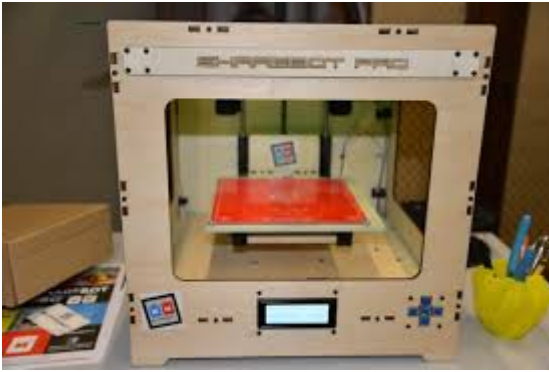


L' Internet delle cose non è così lontana dalle nostre case



L'essere umano non è più l'unico elemento pensante del sistema

Oggigiorno la distanza tra le aziende e le persone si è notevolmente ridotta grazie alla diffusione di smartphone e tablets che fungono da supporto ai nuovi media, quali i social o altre forme di comunicazione diretta. La tecnologia è driver di sviluppo in questo passaggio culturale. Si considerino i motori di ricerca per l'identificazione di luoghi di villeggiatura o di ratings di ristoranti o di locali: a scopo di esempio possiamo citare Expedia, Trivago, Tripadvisor, ma, di fatto, ciò che è fondamentale sottolineare è che l'informazione è ormai ovunque accessibile, sempre aggiornata, sempre condivisa.

Stiamo vivendo un fenomeno culturale che riguarda solo la comunicazione? Forse no. In Germania SAP ha recentemente iniziato una collaborazione con Volkswagen per sviluppare una piattaforma di tecnologia automobilistica intelligente: i dati di viabilità o i parcheggi liberi saranno disponibili nei database SAP e saranno comunicati all'auto intelligente. Negli States aziende come Google, Microsoft o Apple stanno lottando per imporre i propri sistemi operative nelle vetture di nuova generazione; è difficile ipotizzare che tale scontro si limiti

al favorire la connettività tra i cellulari e le auto: in uno scenario non lontano a venire, i veicoli potranno parlare ad altre macchine scambiandosi in real-time informazioni sullo status del traffico, su problematiche di parcheggio e altro. Google, Microsoft o Apple non saranno più, nel futuro, aziende digital, ma saranno considerabili anche come partner delle case automobilistiche. Il mondo digitale, quindi, è già compenetrato con il mondo reale. Stiamo entrando nell'era in cui le macchine parlano alle macchine (M2M, machine to machine) e nell'era dell'Internet of Things (Internet delle cose): l'essere umano non è più l'unico elemento pensante del sistema.

Tutti gli oggetti, inevitabilmente, dovranno essere non solo valutati in base alle caratteristiche fisiche del prodotto, ma dovranno essere soppesati anche per le caratteristiche "intellettive" del prodotto stesso, intendo con ciò la sua capacità di essere interconnesso in un sistema, la possibilità di utilizzare diversi protocolli in base alle necessità del caso.

Sono interessati a questa rivoluzione i prodotti della gestione degli accessi? Credo che questa domanda sottintenda un secondo interrogativo, con una facile risposta: «Tu, consumatore, sei interessato a sapere se il cancello della tua abitazione è aperto o chiuso quando non sei in casa? Saresti interessato a sapere in anticipo se l'automatismo installato funziona correttamente? Non ti farebbe comodo sapere tempestivamente se qualcosa non funziona e se è necessario un check-up tecnico?». In uno scenario ormai prossimo il cancello e il portone del garage di casa, le tapparelle, il portoncino di ingresso così come le porte automatiche dei nostri uffici, le barriere che bloccano le aree di parcheggio saranno tutti oggetti di una rete interattiva che sarà in grado di coordinare operazioni, dare informazioni ed in definitiva, offrire un livello di servizio non ottenibile con prodotti tradizionali. Un'invasione di territorio nei confronti di

aziende storicamente radicate nel campo della domotica? No, una naturale evoluzione: siamo nell'era dell'Automation Sapiens.

[link all'articolo](#)