

CENTRO STUDI TIM

RAPPORTO SMART HOME 'INTERNET OF THINGS NELLE CASE ITALIANE'

Nel mondo il mercato della Smart Home vale 68 miliardi di euro, arriverà a 110 miliardi nel 2023

Il mercato globale della Smart Home vale circa 68 miliardi di euro nel 2020 e raggiungerà quota 110 miliardi di euro nel 2023, con un incremento medio annuo di circa il 17%. USA e Cina sono i principali mercati e sono cresciuti rispettivamente del 20 e del 40% nel corso del 2019 e per il 2020 la crescita è prevista invariata. In Europa i paesi con maggior valore del mercato sono Germania e Inghilterra con circa 3,2 miliardi di euro, mentre Italia e Spagna hanno le migliori prospettive. Sebbene anche per l'Europa il mercato della Smart Home abbia registrato una battuta d'arresto come effetto della pandemia, in termini di ricavi e di oggetti venduti, aumentano i clienti che utilizzano gli oggetti smart nella propria abitazione. In sostanza, si sono venduti meno oggetti smart ma ad un numero più ampio di famiglie rispetto al passato. Per il 2021 la crescita attesa in Europa dovrebbe ripartire con l'intensità del 2019, se non ancora maggiore, in linea con quanto prospettano recenti indagini sul mercato statunitense. Guida la classifica dei principali Paesi europei per diffusione degli oggetti smart nelle case il Regno Unito, dove per ogni 10 case ci sono 18 oggetti smart. Seguono la Germania (16 oggetti) e la Francia (12). Con 6 oggetti smart ogni 10 case, inoltre, l'Italia precede la Spagna che ne registra solo 4.

Il mercato italiano della Smart Home vale 566 milioni di euro. Nel 2023 raggiungerà un miliardo

Nel 2020 il mercato della Smart Home in Italia vale circa 566 milioni di euro, in lieve frenata rispetto al 2019 (-6%) a causa della pandemia. Tuttavia, la crescita media annua prevista è del 26% e nel 2023 il giro d'affari dovrebbe superare il miliardo di euro, grazie all'attenzione degli italiani alle proprie abitazioni derivante in parte anche dall'effetto comportamentale post-Covid. A fare da traino sono gli smart speaker, altoparlanti dotati di assistenti vocali, che hanno registrato una vertiginosa crescita negli ultimi due anni (+59% nel 2019, +11% nel 2020). Tra gli altri dispositivi interconnessi per l'automazione della casa, collegati al web e gestibili da remoto, ci sono gli elettrodomestici smart piccoli e grandi e i dispositivi di controllo e connettività locale, quali gateway e hub, prese smart e comandi. Spazio anche a telecamere, sensori ed altri sistemi di sicurezza e protezione fino a home entertainment, illuminazione smart e sensori per migliorare il comfort domestico, sistemi e prodotti per il controllo dei consumi energetici domestici.

Con la pandemia la casa 'intelligente' torna al centro dell'attenzione degli italiani

Per il 90% degli italiani intervistati da Doxa dopo il lockdown la casa è in cima alla lista delle priorità, ma quasi la metà degli italiani (48%) si dice non pienamente o solo parzialmente soddisfatto della propria abitazione, con una differenza legata all'età e al reddito oltre che alla tipologia di casa e al titolo di godimento dell'immobile. Il 23% degli italiani ritiene che la casa ideale è quella tecnologica, con un collegamento Internet veloce e stabile, è connessa con il Wi-Fi e controllabile dall'esterno attraverso lo smartphone, con sistemi di sicurezza avanzati e rilevatori di perdite e guasti.

Le nuove esigenze legate alla pandemia hanno portato molte famiglie italiane a riconvertire le proprie abitazioni in uffici, aule per la didattica e perfino in palestre dove poter svolgere attività fisica, una "maison à la carte", flessibile e mutevole in base alle attività, agli orari e agli interessi dei diversi componenti della famiglia. Grazie agli incentivi statali per l'efficienza energetica e alla diffusione delle connessioni broadband e ultrabroadband nel Paese, aumenta la consapevolezza dei consumatori sugli oggetti smart nelle case. La permanenza prolungata nella propria abitazione durante il lockdown, spesso connessa al fenomeno dello smart working, ha stimolato il ripensamento degli spazi domestici in ottica smart: il 46% dei rispondenti

vorrebbe apportare modifiche alla propria casa, il 16% lo farebbe per migliorarne le dotazioni tecnologiche, mentre l'11% per aumentarne l'efficienza energetica.

Il fenomeno ha riguardato anche le aree meno abitate del Paese; stanno infatti emergendo nuovi modelli di sviluppo territoriale grazie alla diffusione della banda larga e dello smart working. In alcuni borghi le amministrazioni comunali hanno stanziato agevolazioni economiche dedicate agli smart worker mirate ad attrarre nuclei familiari interessati a trasferirsi in queste località per svolgere la propria attività professionale a distanza (smart working villages). Altre iniziative avviate in Comuni a rischio spopolamento hanno offerto in affitto o in vendita abitazioni in disuso a prezzi simbolici. Tra le iniziative più interessanti si possono citare quelle avviate dai Comuni di Irsina (MT), Palazzolo Acreide (SR) e Otranto (LE).

La Smart Home riduce le emissioni CO2 fino a 2,5 milioni di tonnellate l'anno

Le Smart Home possono contribuire a ridurre in maniera significativa il consumo energetico delle famiglie italiane e quindi le emissioni di CO2. In particolare, i sistemi di energy monitoring della Smart Home possono generare un risparmio fra i 3 e i 3,5 miliardi di euro annui se usati in maniera massiva. **Una riduzione del 10-15% dei consumi elettrici nazionali domestici legata ai dispositivi di energy management può portare inoltre ad una riduzione complessiva di CO2 di circa 1,7- 2,5 milioni di tonnellate l'anno.**

Benessere, efficienza e sicurezza le principali motivazioni di acquisto degli oggetti smart

Secondo una ricerca effettuata per Energy@Home, **la Smart Home raccoglie l'interesse dell'85% della popolazione.** I principali driver di acquisto sono la ricerca del benessere, dell'efficienza e della sicurezza, con diverso grado di coinvolgimento in base alla fascia di reddito, alla zona di residenza, al livello di istruzione e all'età. **La presenza in casa di almeno un oggetto smart cresce all'aumentare dei componenti della famiglia, dal 28% del single fino al 56% di un nucleo di almeno 5 persone,** mentre la propensione al primo acquisto sembra variare intorno al 40% in modo meno sensibile, con un picco del 48% per nuclei familiari di 3 persone.

In altri termini, le famiglie con figli, più giovani e mediamente più istruite hanno già almeno un oggetto smart home. Con l'aumentare della numerosità del nucleo familiare aumenta la propensione ad avere oggetti smart. Al contrario i non interessati sono più numerosi tra i single.

Più oggetti intelligenti tra chi ha una connessione broadband/ultrabroadband

La presenza di connettività broadband e ultrabroadband nell'abitazione si lega ad una maggiore propensione all'acquisto di un oggetto smart. **Chi ha una connessione dati stabile e veloce possiede un oggetto smart nel 66% dei casi e intende acquistarlo nel 68% dei casi.** Come primo acquisto, i kit sono spesso considerati la soluzione più semplice dagli italiani, specialmente da chi non ha ancora dimestichezza con gli oggetti smart, mentre l'acquisto del singolo prodotto è preferito da chi già possiede oggetti smart per una maggiore libertà di scelta delle caratteristiche dell'oggetto (88%) e la ricerca di un risparmio economico (83%).

La Smart Home dà valore al mercato immobiliare. Disposti a pagare fino al 3% in più per l'acquisto di una nuova casa

La Smart Home ha un notevole impatto sul mercato immobiliare, dove viene percepita come fattore differenziante ed attrattivo capace di ridurre notevolmente i tempi di compravendita dell'immobile. Negli ultimi anni in Italia si è assistito ad un generale decremento del prezzo delle abitazioni, che supera il 25% su base nazionale rispetto al 2012 per le abitazioni preesistenti. Prendendo a riferimento i mercati americano e britannico, più avanti dell'Italia nelle dinamiche di impatto dell'ultrabroadband sul patrimonio immobiliare, **in media per l'acquisto di una casa con fibra ottica si paga un prezzo più alto fino al 3,8%, che diventa fino al 15% in caso di affitto.** Per contro le case senza connessione o con velocità di download ridotte possono valere il 20% -24% in meno. **Internet è ora la quarta utility dopo gas, elettricità e acqua.** La Smart Home è data per

TIM S.p.A.

Sede legale: Via Gaetano Negri, 1 - 20123 Milano

Cod. Fisc. /P. IVA e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano: 00488410010 - Iscrizione al Registro A.E.E. IT08020000000799

Capitale Sociale € 11.677.002.855,10 interamente versato Casella PEC: telecomitalia@pec.telecomitalia.it

scontata per le case nuove e/o di lusso, mentre per le altre case ogni soluzione smart installata porta un valore aggiuntivo dal 1% al 5%. Le case con sensori umidità e monitoraggio acqua, infine, subiscono oltre il 90% di danni in meno e quelle con servizi di videosorveglianza a larga banda subiscono meno furti.

La Smart Home fattore trainante del mercato assicurativo

In relazione al mercato assicurativo italiano, 7 società già offrono servizi bundle di assicurazioni e domotica.

La Smart Home è ancora prevalentemente uno strumento di marketing associato alle offerte sugli immobili come elemento di differenziazione, che sarà valorizzata dall'adozione della sensoristica. Qualche esempio in questo senso viene ancora dagli USA, dove le case con sensori di umidità e monitoraggio d'acqua subiscono il 90% di danni in meno. I consumatori americani vedono positivamente una polizza assicurativa collegata alla Smart Home: più della metà (54%) dei proprietari di casa e il 40% degli inquilini dichiarano che acquisterebbero una polizza assicurativa collegata alla Smart Home e pagherebbero il servizio a fronte di alcuni incentivi.

Cybersecurity, privacy e interoperabilità le prossime sfide del mercato

Lo sviluppo del mercato italiano della Smart Home sarà accompagnato dall'implementazione di strumenti e servizi che garantiranno alti standard di sicurezza: un italiano su due (55%) preferisce non condividere i propri dati personali anche a casa, analogamente a quanto vale per inglesi (52%), francesi (53%) e tedeschi (47%). Anche per questo motivo si arricchisce il livello di sicurezza delle nuove tecnologie di connessione wireless tramite le quali i dispositivi della smart home si scambiano le informazioni (es. standard WiFi 6), si sperimentano nuove soluzioni assicurative e si rafforza il livello di sensibilizzazione dei cittadini attraverso campagne informative mirate delle istituzioni europee e nazionali. Direttamente collegato per gli italiani è il tema privacy, in particolare rispetto agli Smart Speaker che ascoltano e apprendono dall'interazione con le persone e che abitualmente vengono collocati in salotto, cucina e perfino in camera da letto. Contestualmente è necessario affrontare temi legati all'integrazione di dispositivi e soluzioni proprietarie attraverso una maggiore interoperabilità dei sistemi e dei prodotti di domotica delle diverse aziende produttrici. Un primo passo importante in questa direzione, probabilmente incoraggiato dagli ultimi interventi regolamentari in corso di approvazione (come quello sul Digital Market Europeo) volti a promuovere l'interoperabilità e ad aumentare la concorrenza, è rappresentato dall'accordo raggiunto a fine 2019 dai tre colossi Amazon, Apple e Google in collaborazione con la Zigbee Alliance (Progetto CHIP Connected Home over IP), che annovera tra i suoi membri non solo imprese digitali ed elettroniche, ma anche di settori dell'arredamento (come ad esempio IKEA) e dell'illuminazione, comparti storici del Made in Italy. Per non perdere competitività nel mercato, anche le imprese italiane di settori storici dovranno riuscire a fondere design e qualità con l'innovazione digitale e proporre soluzioni per il segmento delle smart home.