

## INTEGRAZIONE DI TERZE PARTI



Il fatto che questi grandi brand puntino al mercato della domotica indica che aziende come la nostra, che da anni credono in questo settore, sono state lungimiranti

e hanno scommesso su un cavallo vincente. L'influenza che queste aziende portano può essere solo positiva, in quanto aiutano a fare cultura soprattutto tra i non addetti al settore e stimolano gli utenti ad avere più consapevolezza di questi nuovi sistemi. Soprattutto contrasteranno finalmente quei sistemi "chiusi" che dovranno necessariamente adattarsi. Più che un'invasione, per noi sarà un forte acceleratore, in quanto abbiamo tutte le competenze e i prodotti per prendere quote di mercato. Condividendo la moderna concezione di domotica quale elemento di congiunzione tra i dispositivi, non essi stessi intelligenti per proprio conto ma solo grazie alle connessioni possibili, Easydom ha sublimato il concetto di integrazione terze parti introducendo un modo di fare domotica completamente differente rispetto a quanto il mercato proponeva. Quindi, se da un lato coloro che possiedono le quote di mercato maggiori perseguono una strada di chiusura, promuovendo un'offerta decisamente vincolante per gli acquirenti siano essi professionisti che utenti finali, dall'altro Easydom si presenta come impresa in grado di offrire valore aggiunto indiscutibile: la libertà di potere scegliere tra le migliori marche e la semplicità di utilizzo con cui si propone all'installatore elettrico e all'utente finale.

## SOFTWARE E NON HARDWARE



L'arrivo di player di livello mondiale come Amazon, Google ed Apple non deve essere visto come una minaccia per il mercato della domotica italiano o anche mondiale, ma un'opportunità. Innanzitutto il livello di attenzione del pubblico sulla domotica crescerà moltissimo, perché gli apparati di

marketing messi in moto da quelle società sono talmente potenti e pervasivi da riuscire a influenzare l'opinione pubblica e definire i trend tecnologici dei prossimi anni.

Chiunque si trovi nel settore della domotica potrà solo beneficiare di un livello di attenzione del pubblico portato a livelli massimi.

In secondo luogo, la domotica spinta dai tre giganti è del tipo basato sull'Internet of Things e, come visto nella discussione del rapporto tra questa domotica e quella rivolta a installatori professionali, queste sono in realtà due nicchie parallele del mercato.

La concorrenza rispetto a produttori e installatori professionali sarà solo parziale. Infine, tutti e tre i sistemi, Amazon Echo/Alexa, Google Home ed Apple HomeKit funzionano essenzialmente da hub, fornendo un unico nodo di interfaccia per tutti gli apparati IoT installati in casa, ma le tre società non sembrano interessate a produrre il loro hardware di controllo della domotica. Le prese smart, le lampadine intelligenti e tutti gli altri prodotti saranno sempre creati e venduti da altre società del mercato.

## PIÙ SIAMO E MEGLIO STIAMO



Credo si tratti ancora di un aiuto e non di una minaccia. Amazon, Google e Apple hanno un potere mediatico

enorme, riescono a fare cultura di massa senza grossi investimenti perché dialogano direttamente con l'utente finale.

Questo elemento rappresenta per aziende come la nostra un plus, perché contribuisce a diffondere la conoscenza e la domanda di domotica. Grazie a loro aumenteranno le richieste di soluzioni smart, ma ritengo che molti preferiranno chiedere il supporto di installatori qualificati e di fiducia.

Non temo la concorrenza di nuovi player, il mio motto è "Più siamo e meglio stiamo" perché il cliente deve avere la possibilità di scegliere la soluzione che ritiene più idonea alle proprie esigenze. Nel contempo, noi dobbiamo avere l'ambizione di riuscire ad andare incontro proprio a quelle esigenze gratificando al meglio la scelta del cliente finale.

Ermanno Lucci,  
Residential Market Manager Hager Sicurezza

## NUOVO MODO DI GUARDARE ALLA TECNOLOGIA



Bisogna riconoscere come questi marchi siano stati in grado, in pochissimo tempo, di cambiare il modo di guardare alla tecnologia applicata alla casa e al tempo libero, anticipando oggi una domanda che fino a poco fa si pensava potesse maturare soltanto in tempi più lunghi e incerti.

L'offerta sempre più ampia di dispositivi intelligenti da parte di Amazon, Google ed Apple diventa oggi fattore fondamentale nella propensione all'acquisto di sistemi capaci di rendere la casa più intelligente, proprio come la domotica, e perciò un'opportunità. Ovviamente per produttori come Kblue questo introduce la necessità di rimodellare continuamente l'attività di R&D e quella commerciale attraverso nuovi progetti e prodotti capaci anche di prescindere dalla soluzione domotica completa per la quale siamo riconosciuti, operando verso la scelta di singoli elementi dotati di un approccio semplificato, alla portata dell'utente finale. È nel dinamismo e nella globalità del mercato tuttavia che si possono celare alcune minacce e difficoltà per produttori nazionali a favore sicuramente dell'azione dei grandi player internazionali; tuttavia la maggiore eterogeneità e le moltissime declinazioni che la parola domotica sta acquisendo soprattutto grazie all'impulso di questi marchi crea, secondo noi, opportunità che vanno ben oltre le minacce iniziali.

