

Capgemini press contacts:**Vanessa Carmicino**

Marketing & Communication

vanessa.carmicino@capgemini.com

+ 39 393 8850441

Community Group:**Francesca Visioni**francesca.visioni@communitygroup.it

+39 351 1410677

La trasformazione software-driven sarà uno dei principali fattori di differenziazione per i produttori di automobili nei prossimi dieci anni

Gli OEM che sfruttano il pieno potenziale dei software otterranno un significativo vantaggio competitivo, dal momento che il mercato dei servizi e delle funzioni basate sui software si stima raggiungerà i 640 miliardi di dollari entro il 2031

Milano, 8 settembre 2021 – Secondo un nuovo report del [Capgemini Research Institute](#), la trasformazione guidata dal software consentirà ai principali OEM (Original Equipment Manufacturer) del settore automotive di ottenere una quota di mercato del 9% superiore rispetto a quella dei competitor, grazie all'introduzione di funzionalità e servizi differenzianti. La ricerca prevede che la trasformazione software-driven offrirà vantaggi significativi agli OEM del settore automotive nei prossimi cinque anni, come incremento della produttività fino al 40%, riduzione dei costi del 37% e miglioramento della customer satisfaction del 23%. Nonostante questo, attualmente quasi la metà degli OEM (45%) non offre alcun tipo di servizio connesso e solo il 13% sta traendo profitto dagli stessi.

Il report, dal titolo "[Next Destination: Software – How automotive OEMs can harness the potential of software-driven transformation](#)", afferma che la metà degli OEM (51%) stima di poter incrementare nei prossimi 5-10 anni la propria leadership nella fornitura di funzioni software, come gli Advanced Driver Assistance Systems (ADAS), la guida autonoma, la connettività e i servizi connessi, affiancandole all'eccellenza nel campo dell'ingegneria automobilistica. Inoltre, per operare su una piattaforma software unificata e comune, la quota di nuovi veicoli per OEM dovrebbe aumentare mediamente dal 7% del 2021 al 35% nel 2031.

Il report evidenzia però che il tasso di maturità in aree strategiche è ancora basso. La maggior parte degli OEM (71%) si trova infatti nelle fasi iniziali della propria trasformazione software-driven, dal momento che ha solo identificato le aree di applicazione, e appena il 28% ha implementato un progetto pilota o un proof of concept basato su casi d'uso per far progredire la trasformazione in aree specifiche. Il report rileva che solo il 15% degli OEM si può considerare "frontrunner"¹ di una transizione di successo, mostrando la maturità necessaria per attuare la trasformazione software-driven. Per far sì che questa trasformazione abbia successo è necessario possedere specifiche competenze e capacità, sostenute da una visione in grado di metterla in atto e una padronanza delle aree operative per ottenere risultati più solidi. Gli OEM frontrunner ritengono che i ricavi derivanti dai software rappresenteranno il 28% dei loro ricavi complessivi entro il 2031.

La trasformazione software-driven richiede un'architettura solida, ecosistemi adeguati e partnership tecnologiche strategiche

Per ottenere benefici dai software e conquistare un vantaggio competitivo, gli OEM dovranno abbandonare la tradizionale architettura del veicolo, attualmente utilizzata dal 93% di loro. Solo il 13% degli OEM ha però intenzione di separare la distribuzione dell'architettura hardware da quella software, e ciò si traduce in un

¹ I "frontrunner" ad elevata maturità sono quegli OEM del settore automotive che hanno già sviluppato le proprie aree di trasformazione e i fattori abilitanti. Le best practice che differenziano i frontrunner dal resto degli OEM includono maggiori sforzi per consolidare le competenze software, solide pratiche di governance e ingenti investimenti nella trasformazione software-driven.



meccanismo inefficiente per gli update over-the-air (OTA) dei software, che può ridurre la velocità di innovazione. Dalla ricerca è emerso che i dirigenti del settore automotive si aspettano che la produzione di nuovi veicoli che supportino servizi connessi e aggiornamenti OTA venga triplicata nei prossimi cinque anni, passando dall'11% al 36%, ma attualmente solo il 4% degli OEM offre qualche tipo di aggiornamento OTA, fattore che indica come per gli OEM ci sia ancora molto da fare per trarre vantaggio da questa crescita potenziale.

Gli OEM avranno bisogno di stringere partnership strategiche con i fornitori di software e servizi tecnologici per offrire valore in tutta la catena del software automotive. Dovranno anche dotarsi di una solida strategia di ecosistema per stringere e portare efficacemente su scala le partnership e continuare a standardizzare l'architettura, così come la raccolta, l'uso, la proprietà e l'elaborazione dei dati di veicolo e consumatore.

Data ownership e cybersecurity sono ancora una fonte di preoccupazione

Data ownership e cybersecurity rimangono una fonte di preoccupazione, con poco meno della metà degli OEM che fatica a raccogliere dati e tradurli in insight utilizzabili. Meno del 10% ritiene di essere ben preparato per implementare misure di cybersecurity, mentre il 60% fatica a garantire che i prodotti dei fornitori soddisfino le norme di sicurezza e cybersecurity. Vari domini di dati abilitati dai software hanno il potenziale per aggiungere "intelligenza" alla catena del valore del settore automotive, ma quasi la metà degli OEM (47%) non raccoglie o analizza i dati del veicolo.

Il report sottolinea che gli OEM dovrebbero concentrarsi sulla crescita e la monetizzazione dei servizi di sicurezza e protezione, dal momento che i clienti richiedono queste soluzioni e sono disposti a pagare di più per averle.

L'upskilling della forza lavoro sarà la chiave per raggiungere il pieno potenziale

Con l'evoluzione delle esigenze dei clienti, gli OEM avranno bisogno di riqualificare gran parte della forza lavoro esistente, dotandola di competenze legate ai software e ai nuovi modi di lavorare. Attualmente, gli OEM si trovano ad affrontare un gap di competenze del 40-60% in aree come l'architettura del software, la gestione del cloud e la cybersecurity, e c'è un crescente bisogno di competenze in ambito software all'interno del settore. Il 97% dei dirigenti intervistati ritiene in ogni caso che entro i prossimi cinque anni il 40% dei loro talenti in-house dovrà possedere le competenze necessarie per realizzare la trasformazione software-driven. Per sfruttare il pieno potenziale di questa trasformazione, gli OEM dovranno focalizzare la loro attenzione su nuove competenze, cambiamento culturale, ridefinizione dei processi e talent acquisition.

Gerardo Ciccone, MALS Director di Capgemini in Italia, ha dichiarato: *"Il software sta ridefinendo la mobilità e rivoluzionando l'intera value chain del settore automobilistico, di fatto, sta portando cambiamenti fondamentali in tutte le fasi del ciclo di vita dell'auto. Grazie all'impiego di architetture software web-oriented, le vetture si trasformano in veri e propri computer su quattro ruote. La nuova era per il settore va infatti ben oltre le automobili e sta sbloccando nuovi differenziatori e opportunità nel modello di produzione e di business. Gli OEM che vogliono avere successo, incrementare il proprio business e rendere la propria organizzazione pronta per il futuro devono avere obiettivi di più ampio raggio, e non devono trascurare l'importanza di creare una cultura di agilità e collaborazione all'interno dell'azienda a supporto dello sviluppo software e che faciliti la crescita di competenze interdisciplinari".*

Il report delinea un quadro in sei punti per consentire agli OEM di sfruttare il pieno potenziale della loro trasformazione software-driven:

- Costruire una visione e una strategia incentrate sui software per l'intera organizzazione;
- Sfruttare le catene di strumenti software e la metodologia agile per promuovere una maggiore collaborazione tra le unità organizzative;



- Stringere partnership strategiche di lungo termine con provider di software, tecnologia e servizi nei principali ambiti di sviluppo del software;
- Impegnarsi per attirare e coltivare i migliori talenti in ambito software;
- Sfruttare la potenza dei dati per sviluppare veicoli, operazioni e servizi smart;
- Definire una chiara roadmap per creare un'architettura software standardizzata per la prossima generazione di veicoli.

Metodologia

Capgemini ha effettuato una survey online su 572 dirigenti senior impiegati presso gli OEM del settore automotive a livello globale, oltre a condurre una serie di interviste approfondite con 17 esperti del settore relative a vari aspetti della trasformazione software-driven. Tutti i dirigenti si occupano o hanno gestito un progetto di trasformazione guidato dal software. Questi dati primari, uniti a un'accurata ricerca secondaria, hanno permesso di delineare un quadro del mercato del software e di quello automobilistico, oltre che dei loro attuali sviluppi e tendenze. Sono state inoltre condotte interviste approfondite con esperti di software del Gruppo Capgemini per elaborare il punto di vista dell'organizzazione sulla trasformazione software-driven.

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

Capgemini

Capgemini è leader mondiale nel supportare le aziende nel loro percorso di trasformazione digitale e di business facendo leva sul potere della tecnologia. Lo scopo del Gruppo è garantire un futuro inclusivo e sostenibile, sprigionando l'energia umana attraverso la tecnologia. Capgemini è un'organizzazione responsabile e diversificata di 290.000 persone presente in quasi 50 paesi nel mondo. Oltre 50 anni di esperienza e una profonda conoscenza dei settori di mercato rendono Capgemini un partner affidabile per i suoi clienti, in grado di fornire soluzioni innovative per le loro esigenze di business, dalla strategia alla progettazione alle operation, grazie alle competenze in ambito cloud, dati, AI, connettività, software, digital engineering e piattaforme. Nel 2020 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 16 miliardi di euro.

Get The Future You Want | <http://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/>