**Retrofit: il partner giusto al momento giusto**

* **E-commerce e automatizzazione accelerano il mercato del retrofit**
* **Sostenibilità come criterio decisionale sempre più importante**
* **Panoramica sui principali fattori di successo**

**(Marchtrenk, 9 febbraio 2022) Consegne sempre più rapide e catene di fornitura resilienti sono possibili solo se i sistemi di intralogistica sono adeguatamente ammodernati. Per pianificare un progetto di retrofit, si deve scegliere un partner competente e rispettare alcune regole.**

Sono già passati 60 anni da quando è stato inaugurato il primo magazzino automatico verticale. Il “capostipite" di tutti gli impianti fu il "Büchersilo", installato nel 1962 in Germania da Bertelsmann. Da allora furono realizzati migliaia di magazzini verticali, alcuni dei quali sono in funzione da decenni. Indifferentemente se magazzino automatico verticale o magazzino automatico per minuterie, non esiste un sistema che dopo anni esiste e funziona ancora come all'inizio. I componenti in acciaio sono robusti, ma gli elementi IT e di controllo e la meccatronica devono essere regolarmente mantenuti al passo della tecnica più recente. Quando la gamma di articoli, i volumi o le esigenze dei clienti cambiano, gli ammodernamenti e gli ampliamenti sono indispensabili.

**Adeguamenti, ampliamenti e ammodernamenti**

Sostanzialmente si possono distinguere tre sotto-argomenti per il tema retrofit: adeguamenti, ampliamenti e ammodernamenti. Il primo punto riguarda gli interventi necessari già nei primi mesi dopo la messa in funzione per allineare l'operatività dell'azienda alle nuove esigenze di mercato. Gli ampliamenti sono inevitabili soprattutto per le ditte in forte crescita dopo il go-live. Inoltre regolari ammodernamenti del sistema di controllo e IT sono necessari sostanzialmente ogni quattro o cinque anni in relazione all'evoluzione della tecnologia. La meccanica deve essere spesso rinnovata dopo dieci o più anni di esercizio.

**E-commerce, automatizzazione e focalizzazione sulle esigenze dei clienti**

Commercio online in crescita, automatizzazione in aumento: in relazione al numero crescente di sistemi per la logistica, ha un incremento anche il mercato del retrofit. In TGW è attualmente in corso un numero di progetti all'anno che è circa cinque volte maggiore rispetto a dieci anni fa. Un importante elemento trainante è anche la maggiore consapevolezza degli utenti di potere competere con la concorrenza solo adeguandosi alle esigenze dei clienti. Tuttavia, se i tempi di consegna diventano imprevisti rappresentano un vero e proprio incubo per i responsabili della logistica, così come i lunghi tempi di consegna diventano un chiaro svantaggio rispetto alla concorrenza.

Se si ritarda la valutazione dell'argomento retrofit, si possono correre molti rischi. Da un lato si rischia di non trovare più i pezzi di ricambio o che non siano più disponibili le tecnologie presenti nell'impianto. Dall'altro, con il passare degli anni si possono perdere preziose competenze, perché andrebbero in pensione gli esperti IT che conoscono ancora, ad esempio, i linguaggi di programmazione C e C++. Analoghe considerazioni si possono fare per quanto riguarda i sistemi di controllo.

**Informazioni in tempo reale**

Poiché lo sviluppo tecnologico è sempre più veloce, le aziende si preparano per il futuro con l'ausilio di progetti di retrofit. Anche il solo aggiornamento dei software consente di implementare le funzionalità. Un nuovo sistema di gestione magazzino permette di ottenere una migliore connettività e, di conseguenza, un costante flusso di dati. L'obiettivo è di consentire in tempo reale lo scambio di informazioni lungo la catena di generazione del valore. Sempre più spesso le aziende chiedono di integrare nell'intero impianto tecnologie autonome, come i sistemi di trasporto senza conducente o i robot. Questa soluzione funziona però in modo ottimale solo se la tecnologia degli impianti è conforme allo stato dell'arte.

I moderni sistemi di gestione magazzino offrono la possibilità di comandi tramite touch screen. I vantaggi per i collaboratori sono la facilità di comando e i brevi tempi di operatività. Lo stesso vantaggio vale per la visualizzazione con zoom variabile in continuo: gli utenti possono accedere ai sistemi fino al livello dei sensori per localizzare ad esempio i componenti difettosi. Anche gli interventi di manutenzione possono essere eseguiti più facilmente dopo un retrofit perché i componenti montati negli impianti sono più moderni.

**Sostenibilità come criterio decisionale**

Da quando il tema sostenibilità è entrato in modo preponderante nel mondo della politica, della società e dell'economia, è diventato anche un concetto trainante nel campo del retrofit. In generale i progetti sono già investimenti sostenibili perché consentono alle aziende non solo di prolungare la durata degli impianti, ma anche di incrementarne l'efficienza. Molte aziende perseguono propri programmi ambiziosi per l'abbattimento delle emissioni gestendo le risorse con maggiore consapevolezza rispetto al passato e monitorando attentamente ogni aspetto della supply chain al fine di identificare eventuali possibilità di risparmio. In questo processo analizzano in dettaglio le strutture e confrontano tra l'altro il consumo di energia dei dispositivi di stoccaggio e del sistema di convogliamento.

In linea di massima vale il principio che le aziende non devono riflettere se effettuare un intervento di retrofit, bensì su quando e come realizzarlo. Ovviamente devono prevedere un budget apposito. Quale sarebbe del resto l'alternativa? Se la concorrenza traduce meglio e più rapidamente i desideri dei clienti, il rischio è di perdere una parte della clientela e nell'era digitale questo può accadere con un solo clic del mouse. Un esempio: una volta era sufficiente un'unica fornitura ai utenti per 50 righe di ordine. Oggi ordinano gli stessi volumi ma con consegna in dieci diversi luoghi e in tempi diversi, come è facilmente rilevabile anche dalle note piattaforme B2C. Se si controlla questo aspetto, si vedono in un'altra luce anche gli investimenti per un progetto di retrofit e il correlato valore di return on investment.

**TGW come partner con esperienza**

Quando si rileva la necessità di effettuare un retrofit o un ampliamento del proprio impianto, è importante rivolgersi al partner giusto. Nel corso della sua storia aziendale lunga 52 anni, TGW ha identificato i fattori di successo centrali. Oltre ai manager di progetto, a un piano strutturato e a un capitolato, nelle attività preparatorie rientra anche la definizione delle fasi di migrazione.

Inoltre i collaboratori devono essere adeguatamente formati, affinché sul posto lavorino specialisti che conoscono l'ambiente circostante. Un altro punto importante è anche trovare il momento giusto per effettuare il retrofit. Esistono manager che credono sia sufficiente pensarci solo quando l'impianto è in prossimità del suo arresto. Tuttavia non riflettono sul fatto che il tempo di preparazione di un tale progetto richiede fino a un anno e anche più tempo da quando è esplosa la pandemia da Covid-19.

Pertanto TGW inizia a consultarsi con i clienti quando il sistema intralogistico è saturo all'85 percento, in modo che gli esperti possano trovare insieme all'utente una soluzione in grado di apportare in tempo utile i benefici desiderati. Gli esperti considerano anche attentamente che gli addetti al retrofit posseggano un know-how globale. Inoltre utilizziamo prodotti sviluppati specificatamente per il retrofit.

**I sette fattori di successo per progetti di retrofit**

1. Considerare il tempo di preparazione e avviare il progetto in tempo utile
2. Scegliere partner e responsabili di progetto esperti
3. Elaborare un piano strutturato
4. Integrare soluzioni di retrofit sviluppate specificatamente per l'impianto
5. Realizzare un capitolato completo
6. Definire con precisione le fasi di migrazione
7. Formare adeguatamente i collaboratori

[www.tgw-group.com](http://www.tgw-group.com)

**Informazioni sul TGW Logistics Group**

TGW Logistics Group è un'azienda fornitrice di soluzioni per l'intralogistica di primaria importanza a livello internazionale. Da oltre 50 anni l'azienda austriaca specializzata in impianti ad alta automazione realizza soluzioni per i propri clienti in tutto il mondo, dalla A come Adidas alla Z come Zalando. In qualità di integratore di sistema, TGW si occupa della progettazione, produzione, realizzazione e servizio di complessi centri di logistica, dalla meccatronica alla robotica fino al sistema di comando e al software.

Il gruppo TGW Logistics Group ha filiali in Europa, Cina e USA e può contare su oltre 4.000 collaboratori in tutto il mondo. Nell'esercizio fiscale 2020/21 l'azienda ha ottenuto un fatturato complessivo di 813 milioni di euro.

È permessa la pubblicazione gratuita fornendo l'indicazione della fonte e per i comunicati stampa che hanno come oggetto principalmente il TGW Logistics Group GmbH. La pubblicazione a scopi pubblicitari non è gratuita.

**Contatti:**

TGW Logistics Group GmbH

A-4614 Marchtrenk, Ludwig Szinicz Straße 3

Tel: +43.(0)50.486-0

Fax: +43.(0)50.486-31

E-mail: tgw@tgw-group.com

Contatto stampa:

Alexander Tahedl

Communications Specialist

Tel: +43.(0)50.486-2267

Cell.: +43.(0)664.88459713

alexander.tahedl@tgw-group.com

Martin Kirchmayr

Director Marketing & Communications

Tel: +43.(0)50.486-1382

Cell.: +43.(0)664.8187423

martin.kirchmayr@tgw-group.com