

Edizione
Consumer
Packaged
Goods

2025

Rapporto State of Smart Manufacturing

10^a EDIZIONE



expanding human possibility™

Benvenuti

Scoprite come il settore dei beni di consumo confezionati (CPG) sta sfruttando la produzione intelligente e le tecnologie emergenti per promuovere l'impatto aziendale a lungo termine, migliorare la qualità, ridurre i rischi, aumentare la capacità e affrontare le sfide della forza lavoro.

In risposta a un mercato in rapida evoluzione, i produttori di beni di largo consumo sono sottoposti a una forte pressione per **migliorare la qualità, ridurre i rischi per la sicurezza informatica e ottimizzare i processi.**

Mentre fattori esterni come la concorrenza, l'inflazione, l'incertezza economica e le continue interruzioni della supply chain continuano a minare la crescita, i problemi legati alla forza lavoro rimangono una preoccupazione significativa, ma secondaria, per molti produttori di beni di largo consumo.

Informazioni su questa ricerca

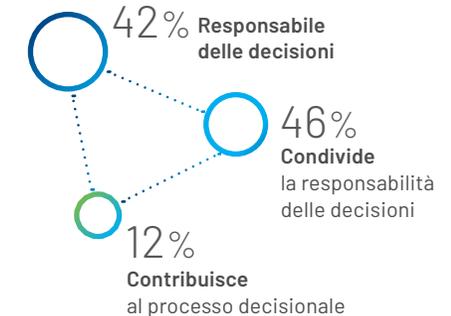
Questo rapporto si basa sulle risposte di 174 manager e dirigenti di aziende manifatturiere, OEM (Original Equipment Manufacturer), system integrator e aziende EPC (Engineering Procurement Company) di 15 Paesi, operanti nel settore dei prodotti di largo consumo.

È parte integrante della 10a edizione del rapporto "State of Smart Manufacturing" di Rockwell Automation che ha coinvolto più di 1.500 decision maker di vari settori industriali.

Suddivisione geografica



Ruoli degli intervistati



Ostacoli e prospettive per il settore CPG

I leader del **settore CPG** hanno segnalato un cambiamento nelle **sfide esterne**, con la concorrenza che è salita in cima alla classifica, davanti a inflazione e crescita economica.

Nel 2024, la concorrenza non è stata tra le prime cinque preoccupazioni per i produttori di beni di largo consumo. La sua comparsa riflette l'evoluzione dei comportamenti dei consumatori, la crescente influenza dei prodotti a marchio privato e un mercato sempre più orientato al prezzo e al valore.

Ostacoli esterni

2024		2025
Inflazione e crescita economica	1	Concorrenza
Aumento dei costi energetici	2	Inflazione e crescita economica
Forza lavoro	3	Interruzione della supply chain
Rischi per la sicurezza informatica	4	Forza lavoro
Interruzione della supply chain	5	Aumento dei costi energetici

Internamente, il settore sta affrontando una serie di sfide.

La principale difficoltà è quella di trovare e implementare tecnologie che i dipendenti possano utilizzare in modo efficace. Data la significativa quota di occupati nel settore manifatturiero, questa preoccupazione è particolarmente forte per i produttori di beni di largo consumo rispetto ad altri settori. Ciò evidenzia un problema più ampio: un disallineamento tra le nuove tecnologie e le competenze attuali della forza lavoro.

Il **35%** dei produttori CPG sta adottando le tecnologie di produzione intelligente per mitigare i rischi interni

Il settore CPG si concentra sulla trasformazione digitale

L'urgenza della trasformazione digitale nel settore CPG sta aumentando. La maggior parte dei leader del settore riconosce che le pressioni interne ed esterne stanno **determinando la necessità di operazioni più intelligenti e resilienti.**

Di conseguenza, i produttori si stanno concentrando su funzionalità come l'intelligenza artificiale (AI) e il machine learning (ML), la visibilità degli asset in tempo reale, il monitoraggio della qualità in linea e le infrastrutture scalabili. Queste sono considerate le tecnologie che hanno maggiori probabilità di generare risultati aziendali significativi.

I principali risultati aziendali che i leader del settore CPG stanno cercando di ottenere grazie ai loro investimenti nella produzione intelligente includono:

- Miglioramento della qualità (45%)
- Riduzione dei costi (44%)
- Crescita dei ricavi (43%)
- Riduzione dei rischi (40%)
- Efficienza globale delle apparecchiature (40%)



L'intelligenza artificiale si afferma come tecnologia emergente

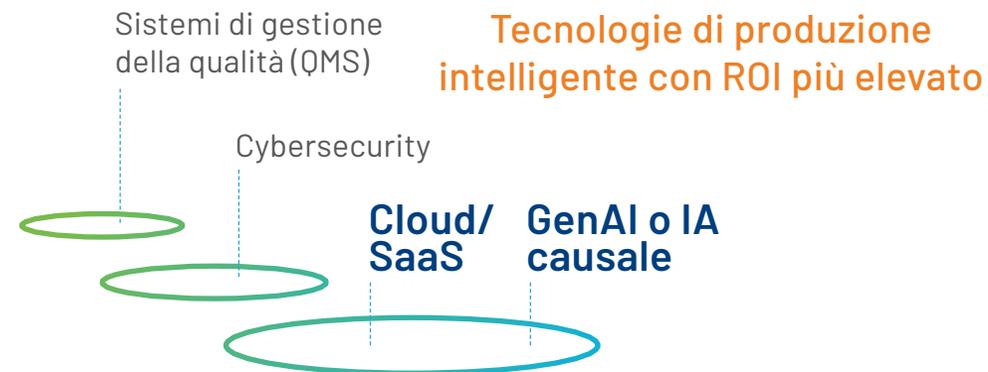
I software di simulazione e l'AI sono destinati a trainare gli investimenti tecnologici dei produttori di beni di largo consumo.

Il **40%** dei produttori CPG prevede di investire in digital twin, simulazione ed emulazione nei prossimi 5 anni

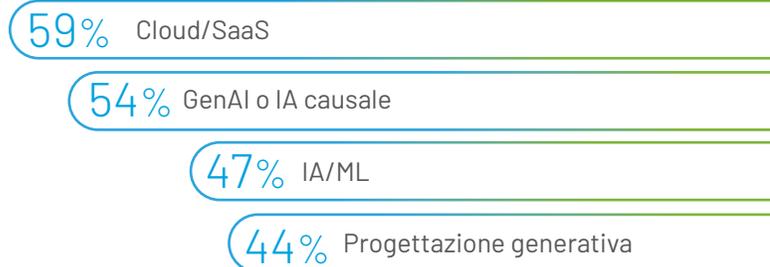
Nel 2025, i produttori di beni di largo consumo stanno investendo di più nella trasformazione digitale.

Il settore CPG ha riconosciuto il valore strategico dei dati e gettato le basi creando un'infrastruttura cloud. L'urgenza di adottare soluzioni basate sul cloud è accelerata durante la pandemia di COVID, poiché i produttori cercavano maggiore resilienza e agilità di fronte ai cambiamenti.

Il panorama degli investimenti può essere visto attraverso due prospettive principali: le piattaforme abilitanti, come il cloud e la cybersecurity, e le tecnologie avanzate che affrontano casi d'uso specifici, con l'intelligenza artificiale che sta emergendo come protagonista.



Tecnologie in cui i produttori di beni di largo consumo hanno già investito



I risultati aziendali a lungo termine sono diventati il fattore trainante principale

Al centro delle decisioni di investimento nella tecnologia c'è un cambiamento di mentalità.

Il **70%** degli intervistati del settore CPG ha dichiarato che l'impatto aziendale a lungo termine è il principale fattore trainante degli investimenti tecnologici, seguito dall'espansione o dall'aumento della capacità (62%)

I leader CPG sono sempre più frustrati dai progetti pilota a breve termine che offrono scalabilità o impatto limitati. Ora l'attenzione è rivolta alle tecnologie di produzione intelligente che hanno dimostrato vantaggi reali: soluzioni non solo efficaci ma anche più facili da integrare in tutte le operazioni. Questo cambiamento riflette un approccio maturo all'innovazione, in cui l'attenzione è posta sulla crescita sostenibile e sui risultati trasformativi piuttosto che sui successi immediati.

Non sorprende che i produttori stiano cercando di migliorare la qualità con le tecnologie intelligenti, soprattutto in un mercato così competitivo in cui i consumatori possono passare rapidamente a marchi alternativi se percepiscono un valore migliore. In risposta, i grandi marchi stanno puntando sulla qualità, reinvestendo nei loro prodotti di punta per distinguersi e fidelizzare i clienti.

Dopo la qualità, il costo rimane un aspetto fondamentale. I produttori di beni di largo consumo, alla ricerca di leve innovative per ridurre i costi e soddisfare le richieste di consumatori e investitori, si orientano verso strategie di risparmio a lungo termine offerte dall'automazione per mantenere competitività e redditività.

La riduzione del rischio è diversa per i produttori di beni di largo consumo, dove la salvaguardia delle formulazioni proprietarie è fondamentale. Il valore del marchio è tutto nel settore CPG, poiché la fiducia dei consumatori può richiedere anni per crescere, ma può essere persa in un istante. Nel complesso, le priorità relative a qualità, costi e riduzione dei rischi riflettono un approccio lungimirante al modo in cui i produttori di beni di largo consumo investono per rimanere competitivi.

Principali utilizzi delle tecnologie AI/ML nei prossimi 12 mesi



Il settore CPG si affida all'AI per ovviare alla mancanza di dati

La maggiore disponibilità dei dati è correlata all'aumento dell'uso dell'intelligenza artificiale nelle aziende CPG.

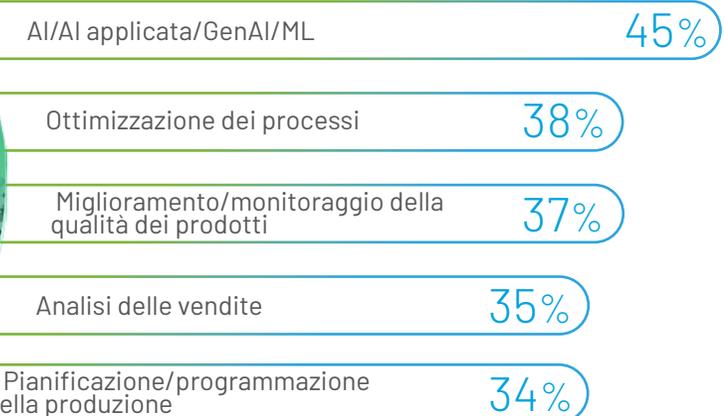
Mentre la raccolta di dati continua a crescere in tutto il settore CPG, le aziende si rivolgono sempre più all'intelligenza artificiale per dare un senso a tutte queste informazioni, per ottenere un vantaggio competitivo, ottimizzare la forza lavoro e generare un impatto a lungo termine.

44% afferma che i dati raccolti vengono usati in modo efficace

Questi risultati rispecchiano quelli del nostro rapporto generale, anche se il settore CPG sembra ancora più desideroso di utilizzare questi dati per sfruttare l'AI, con un punteggio del 5% superiore alla media generale. Se da un lato confermano la forte attenzione del settore per l'AI e il valore che questa tecnologia rappresenta per il vantaggio competitivo, dall'altro suggeriscono un divario tra le capacità di raccolta dei dati da parte dei produttori e la loro capacità di sfruttarli per prendere decisioni e migliorare l'operatività.



Come vengono usati i dati raccolti



Il settore CPG guarda alle competenze tecnologiche per colmare il gap di talenti

Si prevede che entro il 2030* avremo 7,9 milioni di lavoratori in meno di quelli di cui avremo bisogno

*Korn Ferry Study

I leader del settore CPG si stanno orientando verso le **tecnologie AI/ML (44%) e verso una maggiore automazione (43%)** per colmare questo divario.

I leader del settore CPG pongono anche attenzione a:

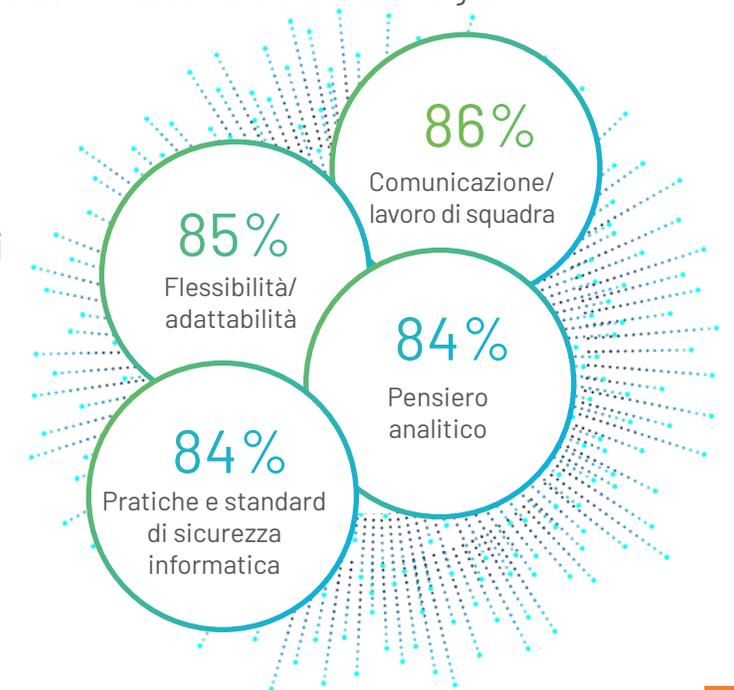
- Programmazione flessibile (39%)
- Aggiunta/utilizzo di nuova tecnologia per creare lavori più coinvolgenti (39%)

I produttori di beni di largo consumo continuano ad affrontare sfide ormai abituali per la forza lavoro, come la formazione, la gestione del cambiamento e la fidelizzazione, ma le loro strategie per superarle si stanno evolvendo.

L'aggiornamento professionale è diventato un punto cruciale, in quanto i produttori riconoscono che il successo della loro trasformazione digitale dipende in larga misura dalla capacità dei dipendenti di affrontare questo percorso. Formare il personale su processi aggiornati (34%), gestire efficacemente il cambiamento all'interno dei team e migliorare la fidelizzazione dei dipendenti (entrambi 33%) sono le principali sfide per la forza lavoro previste per il 2025.

Il settore ha faticato ad attirare e trattenere i dipendenti, soprattutto in seguito alle conseguenze del COVID. I produttori CPG stanno affrontando questi problemi investendo in soluzioni digitali e di automazione che riducono al minimo la dipendenza da attività manuali e ripetitive. Questo cambiamento sta ora determinando una crescente domanda di talenti con competenze tecniche avanzate nel campo dell'intelligenza artificiale, della robotica e della sicurezza informatica. Anziché vedere le limitazioni dei talenti come un rischio, i produttori di beni di largo consumo le considerano un'opportunità per introdurre nuove competenze in linea con le loro ambizioni digitali.

Capacità che i datori di lavoro del settore CPG cercano nella loro forza lavoro



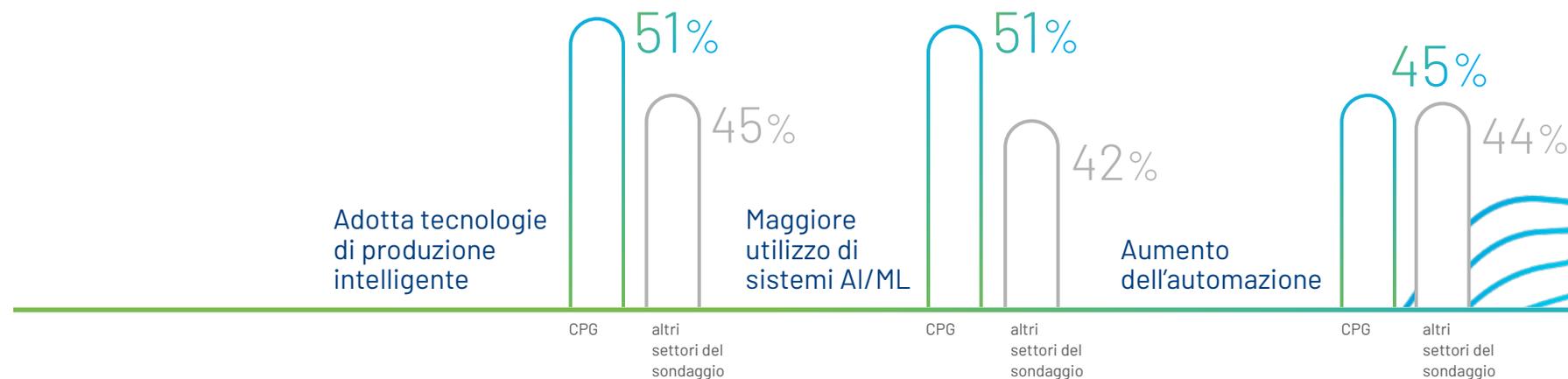
Cosa riserva il futuro ai produttori CPG

I produttori CPG stanno concentrando i loro sforzi su **strumenti di automazione dei processi, robotica e digitalizzazione** in linea con la tecnologia di implementazione.

Questi dati riflettono un settore in profonda trasformazione. I produttori di beni di largo consumo riconoscono che il successo dipende dall'integrazione di persone, processi e tecnologie e cercano attivamente modi per ottimizzare gli investimenti in tutte e tre queste aree per creare valore duraturo.

I produttori CPG dovranno pensare in modo olistico a soluzioni intuitive e scalabili che forniscano un impatto aziendale a lungo termine, consentendo e/o utilizzando l'intelligenza artificiale. In questo modo, potranno ottenere maggiore agilità e semplificazione affinché i loro team possano essere più produttivi, per attrarre/trattenere i talenti, mitigare i rischi di sicurezza informatica e realizzare un'azienda più sostenibile e basata sui dati.

Piani per migliorare i risultati aziendali nei prossimi 5 anni



Contattaci su    

[rockwellautomation.com](https://www.rockwellautomation.com)

expanding **human possibility**[®]

AMERICHE: Rockwell Automation, 1201 South Second Street, Milwaukee, WI 53204-2496 USA, Tel: (1) 414.382.2000

EUROPA/MEDIO ORIENTE/AFRICA: Rockwell Automation NV, Pegasus Park, De Kleetlaan 12a, 1831 Diegem, Belgio, Tel: (32) 2 663 0600

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

ITALIA: Rockwell Automation S.r.l., Via Ludovico di Breme 13 A, 20156 Milano, Tel: +39 02 334471, www.rockwellautomation.it

SVIZZERA: Rockwell Automation AG, Via Cantonale 27, 6928 Manno, Tel: 091 604 62 62, Customer Service: Tel: 0848 000 279

Allen-Bradley ed expanding human possibility sono marchi commerciali di Rockwell Automation, Inc.
I marchi commerciali non appartenenti a Rockwell Automation sono di proprietà delle rispettive società.

Pubblicazione INFO-BR029C-IT-P - Giugno 2025

Copyright © 2025 Rockwell Automation, Inc. Tutti i diritti sono riservati. Stampato negli USA.