



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 Carboni

carlo.carboni@communitygroup.it

+39 348 9412226

Costruire supply chain resilienti è una priorità per due terzi delle organizzazioni dopo la crisi innescata dal COVID-19

Il 77% delle organizzazioni è consapevole della necessità di intraprendere un cambiamento e accelererà gli investimenti nella sostenibilità della supply chain entro i prossimi tre anni

Milano, 24 novembre 2020 – Oltre l'80% delle organizzazioni afferma che le proprie catene di approvvigionamento hanno subito l'impatto della crisi innescata dalla pandemia di COVID-19, e la stragrande maggioranza dichiara di essere in difficoltà a tutti i livelli delle proprie operations: è quanto emerge da una nuova ricerca del [Capgemini Research Institute](#), dal titolo "[Fast forward: Rethinking supply chain resilience for a post-COVID-19 world](#)". La pandemia ha costretto le organizzazioni a portare la resilienza della catena di fornitura in cima alla lista delle priorità, con due terzi (66%) degli intervistati che affermano che la propria strategia in ambito supply chain dovrà subire un cambiamento significativo per adattarsi alla nuova normalità. Solo il 14% delle aziende stima invece che ci sarà un ritorno alla piena normalità.

La consapevolezza che le catene di approvvigionamento debbano essere più flessibili e agili in modo da poter reagire e adattarsi rapidamente a potenziali cambiamenti improvvisi è in crescita. Infatti, il 68% delle aziende ha dichiarato che la crisi attuale le ha costrette ad adattare i propri business model, mentre per il 62% degli intervistati una maggiore resilienza della supply chain dopo la pandemia di COVID-19 è considerata una priorità.

Nell'ultimo anno le organizzazioni hanno avuto difficoltà nel rispondere rapidamente al crescente numero di improvvisi cambiamenti e nel ridare stabilità e affidabilità alle proprie operations. Le aziende intervistate, attive nei settori retail, beni di consumo, discrete manufacturing e life sciences, hanno segnalato molteplici sfide nelle proprie catene di approvvigionamento. La maggior parte ha riscontrato difficoltà in tutti gli aspetti delle proprie attività, tra cui la carenza di componenti e materiali fondamentali (74%), ritardi nelle spedizioni e tempi di consegna più lunghi (74%), difficoltà nell'adeguare la capacità produttiva in risposta alla domanda altalenante (69%) e problemi di pianificazione in un contesto caratterizzato da livelli di volatilità della domanda da parte dei clienti (68%).

In termini di settori, solo il 30% delle organizzazioni in ambito life sciences che hanno preso parte al sondaggio ha riportato un impatto negativo sul business per via della crisi, rispetto a oltre l'80% delle aziende appartenenti a settori come retail, beni di consumo e discrete manufacturing. Inoltre, la crisi ha indotto il 68% dei clienti



dell'area retail e beni di consumo a prediligere l'acquisto di articoli prodotti localmente, e la sostenibilità sta influenzando le preferenze di acquisto per il 79% dei clienti.¹

Al contempo, gli ostacoli introdotti dalla pandemia offrono alle organizzazioni l'opportunità di costruire una catena di approvvigionamento più resiliente, flessibile e agile, pronta a resistere a futuri cambiamenti e crisi globali.

Poche organizzazioni hanno la capacità di resistere a un'altra crisi

Il 55% delle organizzazioni ha impiegato dai tre ai sei mesi per riprendersi dalle difficoltà riscontrate quest'anno nella catena di fornitura, mentre il 13% prevede che ci vorranno altri sei-dodici mesi per farlo. Inevitabilmente, questo significa che sono poche le organizzazioni pronte a fronteggiare ulteriori cambiamenti che potrebbero verificarsi. Secondo la ricerca di Capgemini, per affrontare una crisi di questo tipo in futuro, le aziende devono concentrarsi su sette competenze chiave che possono aiutare a fronteggiarla ed essere resilienti: identificare le aree che necessitano dei miglioramenti più significativi e urgenti diventa quindi un requisito fondamentale per la costruzione di una supply chain resiliente. Solo una minoranza delle organizzazioni (meno del 4%) dimostra di avere forti competenze in tutte queste aree, che coprono sia le azioni pianificate che il loro stato attuale di preparazione.

Il report delinea le caratteristiche di una supply chain resiliente, ovvero:

- Pianificazione delle contingenze: anticipare le crisi e fare simulazioni per migliorare la risposta alle stesse
- Localizzazione: dare priorità all'ambito locale e alla regionalizzazione del bacino di fornitori e dell'impronta produttiva
- Diversificazione: diversificare il bacino di fornitori, la produzione e le opzioni di trasporto
- Sostenibilità: applicare la sostenibilità a tutta la catena di approvvigionamento per resistere ai cambiamenti in ambito ambientale e normativo e soddisfare le aspettative in continua evoluzione dei clienti
- Agilità: essere flessibili nella produzione e nel processo decisionale, mostrando agilità nel passaggio a nuovi business model
- Trasparenza dei costi end-to-end: contabilizzazione dei costi con un quadro chiaro dei rischi associati alle strategie low-cost
- Visibilità: privilegiare la condivisione dei dati con i partner e la completa visibilità della rete di fornitura

Una percentuale significativa di aziende sta adottando le misure necessarie per sviluppare le competenze relative alle prime tre dimensioni, con l'84% degli intervistati che cita il miglioramento della preparazione alle crisi come una priorità nello scenario post-COVID. Inoltre, il 65% delle organizzazioni sta investendo attivamente nella localizzazione o nella regionalizzazione dei propri fornitori e della propria base produttiva per ridurre i rischi ed essere più vicini ai propri clienti. Anche la diversificazione della catena di approvvigionamento è una delle principali priorità: il 68% delle aziende sta infatti investendo nella diversificazione del proprio bacino di fornitori, mentre il 62% nella diversificazione della propria base di produzione.

Dal report di Capgemini emerge però che solo una piccola percentuale degli intervistati possiede i necessari livelli di agilità della supply chain (21%), di ottimizzazione dei costi end-to-end (20%) e di visibilità (9%).

¹ Fonte: Capgemini Research Institute, "Consumer Products and Retail: How sustainability is fundamentally changing consumer preferences", luglio 2020.



Costruire la resilienza su un'intera gamma di prodotti è costoso, richiede tempo e spesso non è pratico. Le organizzazioni dovrebbero invece identificare le aree in cui la costruzione della resilienza è fondamentale e definire un obiettivo finale per la costruzione di una mentalità resiliente lungo l'intero ciclo di vita del prodotto.

Gli investimenti sono fondamentali per costruire la resilienza della supply chain

Una catena di approvvigionamento resiliente richiede investimenti e le aziende stanno iniziando a esserne consapevoli: il 57% prevede infatti di aumentare i propri investimenti in questo senso. Inoltre, le organizzazioni stanno investendo in tecnologie che rendono le catene di fornitura più autonome e smart, due caratteristiche che fanno accrescere la resilienza, consentendo alle supply chain di individuare e adattarsi più rapidamente ai cambiamenti. Quasi la metà delle organizzazioni (47%) sta accelerando gli investimenti nell'automazione, mentre il 39% nella robotica, con Internet of Things (IoT) e intelligenza artificiale (AI) tra le aree di maggiore interesse. Gli investimenti in alcune tecnologie critiche per la costruzione di una resilienza a lungo termine, come le torri di controllo che consentono una maggiore visibilità e i digital twin che supportano i piani di emergenza, stanno invece crescendo a un ritmo più lento rispetto ad altre, un gap che, secondo il report, le organizzazioni devono affrontare.

La sostenibilità sarà al centro di notevoli investimenti dopo la pandemia

Più di tre quarti delle organizzazioni (77%) riconoscono la necessità di avviare un cambiamento, affermando che nei prossimi tre anni accelereranno gli investimenti nella sostenibilità della supply chain, con logistica e produzione come aree chiave. Questo cambiamento non è solo dovuto alla crisi: le aziende sono infatti sempre più consapevoli che i consumatori stanno cambiando le loro preferenze a favore di alternative ecologiche e che sono disposti a sostenere questo trend con le decisioni di acquisto.

*"Le imprese devono rivedere la propria strategia per la supply chain e determinare il giusto livello di resilienza che sono disposte a includere nella propria catena del valore, assicurandosi che sia integrato in tutte le fasi: da ricerca e sviluppo, a pianificazione ed esecuzione", ha affermato **Eraldo Federici, Manufacturing, Consumer Product, Retail&Distribution Director** di **Capgemini in Italia**. "Oltre all'efficienza, la leadership dovrà considerare tra gli obiettivi chiave anche resilienza e sostenibilità", ha aggiunto.*

Per ulteriori informazioni e raccomandazioni, è possibile accedere al report completo a [questo link](#).

Metodologia di ricerca

La ricerca di Capgemini ha seguito un duplice approccio. Tra agosto e settembre 2020 sono stati intervistati 1.000 responsabili della supply chain con cariche di livello senior, ciascuno di essi proveniente da un'organizzazione che ha riportato un fatturato superiore a 1 miliardo di dollari nell'ultimo esercizio. Le organizzazioni oggetto dell'indagine hanno sede in Stati Uniti, Francia, Germania, Regno Unito, India, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Svezia, Norvegia e Cina e sono attive in quattro settori: beni di consumo, retail, discrete manufacturing e life sciences. Oltre all'indagine principale, Capgemini ha condotto più di dieci discussioni approfondite con dirigenti senior in ambito supply chain. In queste interviste si è discusso dell'impatto del COVID-19 sulle catene di approvvigionamento, della fase di ripresa e di come le organizzazioni possano essere meglio preparate per affrontare futuri cambiamenti.



Capgemini

Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, trasformazione digitale, tecnologici e per l'ingegneria. Il Gruppo 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 un'azienda responsabile e multiculturale di 265.000 persone presente in quasi 50 paesi nel mondo, che si pone l'obiettivo di sprigionare l'energia umana attraverso la tecnologia per un futuro inclusivo e sostenibile. Con Altran, nel 2019 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.capgemini.com/it-it/

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 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 in India, Singapore, 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/>