



Capgemini contacts:

Raffaella Poggio

Marketing & Communication Director

raffaella.poggio@capgemini.com

+39 347 4271901

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

**Le aziende sono in ritardo con l'implementazione dell'automazione:
solo il 16% adotta diversi casi d'uso su ampia scala**

***Dal nuovo report emerge che le aziende stanno perdendo una grossa opportunità
concentrandosi sui benefici operativi rispetto alla crescita dei ricavi***

Milano, 11 ottobre 2018 – Da un nuovo report del [Capgemini Research Institute](#) emerge che meno di un quinto (16%¹) delle aziende a livello globale sta implementando diversi casi d'uso su vasta scala in ambito automazione² e che le imprese si stanno concentrando sui vantaggi di tipo operativo anziché sulla crescita strategica di lungo periodo. Per oltre il 40% delle aziende, l'obiettivo principale delle iniziative di automazione è quello di migliorare la qualità, mentre il 23% si focalizza sull'incremento dei ricavi. Il report evidenzia inoltre che solo il 32% delle aziende intervistate si concentra sui cosiddetti casi d'uso "quick win", ovvero quelli che sono facili da implementare e che apportano un numero elevato di benefici.

Il report, dal titolo "[Reshaping the future: Unlocking automation's untapped value](#)", ha intervistato oltre 700 dirigenti di aziende che stanno sperimentando o implementando soluzioni in ambito automazione e ha analizzato oltre 110 casi d'uso reali in 6 settori. Lo studio evidenzia che il settore Automotive è all'avanguardia nelle implementazioni su larga scala. Tra le società che stanno già implementando sistemi di questo tipo su larga scala, il 25% appartiene al settore automobilistico, seguito dai settori Industrial Manufacturing e Retail, entrambi al 15%. A livello di paesi, invece, Stati Uniti (26%), Francia (21%) e Germania (17%) sono i paesi in prima fila per quanto riguarda l'adozione di tecnologie di automazione su larga scala. (Si veda la figura seguente)

1 La percentuale delle aziende che stanno sperimentando o stanno implementando l'automazione.

2 Il termine "su scala" indica un tipo di implementazione che va oltre i progetti pilota e i test, con la tecnologia che viene utilizzata su larga scala tra le varie unità di un'azienda, le funzioni e le aree geografiche.

Automation maturity: a national and sector perspective of scale

Proportion of organizations implementing automation at scale by country (as a percent of organizations experimenting or implementing automation)



Proportion of organizations implementing automation at scale by sector (as a percent of organizations experimenting or implementing automation)



Altre evidenze del report includono:

- Le aziende potrebbero **ridurre i costi fino a 165 miliardi di dollari entro il 2022** grazie all'implementazione dell'automazione su larga scala nei settori Automotive (32 miliardi di dollari), Retail (125 miliardi di dollari), Utility (149 miliardi di dollari) e Manufacturing (165 miliardi di dollari).
- **Le funzioni di back e middle office hanno ottenuto i maggiori benefici:** oltre la metà (56%) delle aziende che utilizzano l'automazione l'ha implementata nel settore IT e oltre un terzo (37%) ha adottato tali soluzioni nel middle office. Le funzioni di back-office per *procurement* e *supply chain* e per la divisione Risorse Umane, sono quelle che, mediamente, ottengono il maggior ritorno sull'investimento (ROI), rispettivamente con il 18% e il 15%. Il 29% delle imprese che utilizzano l'automazione, la impiegano per le funzioni di front-office, come le vendite e il marketing.
- **I "quick win" potrebbero essere la strada da seguire per l'implementazione su vasta scala:** il report ha analizzato i casi d'uso per l'automazione in termini di complessità e benefici, al fine di comprendere perché molte aziende non stanno ancora ottenendo benefici significativi. Solo un terzo (32%) delle società intervistate si concentra su casi d'uso "quick win" su ampia scala, che includono settori e funzioni aziendali, come ad esempio:
 - Request for Proposal (RFP) per il procurement
 - Onboarding per l'area HR
 - Lead generation per il settore sales & marketing
 - Controlli antifrode per l'area Financial Services
 - Manutenzione predittiva per l'Industrial Manufacturing

In contrapposizione, più di un terzo (36%) delle aziende si stanno concentrando su implementazioni "caso per caso" in una serie di aree, come *data entry* o *storage automation*. Dal report emerge che tali sviluppi non sono scalabili, sono difficili da implementare e potrebbero non portare a ingenti ritorni.

Alessandro Kowaschutz, Head of Practices, Capgemini Business Unit Italy, ha affermato: "Con solo il 16% delle aziende che hanno implementato casi d'uso multipli su vasta scala, l'automazione presenta un incredibile potenziale per trainare sia l'efficienza che il business value. Dovremmo

imparare da questi casi d'uso nell'automazione e studiare alcuni "quick win" per favorire una più rapida adozione e un maggiore ROI".

"I leader devono avere una visione audace e una roadmap chiara per dare impulso all'azienda e guidarla. È necessario riconoscere che l'automazione rappresenta una soluzione tecnologica per la trasformazione del business, e quindi sia la leadership aziendale sia quella tecnologica devono essere impegnate attivamente fin dal primo giorno. L'automazione deve essere concepita come un programma di trasformazione strategica end-to-end anziché come una serie di implementazioni tattiche. La trasformazione dovrebbe essere anche una conversazione bilaterale, dove i dipendenti vengono incoraggiati a fornire suggerimenti in questo ambito. Se a tutto questo aggiungiamo l'adesione del gruppo dirigente, le aziende troveranno nell'automazione un potente e remunerativo strumento che crea opportunità di business", ha poi aggiunto Kowaschutz.

Automazione: un formidabile strumento di vendita ancora inesplorato

Tra le poche aziende che hanno iniziato ad utilizzare tecnologie avanzate – ad esempio automazione e IA – come un eccezionale strumento di vendita, il report ne cita alcune particolarmente "all'avanguardia". Un esempio è Harley-Davidson che l'anno scorso ha utilizzato l'intelligenza artificiale in combinazione con l'automazione per aumentare del 2,930% le vendite a New York³; e L'Oréal⁴, il gigante dei prodotti di bellezza, che ha utilizzato tecnologie, come software di riconoscimento vocale e chatbot, per abilitare l'automazione sia nel front office che nel servizio clienti: in Canada l'azienda ha integrato la chatbot messenger di Facebook con un servizio di *gifting* basato sull'IA. Il messenger bot fa domande agli utenti sui destinatari del regalo e poi suggerisce i prodotti per la cura della persona più adatti a loro.

Secondo Christian Gottswinter, Head of Central Business Excellence di Siemens: *"Le aziende devono avere a disposizione una roadmap strategica per incrementare le iniziative sull'automazione e nuovi sviluppi tecnologici, mentre i dipendenti restano sempre il fulcro di questo percorso verso la trasformazione. È necessario che la forza lavoro sia a proprio agio nell'ambiente lavorativo per supportare l'automazione e dare impulso al cambiamento. Le aziende devono promuovere una cultura agile, con persone dalla mentalità aperta che creano valore attraverso un approccio guidato dal digitale".*

Imparare dai leader

Il report ha esaminato alcune delle caratteristiche delle aziende "all'avanguardia" in termini di automazione su larga scala e benefici superiori alla media, rivelando alcuni elementi fondamentali:

- **Una chiara roadmap:** Il 68% degli appartenenti a questo gruppo aveva un chiaro percorso di trasformazione, mentre il 67% aveva a disposizione il budget necessario per realizzarla.
- **Assicurare un'adozione di tipo top down:** l'85% degli intervistati ha dichiarato che l'automazione è una priorità assoluta per la propria azienda, e un ulteriore 82% ha affermato che anche il management ne ha compreso l'importanza.

³ Harvard Business Review, "How Harley-Davidson used artificial intelligence to increase New York sales leads by 2,930%," maggio 2017.

⁴ Mobile Marketer, "L'Oréal empowers new Facebook Messenger chatbot to recommend gifts," April 2017.



- **Concentrarsi sullo sviluppo delle persone e delle loro competenze:** l'88% ha sottolineato che l'automazione è stata accolta con favore dai dipendenti, mentre l'83% ha affermato che l'implementazione di questa tecnologia ha portato alla creazione di nuovi posti di lavoro all'interno della propria azienda.

Metodologia di ricerca

Per il report sono stati intervistati 705 leader aziendali, provenienti da società che nell'esercizio fiscale 2017 hanno registrato ricavi superiori a 500 milioni di dollari, che stanno sperimentando o implementando tecnologie di automazione in vari settori e paesi. Il 40% delle aziende ha un fatturato superiore a 10 miliardi di dollari. L'indagine globale si è svolta a luglio 2018.

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

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.

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 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, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. È stato recentemente classificato al [primo posto](#) al mondo per la qualità della ricerca da parte di analisti indipendenti.

Visita il nostro sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>