.

Per rispondere al cambiamento in atto tra i consumatori, sempre più consapevoli e sempre più protagonisti delle proprie scelte, nel 2016 Sorgenia è ritornata sul mercato residenziale proponendo un'offerta di fornitura luce e gas full- digital.

Oggi Sorgenia è impegnata a realizzare sfidanti piani di sviluppo sia nell'attività di generazione, sia in quella di offerta di nuove soluzioni per famiglie e imprese.

L'obiettivo dell'azienda è quello di proporsi come partner energetico e accompagnare il cliente passo dopo passo in un percorso di efficienza energetica e sostenibilità ambientale, offrendogli soluzioni innovative e digitali che lo aiutino a ottimizzare i propri consumi, a tagliare i costi della bolletta e a semplificare la sua quotidianità.



Tera
www.terasrl.it



TXT e-solutions
www.txtgroup.com

Soluzioni per Ecosistemi IoT

Tera è una PMI Innovativa con competenze distintive nella progettazione elettronica e informatica (HW e SW) applicata all'efficienza energetica degli edifici e dei processi.

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 dalla BEETA™ App 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.

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, Automotive&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 IOT per le funzioni di machines tracking, remote monitoring e predictive maintenance;
- Data analytics per una migliore gestione delle informazioni aziendali;
- Operazioni di pianificazione e programmazione delle attività.

Tramite la nostra controllata PACE GmbH, sviluppiamo prodotti software innovativi e altamente funzionali per: progettazione architettuale di velivoli (pre-design); configurazione della cabina passeggeri; l'efficientamento dei consumi di carburante in termini di ottimizzazione delle rotte.

Con la start-up interna TXT SENSE, sviluppiamo e commercializziamo applicazioni innovative di *Realtà Aumentata* per altri segmenti dell'industria e dei servizi.



Valtellina
www.valtellina.com



Vimar
www.vimar.com

Valtellina “System Integrator 4.0”

In notevole crescita il ramo d'attività di Valtellina che si occupa di infrastrutture per smart manufacturing, IoT e integrazione fra automazione industriale e TLC.

Le forti competenze nel settore delle infrastrutture per le TLC hanno permesso a **Valtellina** (gruppo industriale con oltre 80 anni di storia e più di 1200 dipendenti) di espandere il proprio ramo d'azione anche al mondo del 4.0 e IoT. Interconnettere tra loro sensori e macchine negli impianti industriali, facendoli colloquiare con sistemi di gestione centralizzati: questo è il ramo di attività sul quale l'azienda, che ha il suo headquarter a Bergamo e 18 sedi in Italia, sta puntando sempre di più. Valtellina si propone come System Integrator 4.0, con capacità per interpretare i bisogni infrastrutturali dei clienti. In particolare, in ambito IoT spiccano le soluzioni già affrontate in case history preziose per capire approccio e modalità di intervento nella sinergia fra IT e OT. Valtellina, ad esempio, ha realizzato per una delle principali aziende italiane del food, l'intera parte progettuale di infrastruttura di rete passiva (Fibra ottica, cavi, Rack, outlets, etc.), sia la parte attiva IT, con apparati industriali L2 e L3 di rete LAN.

Vimar 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, l'azienda oggi è in grado di proporre soluzioni che rispondono anche ai criteri dell'Internet Of Things: una gamma di prodotti e sistemi, che combinano estetica, affidabilità e funzioni evolute, connessi ad internet tramite le più evolute tecnologie digitali e per questo in grado di dialogare tra loro dando vita a un edificio intelligente.

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 WiFi. Passando dai sistemi di TVCC, Videocitofonia ed Antintrusione 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 anche mobile, Smart Phone e Tablet e con tutti i sistemi digitali attraverso i protocolli più diffusi nel mercato.



Wind Tre Business
www.windtrebusiness.it

Wind Tre, guidata da Jeffrey Hedberg, è ai vertici del mercato mobile in Italia e seconda in quello del fisso.

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. Sul fronte del mobile, Wind Tre dispone di una infrastruttura moderna di 21.000 siti di trasmissione 5G ready e di una significativa disponibilità di frequenze.

Il brand Wind Tre Business, rivolto ad Aziende e Pubblica Amministrazione, si propone come partner preferenziale per la trasformazione digitale, con soluzioni di telefonia fissa e mobile e con servizi digitali 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 e l'app dedicata al self-caring.

Wind Tre Business è caratterizzato da relazione, fiducia e valore, che si traducono in vantaggi concreti per tutti i clienti.

www.osservatori.net

Seguici anche su:



PARTNER



SPONSOR

