

Édition Produits
de grande
consommation

2025

Rapport sur la situation de la fabrication intelligente

10^E ÉDITION



expanding human possibility™

Bienvenue

Découvrez comment le secteur des produits de grande consommation (PGC) utilise la fabrication intelligente et les technologies émergentes pour générer un impact commercial à long terme, améliorer la qualité, réduire les risques, accroître la capacité et relever les défis en matière de main-d'œuvre.

Face à l'évolution rapide du marché, les fabricants de produits de grande consommation subissent une forte pression pour **améliorer la qualité, réduire les risques de cybersécurité et optimiser les processus.**

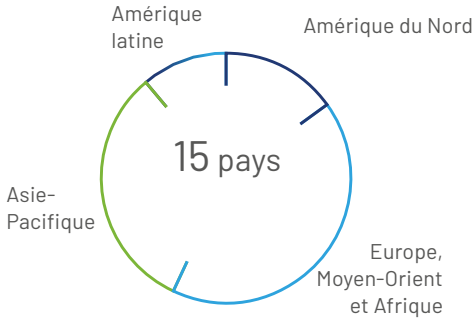
Alors que des facteurs externes tels que la concurrence, l'inflation, l'incertitude économique et les perturbations continues de la chaîne logistique continuent de freiner la croissance, les problèmes liés à la main-d'œuvre restent une préoccupation importante, mais secondaire, pour de nombreux fabricants de produits de grande consommation.

À propos de cette enquête

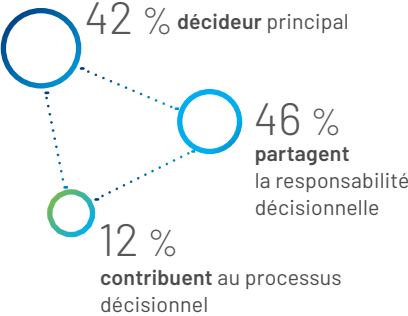
Ce rapport s'appuie sur les réponses de 174 responsables et cadres dirigeants de fabricants de produits de grande consommation, d'équipementiers (OEM), d'intégrateurs systèmes et de sociétés d'ingénierie (EPC) dans 15 pays.

Il fait partie de la 10^e édition annuelle du rapport sur la situation de la fabrication intelligente de Rockwell Automation pour lequel plus de 1 500 décideurs de divers secteurs industriels ont été interrogés.

Répartition géographique



Fonctions des personnes interrogées



Obstacles et perspectives pour le secteur des produits de grande consommation

Les leaders du **secteur des PGC indiquent observer une évolution des défis externes**, la concurrence devenant un défi plus important que l'inflation et la croissance économique.

En 2024, la concurrence ne faisait pas partie des cinq préoccupations principales des fabricants de produits de grande consommation. Son émergence reflète l'évolution des comportements des consommateurs, l'influence croissante des marques de distributeur et un marché de plus en plus axé sur le prix et la valeur.



En interne, l'industrie doit relever de nombreux défis.

Le principal défi concerne la difficulté de trouver et de mettre en œuvre des technologies que les travailleurs peuvent utiliser efficacement. Étant donné sa part significative dans l'emploi total du secteur manufacturier, il préoccupe particulièrement les fabricants de produits de grande consommation par rapport à ceux d'autres secteurs industriels. Ceci met ainsi en évidence un problème plus vaste : le décalage entre la technologie introduite et les capacités actuelles de la main-d'œuvre.

35 % des fabricants de produits de grande consommation adoptent des **technologies de fabrication intelligente** pour atténuer les risques internes

Le secteur des PGC se concentre sur la transformation numérique

L'urgence de la transformation numérique dans le secteur des PGC va croissant. La majorité des leaders du secteur reconnaissent que les pressions internes et externes rendent **nécessaire la mise en œuvre d'opérations plus intelligentes et plus résilientes**.

Les fabricants se concentrent donc sur des capacités comme l'intelligence artificielle (IA) et l'apprentissage automatique (AA), la visibilité en temps réel des actifs, la surveillance de la qualité en ligne et l'infrastructure évolutive. Ces technologies sont considérées comme les plus susceptibles de générer des résultats commerciaux significatifs.

Voici les principaux résultats commerciaux que les leaders du secteur des PGC cherchent à atteindre grâce à leurs investissements dans la fabrication intelligente :

- Optimisation de la qualité (45 %)
- Réduction des coûts (44 %)
- Croissance du chiffre d'affaires (43 %)
- Réduction des risques (40 %)
- Taux de rendement synthétique (40 %)



L'intelligence artificielle devient le fer de lance technologique

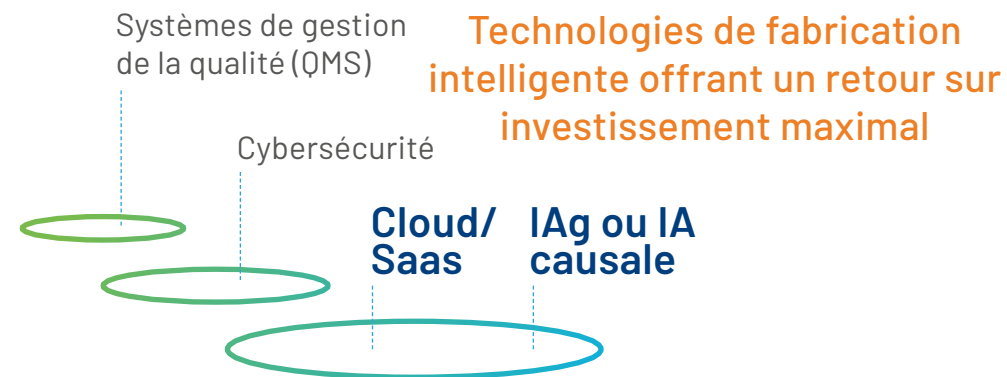
Les logiciels de simulation et l'intelligence artificielle devraient constituer les principaux investissements technologiques des fabricants de produits de grande consommation.

40 % des fabricants de produits de grande consommation prévoient d'investir dans les jumeaux numériques, les outils de simulation et d'émulation au cours des 5 prochaines années

En 2025, les fabricants de produits de grande consommation consacrent une part légèrement plus importante de leur budget à la transformation numérique.

Le secteur des PGC a reconnu la valeur stratégique des données et jeté les bases en créant une infrastructure cloud. L'urgence d'adopter des solutions basées sur le cloud s'est accélérée pendant la pandémie de COVID, alors que les fabricants cherchaient à accroître leur résilience et leur agilité face aux perturbations.

Le paysage des investissements peut désormais être analysé sous deux angles principaux : les plates-formes habilitantes (cloud, cybersécurité, etc.) et les technologies avancées qui apportent des solutions à des cas d'utilisation spécifiques, l'IA s'imposant comme le fer de lance.



Technologies dans lesquelles les fabricants de PGC ont déjà investi

59 % Cloud/SaaS

54 % IA ou IA causale

47 % IA/AA

44 % Conception générative

L'impact à long terme, désormais le principal moteur commercial

Un changement d'état d'esprit est à l'origine des décisions d'investissement technologique.

70 % des personnes interrogées du secteur des PGC ont cité **l'impact commercial à long terme** comme principal moteur des investissements technologiques, suivi par l'expansion ou l'augmentation de capacité pour 62 %

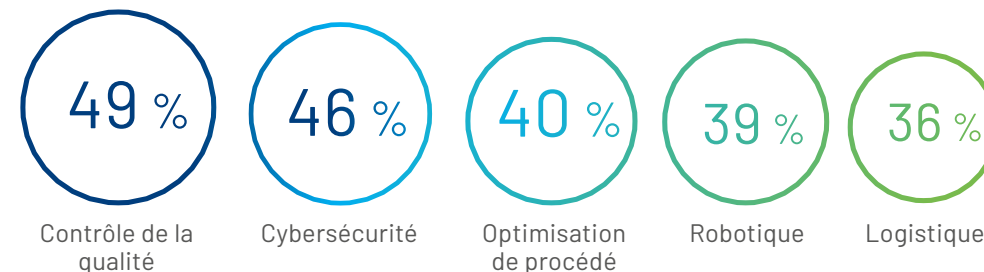
Les leaders du secteur des PGC sont de plus en plus frustrés par des projets pilotes à court terme dont l'évolutivité ou l'impact reste limité. Ils mettent désormais l'accent sur les technologies de fabrication intelligente qui ont démontré des avantages concrets : des solutions non seulement efficaces, mais également plus faciles à intégrer et à adapter à toutes les opérations. Ce changement reflète une approche mature de l'innovation qui s'intéresse à la croissance durable et aux résultats transformateurs plutôt qu'aux gains rapides.

Il n'y a rien de surprenant à ce que les fabricants cherchent à améliorer la qualité grâce aux technologies intelligentes, notamment dans un marché sur lequel la concurrence est si forte que les consommateurs peuvent rapidement opter pour des marques alternatives si le prix est plus avantageux. En réponse, les grandes marques redoublent d'efforts sur la qualité, en réinvestissant dans leurs produits phares pour se démarquer et fidéliser leur clientèle.

Après la qualité, le coût reste un objectif essentiel. À la recherche de leviers innovants pour réduire les coûts et répondre aux demandes des consommateurs et des investisseurs, les fabricants de produits de grande consommation se tournent vers les stratégies économiques à long terme offertes par l'automatisation pour protéger leur compétitivité et leur rentabilité.

Il en va autrement en matière de réduction des risques pour les fabricants de produits de grande consommation pour lesquels la protection des formulations propriétaires est essentielle. L'équité de la marque est primordiale dans le secteur des PGC, car si gagner la confiance des consommateurs peut prendre des années, quelques instants suffisent pour la perdre. Prises ensemble, les priorités en matière de qualité, de coûts et de réduction des risques reflètent une approche prospective de la façon dont les fabricants de produits de grande consommation investissent pour rester compétitifs.

Principales utilisations de l'IA/AA au cours des 12 prochains mois



Le secteur des produits de grande consommation s'appuie sur l'intelligence artificielle pour combler le manque de connaissances sur les données

La disponibilité accrue des données est corrélée à l'utilisation accrue de l'IA chez les fabricants de produits de grande consommation.

Alors que la collecte de données continue d'évoluer dans le secteur des PGC, les fabricants se tournent de plus en plus vers l'intelligence artificielle pour donner du sens, obtenir un avantage concurrentiel, optimiser le recours à la main-d'œuvre et avoir un impact à long terme.

44 % indiquent que les données collectées sont utilisées efficacement

Ces résultats reflètent ceux de notre rapport consolidé, bien que le secteur des PGC semble encore plus désireux d'utiliser ces données pour activer l'IA, avec un score de 5 % supérieur à la moyenne globale. Tout en renforçant l'importance accordée à l'IA par le secteur et la valeur qu'il accorde à cette technologie pour obtenir un avantage concurrentiel, ces résultats suggèrent un écart entre les capacités de collecte de données des fabricants et leur capacité à exploiter ces données pour la prise de décision et les améliorations opérationnelles.



Utilisation des données collectées

IA/IA appliquée/IAg/AA	45 %
Optimisation des procédés	38 %
Amélioration/surveillance de la qualité des produits	37 %
Analyse des ventes	35 %
Planification et programmation de la production	34 %

Le secteur des PGC s'intéresse aux compétences avant-gardistes pour combler le déficit de talents

D'ici à 2030*, il devrait manquer 7,9 millions de travailleurs par rapport aux besoins

* Étude réalisée par Korn Ferry

Les leaders du secteur des PGC se tournent vers les **technologies AI/AA (44 %)**, ainsi que vers **l'automatisation croissante (43 %)** pour combler les lacunes.

Les leaders du secteur des PGC s'intéressent également aux aspects suivants :

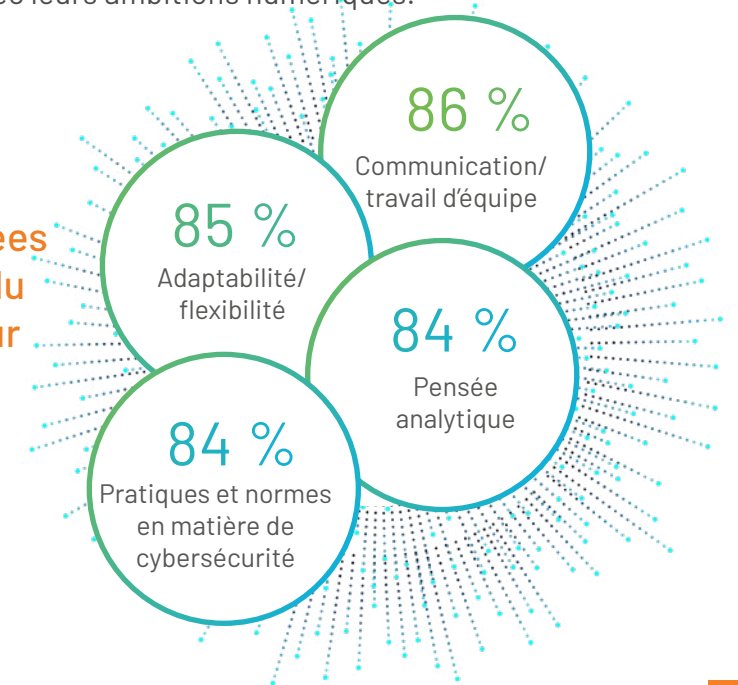
- Introduction de la planification flexible (39 %)
- Ajout/utilisation de la technologie pour créer des emplois plus attrayants (39 %)

Les fabricants de produits de grande consommation restent confrontés à des défis familiers en matière de main-d'œuvre, tels que la formation, la gestion du changement et la rétention des talents, mais leurs stratégies pour les surmonter évoluent.

Le renforcement des compétences est devenu une priorité essentielle, car les fabricants reconnaissent que la réussite de leur transformation numérique dépend fortement de l'implication des travailleurs dans ce parcours. La formation du personnel aux processus actualisés (34 %), la gestion efficace du changement au sein des équipes et l'amélioration de la rétention des talents (33 %) sont les principaux défis en matière de main-d'œuvre attendus en 2025.

Le secteur a rencontré des difficultés pour attirer et conserver la main-d'œuvre, notamment après la pandémie de COVID. Les fabricants de produits de grande consommation s'attaquent à ces problèmes en investissant dans l'automatisation et des solutions numériques qui minimisent le recours aux tâches manuelles et répétitives. Cette évolution entraîne désormais une demande croissante de talents dotés de compétences techniques avancées dans les domaines de l'IA, de la robotique et de la cybersécurité. Plutôt que de considérer la pénurie de talents comme un risque, les fabricants de produits de grande consommation y voient l'opportunité d'intégrer de nouvelles compétences en phase avec leurs ambitions numériques.

Capacités recherchées par les employeurs du secteur des PGC pour leur personnel



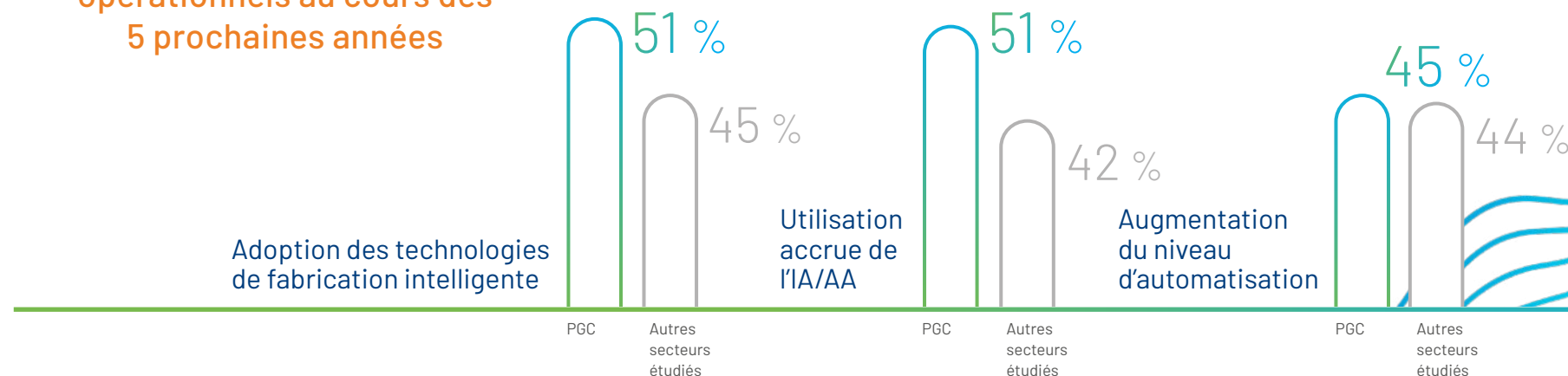
Perspectives d'avenir pour les fabricants de produits de grande consommation

Les fabricants de produits de grande consommation concentrent leurs efforts sur **l'automatisation des procédés, la robotique et les outils de numérisation** qui s'alignent sur la mise en œuvre de la technologie.

Ces perspectives reflètent un secteur industriel en pleine transformation. Les fabricants de produits de grande consommation reconnaissent que la réussite repose sur l'intégration des personnes, des processus et de la technologie. Ils cherchent activement des moyens d'optimiser les investissements dans ces trois domaines pour générer une valeur ajoutée durable.

Les fabricants de produits de grande consommation devront envisager de manière holistique des solutions intuitives et évolutives qui allieront impact commercial à long terme et compatibilité avec l'IA et/ou utilisation de l'IA. Ils disposeront ainsi de l'agilité et de la simplification nécessaires pour permettre à leurs équipes de prendre en charge davantage de références, pour attirer/conservier les talents, pour atténuer les risques de cybersécurité et pour développer une organisation plus durable et axée sur les données.

Projets d'amélioration des résultats opérationnels au cours des 5 prochaines années



Suivez-nous.    

rockwellautomation.com — expanding **human possibility**[®]

AMÉRIQUES : Rockwell Automation, 1201 South Second Street, Milwaukee, WI 53204-2496 États-Unis, Tél. : +(1) 414.382.2000

EUROPE / MOYEN-ORIENT / AFRIQUE : Rockwell Automation NV, Pegasus Park, De Kleetlaan 12a, 1831 Diegem, Belgique, Tél. : +(32) 2 663 0600

ASIE PACIFIQUE : Rockwell Automation SEA Pte Ltd, 2 Corporation Road, #04-05, Main Lobby, Corporation Place, Singapore 618494, Tél: (65) 6510 6608

CANADA : Rockwell Automation, 3043 rue Joseph A. Bombardier, Laval, Québec, H7P 6C5, Tél: +1(450) 781-5100, www.rockwellautomation.ca

FRANCE : Rockwell Automation SAS – 2, rue René Caudron, Bât. A, F-78960 Voisins-le-Bretonneux, Tél: +33 1 61 08 77 00

SUISSE : Rockwell Automation AG, Av. des Baumettes 3, 1020 Renens, Tél: 021 631 32 32, Customer Service Tél: 0848 000 278

Allen-Bradley et expanding human possibility sont des marques commerciales de Rockwell Automation, Inc.

Les marques commerciales n'appartenant pas à Rockwell Automation sont la propriété de leurs sociétés respectives.

Publication INFO-BR029C-FR-P - Juin 2025

Copyright © 2025 Rockwell Automation, Inc. Tous droits réservés. Imprimé aux États-Unis.