

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

Marketing &amp; Communication Director

Tel.: +39 347 4271901

E-mail: [raffaella.poggio@capgemini.com](mailto:raffaella.poggio@capgemini.com)**Michela Cotich**

Marketing &amp; Communication

Tel.: +39 347 3620244

E-mail: [michela.cotich@capgemini.com](mailto:michela.cotich@capgemini.com)**Community Group:**

Michele Bon

Tel.: +39 338 6933868

E-mail: [michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)

Carlo Carboni

Tel.: +39 348 9412226

E-mail: [carlo.carboni@communitygroup.it](mailto:carlo.carboni@communitygroup.it)

## **Nel settore manifatturiero, prodotti smart e connessi faranno registrare un incremento dei ricavi fino a 685 miliardi di dollari entro il 2020**

*Per capitalizzare quest'opportunità, i produttori dovranno suddividere i propri sforzi tra business model di prodotti legacy e nuovi servizi*

**Milano, 21 giugno 2018 – Il nuovo report del Digital Transformation Institute di [Capgemini](#) rivela che l'industria manifatturiera a livello globale, tramite la progettazione e la commercializzazione di dispositivi smart e connessi<sup>1</sup>, potrebbe registrare un incremento dei propri ricavi tra i 519 e i 685 miliardi di dollari in termini di valore aggiunto entro il 2020. Il report "[Digital Engineering: The new growth engine for discrete manufacturers](#)" evidenzia come, nonostante ci siano importanti rendimenti potenziali, è comunque necessario che i produttori investano in digital continuity e in competenze digitali dalle quali trarre vantaggio.**

I produttori stimano che, entro il 2020, quasi il 50% dei loro prodotti diventerà smart e connesso, con un aumento del 32% rispetto al 2014. Inoltre, il 18% degli intervistati dichiara di voler passare da un business model basato completamente sui prodotti a uno fondato esclusivamente sui servizi. Un cambiamento in questa direzione farà sì che il passaggio a un modello basato sui servizi diventi un imperativo aziendale e richiederà capacità avanzate.

*"Il nostro obiettivo è portare valore sul mercato attraverso un nuovo modello di business basato su architetture orientate ai servizi e connesse al cloud. Questo è un cambiamento chiave per riuscire a differenziarci dai nostri competitor",* ha dichiarato **Antoine Destribats, Vice President, Industrial Operations di Schneider Electric.**

I produttori hanno risposto con entusiasmo alle nuove tecnologie e stanno già riequilibrando di conseguenza i propri investimenti in ambito IT. Quasi il 50% dei produttori punta a spendere oltre 100 milioni di euro in piattaforme PLM (Product Lifecycle Management) e in soluzioni digitali nei prossimi due anni, mentre la percentuale di budget IT destinata al mantenimento di sistemi legacy è diminuita in modo significativo, dal 76% nel 2014 al 55% nel 2017.

### **Sbloccare le opportunità**

Se da un lato gli investimenti in soluzioni digitali sono aumentati notevolmente dal 2014, dall'altro, pochi produttori sono stati in grado di incrementare i propri sforzi. I due terzi (66%) degli intervistati dichiarano di fronteggiare costantemente due priorità in competizione tra loro: accelerare il time-to-market

---

<sup>1</sup> I prodotti intelligenti e connessi, sono prodotti, risorse e altri oggetti che integrano processori, sensori, software e connettività che consentono lo scambio di dati tra il prodotto e il suo ambiente, produttore, operatore/utente e altri prodotti e sistemi.



mantenendo la continua innovazione del prodotto e lo sviluppo di prodotti legacy in contrapposizione all'investimento in prodotti smart e connessi.

Come risultato di questo sforzo di gestione prioritaria, l'utilizzo di un sistema ingegneristico model based che contempra continuità digitale dei dati e simulazione di ambienti virtuali è basso; solo il 16% delle aziende sta implementando in modalità completa l'abiliatore Digital Twins<sup>2</sup> mentre il 45% non ha ancora ultimato lo stadio di attività pilota. Analogamente, nonostante responsabilità del 58% delle spese globali in investimenti di ricerca e sviluppo, meno di un quinto (19%) delle aziende con filiera di produzione discreta elencate nella lista di Forbes quali aziende più innovative del 2018 evidenziano l'effetto di ancoraggio dei modelli in storico di produzione e quindi il bisogno di ripensare gli approcci correnti ai servizi di innovazione ed ingegneria correlati.

### **Sarà fondamentale investire in competenze ed ecosistemi digitali**

Se i produttori vogliono capitalizzare le opportunità legate a prodotti connessi e smart, dovranno anche migliorare le proprie competenze IT e software. Secondo il report, tra le capacità attualmente a disposizione dei "principianti<sup>3</sup>", quelle insufficienti sono legate alla gestione dei dati per l'86% degli intervistati; il 95% degli stessi ha scarse competenze in materia di progettazione di app e il 94% per quanto riguarda l'intelligenza artificiale. Il report aggiunge che le assunzioni esterne non colmeranno completamente il gap digitale, il che significa che le aziende dovranno investire in formazione, strumenti e nuovi modi collaborativi di lavorare per i propri dipendenti. Parallelamente, lo sviluppo di un ecosistema digitale esteso sarà fondamentale per la progettazione e fornirà nuovi servizi end-to-end.

*"Valutiamo frequentemente le competenze del nostro personale con un'attenzione particolare alle skill digitali", ha affermato Jan Willem Ruisch, Senior Director - Head of Product Management di Signify (ex Philips Lighting). "Sviluppiamo e implementiamo programmi di formazione per essere sicuri di essere sempre aggiornati sulle ultime tecnologie".*

### **I produttori faticano a sfruttare i dati relativi a prodotti e clienti per promuovere l'innovazione**

Nella transizione verso la commercializzazione dei servizi, i produttori dovranno anche capitalizzare sui dati generati dai prodotti connessi. L'utilizzo di dati provenienti da questi prodotti, così come il feedback dei clienti attraverso i canali social, sta sostituendo sempre più le tradizionali indagini di mercato volte ad alimentare l'innovazione di prodotti e servizi. Nonostante la crescente importanza dei dati e della tecnologia attraverso la quale vengono raccolti, il report rivela che solo un quarto dei produttori utilizza i dati per ottenere informazioni utili ad innovare i propri prodotti. In termini di sviluppo di nuove offerte, solo due produttori su cinque hanno dichiarato di utilizzare le tecnologie di IA per analizzare i dati dei clienti. Questi risultati suggeriscono che una percentuale significativa di produttori non coglie l'opportunità di sfruttare i dati all'interno dei propri processi di progettazione e sviluppo. I produttori stanno inoltre affrontando molteplici sfide quando si tratta di sfruttare i dati sui prodotti e gli ecosistemi dei partner per trainare l'innovazione del prodotto. Il report evidenzia che il 54% delle aziende ha creato programmi per favorire la collaborazione con start-up, terze parti e fornitori. Tuttavia, meno di un terzo ha fatto leva su tali programmi per sviluppare prodotti congiuntamente con il proprio ecosistema di partner.

Dato che i prodotti diventano sempre più connessi, i produttori dovranno anche integrare funzionalità software nei loro processi di progettazione. I cicli di prodotto andranno adattati per soddisfare le richieste di aggiornamenti frequenti - un fenomeno comune nel mondo del software. La ricerca mostra che per i produttori il ruolo dei software e dell'IT all'interno dei prodotti rappresenta uno dei primi tre fattori che

<sup>2</sup> Digital Twin è la nuova rappresentazione digitale dello "stato attuale" dei prodotti o sistemi in un qualsiasi momento.

<sup>3</sup> I "principianti" sono i produttori che hanno bisogno di una chiara visione, forti abilità di leadership e un focus sulla riduzione del gap sia in termini di tecnologia che di talento.



influenzano il business, insieme al mantenimento della *digital continuity* e al passaggio da business model incentrati su prodotti a quelli basati su servizi.

**Laura Muratore, Vice President, Head of Manufacturing, Retail and Distribution di Capgemini Italia**

ha dichiarato: *"Con i significativi ricavi potenziali che possono scaturire dai prodotti smart e connessi e la digital continuity prevista nei prossimi due anni, i produttori non possono più ignorare la necessità di investire in nuove tecnologie. Tuttavia, la strada è in salita. I produttori devono bilanciare le diverse priorità, cioè sostenere le proprie attività principali mentre investono nell'accelerazione digitale. È necessario investire in competenze digitali, ecosistemi, strumenti, roadmap e nuovi modi di lavorare. C'è tanto da fare, ma chi riuscirà a farlo bene otterrà una leadership sostenibile".*

Per scaricare una copia del report cliccare [qui](#).

**Metodologia di ricerca**

Al report hanno preso parte 1.000 dirigenti senior di aziende produttrici a livello globale localizzate in nove paesi: Italia, India, Cina, Svezia, Paesi Bassi, Germania, Francia, Regno Unito e Stati Uniti. I manager intervistati hanno un livello dirigenziale o superiore, svolgono una serie diversificata di funzioni, e sono strettamente legati a iniziative di ingegneria digitale promosse dalla propria azienda. Il campione del sondaggio comprende diversi settori, come industria automobilistica e dei trasporti, aerospaziale e difesa, produzione industriale, macchinari industriali e agricoli, alta tecnologia e dispositivi medici. Tra le aziende che hanno preso parte al sondaggio, il 62% ha registrato ricavi a livello mondiale pari o superiori a 2 miliardi di dollari.

**Capgemini**

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, 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](http://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.