

Studio IBM e The Consumer Goods Forum: le aziende del settore dei beni di consumo alzano i budget dedicati alla tecnologia del 34% per favorire una crescita sostenibile

I leader delle aziende di beni di consumo si stanno concentrando sul miglioramento della supply chain, adottando analytics, AI e altre tecnologie per aumentare l'efficienza e contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità



ARMONK, N.Y. e Parigi, Francia, 12 aprile 2023 - Secondo un nuovo studio globale condotto da IBM (NYSE: [IBM](#)) e The Consumer Goods Forum (CGF), il 61% dei leader delle aziende di beni di consumo sta allineando i propri obiettivi operativi e di sostenibilità, con il 77% degli intervistati che concorda sul fatto che gli investimenti in sostenibilità accelereranno la crescita aziendale. I partecipanti hanno indicato che le loro aziende aumenteranno i budget dedicati alla tecnologia del 34% nei prossimi tre anni, al fine di mantenere la promessa relativa alla sostenibilità.

Allo studio, "*Riprogettare i valori del marchio: Scopo e profitto convergono nelle operazioni principali*," hanno partecipato 1.800 dirigenti delle aziende di beni di consumo di 23 paesi. Il report evidenzia che queste aziende stanno integrando la sostenibilità nelle loro operazioni, ricalibrandone la misurazione e la rendicontazione e aumentando i loro investimenti in tecnologia per poter raggiungere gli obiettivi prefissati.

"Il mondo sta cambiando rapidamente e i Fast-moving consumer goods (FMCG) e i consumatori ne stanno prendendo atto", ha detto **Ruediger Hagedorn, End-to-End Value Chain Director CGF**. "In che modo le aziende di questo settore si stanno preparando per un futuro più sostenibile ed efficiente, sfruttando le nuove tecnologie? Questo report fornisce interessanti informazioni su ciò che, a livello globale, determina il processo decisionale, che plasmerà il nostro futuro."

Alcuni dei risultati principali dello studio includono:

- **L'integrazione di sostenibilità e operation**: il 61% dei leader delle aziende di beni di consumo intervistati sta allineando gli obiettivi operativi con quelli relativi alla sostenibilità per ottimizzare gli investimenti e gli sforzi, il 77% concorda anche sul fatto che gli investimenti in sostenibilità accelereranno la crescita aziendale. Questa integrazione strategica si traduce in iniziative quali: imballi sostenibili, processi di produzione efficienti dal punto di vista energetico e approvvigionamento etico dei materiali.
- **Ricalibrare la misurazione e il reporting sulla sostenibilità**: quasi il 75% dei leader concorda sulla necessità di ricalibrare il modo in cui vengono misurati gli obiettivi di sostenibilità. Tuttavia, molti non sono in grado di monitorare e misurare i progressi in tempo reale. Lo studio sottolinea l'importanza di stabilire una solida base di dati e migliorare le capacità di raccolta degli stessi per promuovere trasparenza e fiducia.
- **Utilizzo della tecnologia per rendere operativa la sostenibilità**: le aziende si stanno rivolgendo alla tecnologia per rispettare in modo efficace le promesse di sostenibilità, con i leader che vedono più tecnologie avere un ruolo, come ad esempio automation (71%), analytics (69%), IoT (62%), AI (55%) e intelligent workflows (44%). Mentre riqualificano le loro attività relative alla supply chain, il 67% cita l'utilizzo di analisi predittiva e prescrittiva e il rilevamento della domanda basato sull'intelligenza artificiale (69%) utile a migliorare la gestione dell'inventario ed eliminare le scorte in eccesso. Stanno, inoltre, applicando flussi di lavoro basati sull'intelligenza artificiale (70%) e stanno iniziando ad adottare la tecnologia digital twin (26%) per promuovere l'efficienza.

"Nel mondo di oggi, i consumatori cercano attivamente brand che riflettano i loro valori, questo rende l'integrazione della sostenibilità un importante elemento di differenziazione per le aziende di beni di consumo e i retailer", ha dichiarato Luq Niazi, Global Managing Partner for Industries IBM. "Una significativa integrazione della sostenibilità nelle operation del brand può essere raggiunta solo attraverso una solida combinazione di processi aziendali, tecnologia, partnership con l'ecosistema e collaborazione a livello manageriale tra produzione, IT, operation, supply chain e sostenibilità. Adottando questo approccio olistico, i manager del settore possono promuovere prestazioni aziendali sostenibili e attingere così a una quota maggiore della spesa dei consumatori."

Lo studio mostra, inoltre, esempi di successo, tra cui quelli di aziende quali Levi Strauss, Pandora, Reckitt, Unilever e Walmart, che hanno già iniziato a utilizzare la tecnologia a favore della sostenibilità e a raccoglierne i benefici. Queste aziende possono ispirarne altre che vogliono portare un cambiamento positivo nelle proprie attività.

Metodologia di studio

Nel 2022, l'IBM Institute for Business Value e The Consumer Goods Forum (CGF), in collaborazione con Oxford

Economics, ha condotto un sondaggio globale su 1.800 dirigenti di settore in 23 paesi - Nord America, America Latina, Europa, Medio Oriente e Africa e Asia Pacifico - per capire come i leader delle aziende di beni di largo consumo bilanciano gli obiettivi di sostenibilità più urgenti con gli obiettivi operativi in corso. Lo studio completo è disponibile all'indirizzo: <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/sustainable-operations-consumer-products>

Informazioni su IBM Institute for Business Value

L'IBM Institute for Business Value (IBV), il think tank di IBM, combina la ricerca globale e i dati sulle prestazioni con la conoscenza degli esperti di settore e dei principali accademici per fornire informazioni utili a migliorare il business. Per una leadership di pensiero all'avanguardia, visitare: www.ibm.com/ibv.

Informazioni su The Consumer Goods Forum (CGF)

The Consumer Goods Forum (CGF) è una rete globale di aziende, basata sulla parità, guidata dai suoi membri per incoraggiare l'adozione di pratiche e standard a servizio dell'industria dei beni di consumo in tutto il mondo. Riunisce i CEO e i vertici aziendali di circa 400 retailer, produttori, fornitori di servizi e altre parti interessate in 70 paesi, e riflette la diversità del settore in termini di geografia, dimensioni, categoria di prodotto e formato. Le aziende che ne fanno parte hanno venduto complessivamente 4,6 trilioni di euro e impiegano direttamente circa 10 milioni di persone, con ulteriori 90 milioni di posti di lavoro stimati in tutta la catena del valore. È governata da un Consiglio di Amministrazione, che comprende più di 55 CEO di produttori e rivenditori. Per ulteriori informazioni, visitare: www.theconsumergoodsforum.com.

Per maggiori informazioni:

Paola Piacentini, *IBM external Relations Leader*

email: paola_piacentini@it.ibm.com.

tel. + 39 335 1270646

<https://it.newsroom.ibm.com/StudioGDO>