

Capgemini press contacts:**Michela Cotich**

Marketing & Communication

michela.cotich@capgemini.com

+39 347 3620244

Community Group:**Michele Bon**michele.bon@communitygroup.it

+39 338 6933868

Carlo Carbonicarlo.carboni@communitygroup.it

+39 348 9412226

Nuovo report Capgemini: il 62% delle case automobilistiche ha una strategia di sostenibilità articolata, ma l'implementazione è ancora frammentata

La realizzazione del pieno potenziale di veicoli elettrici ed economia circolare è fondamentale per ottenere il massimo impatto in termini di sostenibilità da parte delle imprese automobilistiche

Milano, 5 marzo 2020 – La sostenibilità è diventata un tema strategico per il settore automobilistico, che deve assumersi la responsabilità di soddisfare le aspettative dei consumatori. È quanto emerge da un nuovo studio del [Capgemini Research Institute](#), che evidenzia come il settore automobilistico sia in vantaggio rispetto ad altri comparti in tema di rispetto degli standard globali di sostenibilità. Tuttavia, nonostante il 74% degli OEM del comparto automobilistico abbia una strategia per i veicoli elettrici, solo per il 56% di loro questa è parte integrante della strategia di sostenibilità. Inoltre, i livelli di investimento, implementazione e governance in tema di sostenibilità non sono ancora sufficienti per stare al passo con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi.

Il report, dal titolo "[The Automotive Industry in the Era of Sustainability](#)", afferma che l'industria automobilistica deve incrementare i propri investimenti attuali del 20% per poter raggiungere gli obiettivi definiti a livello internazionale. Inoltre, è emerso che solo il 9% delle 500 aziende automobilistiche analizzate può essere classificato come "high-performing sustainability leader", mentre il restante 91% deve ancora raggiungere la maturità, con il 26% che appare in ritardo.

Le principali evidenze del report includono:

Le case automobilistiche stanno costantemente sviluppando le proprie strategie di sostenibilità

La sostenibilità ha acquisito un ruolo sempre più importante all'interno dell'industria automobilistica, sia come argomento di discussione sia come priorità di business. Una buona maggioranza (62%) delle aziende automobilistiche intervistate ha dichiarato di avere una "strategia di sostenibilità globale con obiettivi e scadenze ben definite", rispetto ad appena l'8% che, al contrario, sta ancora lavorando per svilupparne una. In generale, gli esperti di sostenibilità ritengono che questo comparto sia in vantaggio (46%) o in linea (19%) con gli altri settori nel garantire la sostenibilità globale. Gli eventi indirizzati agli investitori del comparto automotive che hanno affrontato i temi della sostenibilità sono più che raddoppiati, passando da 142 nel 2015 a 320 l'anno scorso. A livello nazionale, vi sono variazioni significative nelle iniziative di sostenibilità messe in atto. La Germania e gli Stati Uniti guidano la classifica nella maggior parte delle priorità, come "sostenere e promuovere un'economia circolare¹" e "produzione sostenibile", mentre altri paesi sono in ritardo nell'adozione di misure per raggiungere la maggior parte di queste priorità, come

¹ Per economia circolare si intende un sistema industriale o economico in grado di massimizzare l'utilizzo di risorse in un'ottica rigenerativa o riparativa. L'economia circolare favorisce il riutilizzo dei materiali piuttosto che il tradizionale ciclo di produzione "take-make-use-dispose".



“mobilità e servizi digitali”, “approvvigionamento di metalli, materiali e prodotti che sia responsabile dal punto di vista ambientale” o “sostenibilità nel settore IT”.

Molte aziende non hanno ancora un approccio olistico gestito accuratamente

Se da un lato il settore ha fatto progressi, dall'altro vi sono alcune mancanze in termini di approccio al miglioramento della sostenibilità. Il report ha analizzato i progressi dell'industria automobilistica su 14 iniziative speciali che coprono tutta la catena del valore del settore, da “R&S sostenibile e sviluppo del prodotto” a “sostenere e promuovere un'economia circolare”. Le diverse iniziative hanno ottenuto un diverso grado di interesse, con il 52% delle aziende che lavora su programmi di economia circolare, ma solo l'8% sulla sostenibilità in ambito IT. Ci sono anche alcuni gap in termini di governance, con solo il 44% delle aziende che vanta un organo centrale dedicato alla supervisione degli obiettivi di sostenibilità e il 45% che assegna obiettivi specifici su questo tema ai dirigenti chiave. In generale, solo il 19% degli intervistati ha almeno quattro obiettivi quantificabili in linea con le aree che hanno il massimo impatto sulle performance di sostenibilità, come riciclaggio dei rifiuti, uso di risorse idriche e linee guida per il lavoro etico. Esiste inoltre allo stato attuale un divario di 50 miliardi di dollari nella spesa delle aziende automobilistiche per la tutela dell'ambiente (esclusi gli investimenti in R&S e la produzione di veicoli elettrici e servizi di mobilità), necessari per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità fissati a livello internazionale.

Il report analizza anche due programmi chiave di sostenibilità del settore automobilistico – veicoli elettrici (EV) ed economia circolare – e ciò che è necessario implementare per realizzarli.

È necessaria una maggiore enfasi sulla sostenibilità per favorire la transizione verso i veicoli elettrici

Un'area critica per i programmi di sostenibilità dell'industria automobilistica riguarda la riduzione delle emissioni di gas serra (Greenhouse Gas – GHG), su cui i veicoli elettrici hanno un notevole impatto positivo. Per ottenere questo impatto durante l'intero ciclo di vita di tali veicoli, tuttavia, è essenziale che essi siano alimentati da energia rinnovabile proveniente da fonti convenzionali. Eppure, secondo il report Capgemini, solo il 15% degli OEM del settore automobilistico prevede di implementare un'infrastruttura di ricarica da fonti rinnovabili per l'alimentazione dei veicoli elettrici. Alcuni altri fattori, come il maggiore impatto di CO₂ derivante dalla produzione di batterie rispetto alla produzione di combustibili fossili, e una fornitura limitata di litio e di metalli rari, impone alle società di realizzare i loro veicoli elettrici con una rinnovata enfasi sulla sostenibilità. Nuovi modelli di business e un'economia circolare che aiuti a prolungare la durata di veicoli e ricambi saranno fattori critici per consentire ai veicoli elettrici di raggiungere il loro pieno potenziale in termini di sostenibilità.

Le aziende automobilistiche dovrebbero intensificare la partecipazione a un'economia circolare

Uno dei modi più efficaci per rendere le aziende automobilistiche più sostenibili è quello di adottare un'economia circolare. Questo influisce sulla sostenibilità di molte aree chiave, dalla supply chain al riciclaggio, dall'approvvigionamento al post-vendita. Importanti marchi del settore hanno dimostrato l'efficacia di questo approccio, da Michelin², che riutilizza l'85% dei vecchi pneumatici, trattandoli nel proprio stabilimento nel Regno Unito (risparmiando 60 kg di emissioni di carbonio per pneumatico), a GM³, che ha generato un miliardo di dollari dalla vendita di rifiuti riciclabili.

Tuttavia, secondo lo studio, le aziende automobilistiche hanno ancora molta strada da fare per essere totalmente parte di un'economia circolare. Gli intervistati hanno dichiarato che solo il 32% della loro supply chain contribuisce attualmente all'economia circolare, con una quota che dovrebbe salire al 51% nei prossimi

² The society of motor manufacturers and traders, “2018 UK Automotive Sustainability Report”, 2018

³ New York Times, “Carmakers Try to Keep Waste Out of the Ground as Well as the Air”, dicembre 2017



cinque anni. C'è anche un divario significativo tra le iniziative più popolari dell'economia circolare (il 75% degli intervistati ricicla "una quantità significativa" di rifiuti e rottami industriali e il 71% incentiva gli utenti finali a utilizzare parti e componenti ricondizionati) e quelle meno diffuse: solo il 51% investe in infrastrutture e competenze per il recupero/riutilizzo di vecchi componenti o rottami, e solo il 36% realizza partnership per garantire un secondo ciclo di vita alle batterie dei veicoli elettrici.

"L'industria automobilistica ha fatto progressi costanti in materia di sostenibilità, ma ora è necessaria un'accelerazione più rapida verso un approccio sistemico", ha dichiarato **Andrea Falleni, Amministratore Delegato di Capgemini Business Unit Italy**. *"Per recuperare il ritardo e diventare un settore più rispettoso dell'ambiente, le aziende devono concentrarsi su due priorità chiave: collegare più saldamente le proprie strategie in ambito di sostenibilità con quelle riguardanti lo sviluppo di veicoli elettrici, e aumentare gli investimenti in iniziative di economia circolare".*

"È inoltre fondamentale per le aziende responsabilizzare i dirigenti senior riguardo ai risultati in questo settore, utilizzare soluzioni tecnologiche intelligenti lungo l'intera catena del valore e adottare un approccio collaborativo e basato su partnership per sviluppare un maggior numero di processi e standard di sostenibilità come settore", ha aggiunto Falleni.

Il report si conclude con alcune raccomandazioni, basate sulle azioni delle case automobilistiche all'avanguardia nel campo della sostenibilità:

- Dimostrare i propri progressi tangibili in materia di sostenibilità attraverso una serie di metriche standardizzate
- Perseguire la sostenibilità come una missione a livello di organizzazione
- Responsabilizzare i dirigenti d'azienda sui risultati in ambito di sostenibilità e investire in una solida governance
- Ideare e diffondere iniziative di sostenibilità lungo tutta la catena del valore del settore automobilistico
- Utilizzare la tecnologia per migliorare la sostenibilità delle operations
- Rafforzare alleanze e partnership per un maggiore impatto

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

Metodologia di ricerca

Tra novembre e dicembre 2019, Capgemini ha intervistato 503 organizzazioni del settore automobilistico e condotto 11 interviste approfondite a dirigenti che si occupano di sostenibilità. Capgemini ha inoltre intervistato 317 esperti di sostenibilità, tra cui ONG, università e autorità di regolamentazione. Capgemini ha sostenuto questa iniziativa con 9 interviste approfondite.

Capgemini

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio nel mondo in costante evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 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 220.000 dipendenti presenti in oltre 40 paesi nel mondo, nel 2019 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 14,1 miliardi di euro.

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

Capgemini Research Institute

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi società



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 in India, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>