

COMUNICATO STAMPA

THE INNOVATION GROUP presenta la “SMART MANUFACTURING SURVEY 2025”

(realizzata in collaborazione con SPS Italia, ContactValue e Made Competence Center)

27 marzo 2025. L'indagine “SMART MANUFACTURING SURVEY 2025” di The Innovation Group, in collaborazione con SPS Italia, ContactValue e Made Competence Center, ha indagato la maturità delle aziende italiane (intervistando un campione di 94 realtà industriali del Paese) sul percorso verso l'Industria 4.0. Sono state analizzate le tendenze dell'adozione di strategie Data driven legate alla raccolta di informazioni provenienti dalla fabbrica (IoT, oggetti connessi); dell'uso attuale e prospettico dell'intelligenza artificiale nei processi produttivi; dei punti di attenzione per la cybersecurity e per la Transizione 5.0 verso sostenibilità ambientale e responsabilità sociale.

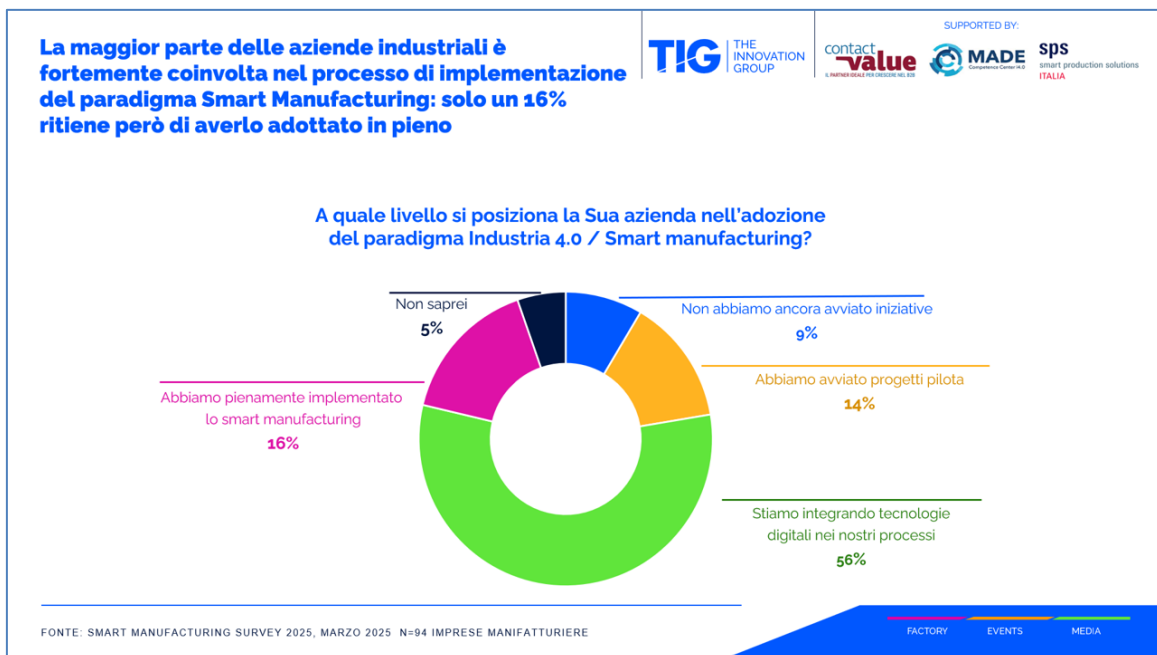
“I dati evidenziano come le aziende italiane stiano avanzando nel percorso verso lo smart manufacturing, con una crescente adozione di AI e Data Analytics, ma anche come ci siano alcuni ostacoli significativi da affrontare in termini di integrazione tecnologica, formazione e cybersicurezza” ha detto Emilio Mango, General Manager di The Innovation Group.

“L'indagine delinea strategie e tendenze che muovono le realtà industriali del nostro Paese. Come fiera dell'automazione e del digitale per l'industria, siamo felici della collaborazione con The Innovation Group, promotore di questo importante osservatorio sull'adozione delle nuove tecnologie” ha commentato Donald Wich, amministratore delegato di Messe Frankfurt Italia.

L'indagine sarà presentata nel corso dello [SMART MANUFACTURING SUMMIT 2025](#) di TIG, il prossimo **2 aprile a Milano**. Anticipiamo qui i principali risultati.

Maturità raggiunta nel percorso verso lo smart manufacturing

Emerge uno scenario molto dinamico, in cui alcune realtà dimostrano di essere già allineate con i nuovi paradigmi della digitalizzazione, pronte quindi a sfruttarne le molteplici opportunità. Lo stato attuale vede la maggior parte delle aziende (**56%**) in una fase di integrazione delle tecnologie digitali nei processi, con un forte impegno verso lo smart manufacturing. Tuttavia, solo il **16%** ha già completato questa implementazione: per molte realtà il percorso è ancora in corso.



La spinta all'automazione è stata forte in passato (con un **62%** che vi ha già investito), ma ora il focus si sta spostando su AI, servitizzazione e cybersecurity. Forte attenzione anche alla formazione e al know-how digitale: la formazione delle competenze digitali (54%) e la digitalizzazione del know-how (52%) sono già aree di investimento importanti. Inoltre, una quota significativa (rispettivamente 28% e 33%) prevede ulteriori investimenti, segnalando che il tema della preparazione delle risorse umane è ancora rilevante.

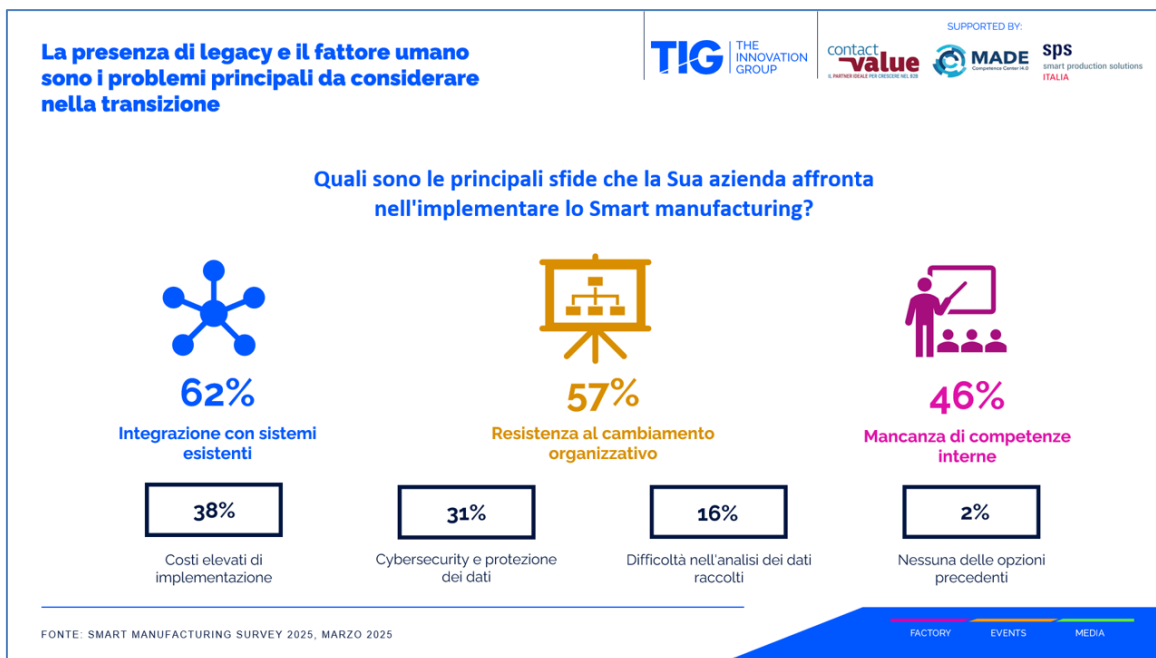
La presenza di legacy e il fattore umano sono invece i problemi principali da considerare nella transizione. L'integrazione con i sistemi esistenti è il principale ostacolo incontrato nel percorso verso lo smart manufacturing (indicato dal 62%) seguito da resistenza al cambiamento organizzativo (57%) e mancanza di competenze interne (46%).

Anche i costi elevati di implementazione (38%) sono un vincolo importante, e cybersecurity e protezione dei dati (31%) sono un tema chiave: con la crescente interconnessione dei sistemi industriali, aumenta il rischio di attacchi informatici e di violazioni di dati sensibili.

“La nuova indagine, condotta con The Innovation Group, SPS Italia e ContactValue, conferma i dati raccolti da MADE lo scorso semestre. L’offerta di servizi del Competence Center è stata pensata proprio nell’ottica di rispondere alle esigenze delle PMI con servizi dedicati alla strategia per adozione dell’AI, un servizio dedicato al il repository documentale potenziato da AI oltre che a un’ampia offerta formativa anche dedicata all’intelligenza artificiale” ha detto Federico Ravasio, responsabile comunicazione e marketing, Made Competence Center.

“Il tessuto industriale italiano vede una massiccia presenza di PMI che, rispetto alle grandi realtà, hanno più difficoltà a implementare progetti digitali innovativi. La presenza di sistemi legacy e le difficoltà legate alla formazione continua sulle nuove tecnologie si traduce spesso in un

approccio che favorisce una diffusione di progetti sì innovativi, ma a macchia di leopardo, il più delle volte tesi a soddisfare specifiche necessità” ha commentato Alberto Taddei, Senior Partner di ContactValue.



Strategie Data Driven

Solo il 50% delle aziende ha implementato soluzioni di Data Analytics basate su IoT, mentre il 40% è in fase di studio o avvio. L'uso dei dati è attualmente orientato all'efficienza e al controllo, con prospettive di evoluzione verso la predittività e la pianificazione intelligente. L'AI e il machine learning possono accelerare il processo, specialmente in manutenzione e logistica, ma costi e resistenza al cambiamento potrebbero rallentarne l'adozione in ambiti più avanzati.

AI per lo Smart Manufacturing

L'adozione dell'AI è ancora limitata: il 34% delle aziende è in fase di test e il 21% in fase iniziale di integrazione, mentre solo il 5% ha implementato l'AI su larga scala. Si prevede una crescita significativa nei prossimi anni, con applicazioni in ottimizzazione produttiva, vendite, marketing e customer service. L'AI è vista principalmente come strumento per aumentare produttività (50%) ed efficienza (47%), mentre la trasformazione dei modelli di business è ancora poco considerata (15%). Le sfide principali includono gap di competenze, integrazione con infrastrutture esistenti e gestione dei dati.

Cybersecurity e Sostenibilità

La cybersecurity è una priorità per il 59% delle aziende, con un focus crescente sull'integrazione tra sicurezza IT e OT. Le misure adottate includono firewall, segmentazione di rete e autenticazione multi fattore. Tuttavia, restano criticità legate alla visione integrata IT-OT e alla complessità operativa.

Sul fronte della sostenibilità, il 31% delle aziende ha un programma attivo e il 27% uno consolidato. Le principali iniziative riguardano efficienza energetica, gestione dei rifiuti e miglioramento delle condizioni di lavoro (49%). Inoltre, il 42% delle aziende promuove diversità e inclusione. Le sfide da affrontare includono compliance, costi e monitoraggio continuo dei progetti. In sintesi, le aziende italiane stanno avanzando nel percorso verso lo smart manufacturing, con una crescente adozione di AI e Data Analytics, ma devono affrontare ostacoli significativi in termini di integrazione tecnologica, formazione e sicurezza informatica.

La ricerca sui temi della cybersecurity sarà presentata in anteprima durante il [SMART MANUFACTURING SUMMIT 2025](#) del prossimo **2 aprile 2025 a Milano**. La partecipazione al Summit è gratuita ed occorre registrarsi on line al seguente link:

<https://www.theinnovationgroup.it/events/smart-manufacturing-summit-2025/?reg=1&lang=it>

Per ulteriori informazioni:

Silvia Bonomini
TIG Events - The Innovation Group
silvia.bonomini@tig.it

Fondata nel 2009, The Innovation Group (TIG) è una società di servizi di consulenza e di ricerca di mercato indipendente, specializzata nello studio delle evoluzioni del mercato digitale e nei processi d'innovazione abilitati dalle tecnologie e dalla conoscenza. TIG si rivolge ad aziende e organizzazioni dell'economia digitale che desiderano sviluppare strategie di crescita attraverso programmi e iniziative di go-to-market. Vengono pertanto sviluppate analisi, ricerche, approfondimenti sul digitale per il mercato italiano. Per fare questo, si mettono a disposizione piattaforme integrate di servizi e contenuti per facilitare scambi e relazioni con clienti, influencer, stakeholder ed ecosistemi.
Maggiori informazioni: www.tig.it

ContactValue offre servizi di marketing, lead generation e comunicazione B2B a valore aggiunto con particolare riferimento ai settori industriali a elevata tecnologia: Automazione Industriale, ICT professionale, Meccanica Strumentale, Sistemi per Produrre e, in generale, Innovazione Industriale. La consolidata esperienza e lo specifico know-how di ContactValue si fonda su solide basi tecniche, sulla conoscenza diretta degli specifici mercati a cui si rivolge e sulle esperienze maturate negli anni affiancando aziende leader di settore
Maggiori informazioni: www.contactvalue.it

SPS Italia, la fiera dell'automazione e del digitale per l'industria intelligente e sostenibile, è a Parma dal 13 al 15 maggio 2025. Con 6 padiglioni espositivi rappresenta l'appuntamento annuale per scoprire le tecnologie abilitanti per la fabbrica: automazione, robotica e mecatronica, digital&software, intelligenza artificiale. Organizzata da Messe Frankfurt Italia, sorella della tedesca SPS Norimberga, da tredici edizioni evolve con il supporto di un Comitato Scientifico, formato da oltre 180 membri, appartenenti alle maggiori realtà produttive italiane e al mondo accademico.
Maggiori informazioni: <https://www.spsitalia.it/>

MADE Competence Center Industria 4.0 è un ecosistema che propone un modello di fabbrica digitale a supporto delle imprese manifatturiere che vogliono intraprendere progetti di innovazione in ottica di Industria 4.0. MADE4.0 mette a disposizione delle aziende, in particolare delle piccole e medie imprese, un ampio panorama di conoscenze, metodologie e strumenti con focus sulle tecnologie digitali che spaziano dalla progettazione all'ingegnerizzazione, dal controllo della produzione, fino alla gestione del termine del ciclo di vita del prodotto. Le aziende che si rivolgono a MADE4.0 hanno la possibilità di confrontarsi direttamente con l'innovazione e di comprendere, anche "toccando con mano", come le soluzioni attualmente disponibili sul mercato possano essere impiegate per migliorare la loro competitività.
Maggiori informazioni: www.made-cc.eu