

**Capgemini contacts:****Raffaella Poggio**

Marketing & Communication Director

Tel.: +39 347 4271901

E-mail: raffaella.poggio@capgemini.com**Michela Cotich**

Marketing & Communication

Tel.: +39 347 3620244

E-mail: michela.cotich@capgemini.com**Community Group:**

Michele Bon

Tel.: +39 338 6933868

E-mail: michele.bon@communitygroup.it

Carlo Carboni

Tel.: +39 348 9412226

E-mail: carlo.carboni@communitygroup.it**Capgemini: il settore automotive entro il 2023 potrebbe guadagnare 160\$ miliardi grazie all'introduzione del modello smart factory**

Secondo l'ultimo report della società, quasi la metà delle aziende del comparto auto ha investito oltre 250\$ milioni in fabbriche intelligenti, più di ogni altro settore

Milano, 30 aprile 2018 - **Capgemini** ha pubblicato oggi il nuovo report del **Digital Transformation Institute**, che rivela come l'industria automobilistica potrebbe registrare un aumento della produttività annuale pari a 160 miliardi di dollari entro il 2023 grazie agli investimenti in fabbriche intelligenti¹. Lo studio, dal titolo **"Automotive Smart Factories: How Auto Manufacturers can Benefit from the Digital Industrial Revolution"**, dimostra infatti che - rispetto ad altri settori - quello dell'automotive si è posto obiettivi più ambiziosi negli investimenti in ambito smart factory.

Nel report si afferma che entro cinque anni dall'implementazione di una fabbrica completamente intelligente, ognuno dei primi 10 produttori di auto² a livello mondiale potrebbe realizzare ulteriori 4,6 miliardi di dollari o una crescita del 50% dei profitti operativi annui. Entro il 2023, la crescita media della produttività delle smart factory nel settore automotive sarà pari al 7% e i costruttori potranno raggiungere il pareggio di bilancio entro un anno dall'esecuzione del pieno potenziale delle stesse.

I produttori di automobili prevedono che il 24% delle loro fabbriche sarà intelligente entro la fine del 2022. Iniziative in ambito smart factory sono già state avviate in quasi la metà delle aziende dell'industria automotive (46%), preceduta solo dal settore manifatturiero (67%) e quello aerospaziale (63%), mentre il 43% delle stesse ha per ora soltanto formulato questo tipo di iniziative. Secondo il rapporto del DTI, il settore automotive vanta la percentuale più alta (49%) di aziende che hanno investito oltre 250\$ milioni in fabbriche intelligenti.

Tuttavia, il 42% dei produttori di auto ritiene di non essere sulla buona strada nella realizzazione del pieno potenziale delle smart factory e sta avendo difficoltà a livello tecnologico. Si tratta della percentuale più elevata tra tutti i settori considerati. Come indicato dal report, le aziende che stanno compiendo i maggiori progressi investono tre volte di più di quelle con problemi di implementazione. I produttori più all'avanguardia stanno anche investendo in advanced analytics e intelligenza artificiale, mentre quelli in difficoltà si concentrano troppo su componenti hardware.

Mentre quasi la metà (46%) dei produttori di apparecchiature originali (*original equipment manufacturer - OEM*) ha dato vita a iniziative di successo sulle smart factory, meno di un terzo dei fornitori del settore auto (32%) dichiara di aver ottenuto buoni risultati. Lo studio sottolinea come gli OEM siano all'avanguardia, ma possono fare di più per supportare i fornitori nel percorso verso le fabbriche intelligenti, ad esempio a livello

¹ Una fabbrica intelligente utilizza tecnologie digitali in tutto il percorso di produzione quali intelligenza artificiale, Internet of Things, realtà aumentata e componenti che contribuiscono ad aumentare produttività, qualità e flessibilità degli impianti di produzione.

² Aziende con un fatturato medio di 158\$ miliardi e un margine operativo del 6%.



finanziario o lavorando a stretto contatto con i fornitori sul fronte dell'innovazione tramite startup e accademie. Quando OEM e fornitori collaborano per creare processi per le smart factory, riescono a minimizzare presto i problemi rilevati nel processo produttivo.

«La maturità digitale è la chiave per esprimere il pieno potenziale delle iniziative in ambito smart factory», ha dichiarato **Domenico Cipollone, Executive Vice President, Automotive di Capgemini Italia**. «Il nostro studio dimostra chiaramente che le aziende del comparto dell'auto sono inclini a investire in fabbriche intelligenti e consapevoli dei benefici a lungo termine. Tuttavia, è possibile fare di più per i fornitori automobilistici attraverso l'adozione di un approccio collaborativo con gli OEM, al fine di ottimizzare tali iniziative. I prossimi anni saranno fondamentali, poiché gli OEM miglioreranno la loro maturità digitale, aumentando i benefici per l'azienda».

Grégoire Ferré, Chief Digital Officer di Faurecia e cliente di Capgemini, ha affermato: «Attraverso l'utilizzo di tecnologie smart factory, abbiamo riscontrato grandi benefici in termini di produttività per il nostro business. I nostri dipendenti utilizzano strumenti sofisticati - come robot intelligenti - capaci di creare un ambiente più sicuro e offrendo a loro volta più tempo per concentrarsi su altri importanti compiti».

Una copia del report è disponibile per il download a [questo link](#).

Metodologia del report Smart Factory di Capgemini

Capgemini ha intervistato 326 manager del settore automotive a livelli dirigenziali o superiori tra febbraio 2017 e gennaio 2018, provenienti da funzioni diverse e strettamente associate alle iniziative in ambito smart factory delle rispettive aziende. L'indagine ha coinvolto dirigenti in 8 paesi: Cina, Francia, Germania, India, Italia, Svezia, Regno Unito e Stati Uniti. Il campione dell'indagine è equamente distribuito tra OEM e fornitori, ciascuno con un fatturato annuo di almeno 1\$ miliardo. Oltre al sondaggio quantitativo, sono state svolte discussioni approfondite con 8 dirigenti di alto livello delle principali aziende automobilistiche di tutto il mondo per comprendere vision, obiettivi e approccio della propria società nell'attuazione di progetti in ambito smart factory.

Capgemini

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2017 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,8 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.it.capgemini.com. *People matter, results count.*

Digital Transformation Institute

Il Digital Transformation Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca sull'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi aziende tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati nel Regno Unito, in India e negli Stati Uniti.