**Rétrofit : tout dépend du bon partenaire et du bon moment**

* **Le commerce en ligne et l'automatisation accélèrent le marché rétrofit**
* **La durabilité prend de plus en plus d'importance en tant que critère de décision**
* **Une vue d'ensemble des principaux facteurs de succès**

**(Marchtrenk, le 9 février 2022) Des promesses de livraison plus rapide et la création des chaînes d'approvisionnement résilientes sont seulement possibles si les systèmes intralogistiques sont à la pointe de la technologie. Si vous planifiez un projet rétrofit, vous devez choisir un partenaire compétent et respecter certaines règles.**

Cela fait maintenant 60 ans que le premier entrepôt grande hauteur a été ouvert. La « mère » de toutes les installations est le « silo de livres » de Bertelsmann, mis en service en Allemagne en 1962. Depuis, des milliers d'entrepôts grande hauteur ont été construits – certains fonctionnent depuis des décennies. Qu'il s'agisse d'un entrepôt grande hauteur ou d'un magasin automatisé pour petites pièces : il n'y a guère de système qui existe encore pendant des années comme il existait à l'ouverture. Les composants en acier sont robustes, mais les éléments informatiques et de commande et les composants mécatroniques doivent être régulièrement mis à jour. Si la gamme d'articles, le volume ou les exigences des clients changent, des modernisations et des extensions sont inévitables.

**Adaptations, extensions et modernisations**

En principe, le sujet « rétrofit » peut être divisé en trois catégories : les adaptations, les extensions et les modernisations. Par le premier point, on entend les mesures qui peuvent déjà s'avérer nécessaires quelques mois après la mise en service, afin d'adapter une entreprise aux nouvelles exigences du marché. Les extensions sont surtout inévitables pour les entreprises qui connaissent une forte croissance après la mise en service. Des modernisations régulières de la commande et du système informatique sont nécessaires tous les quatre à cinq ans, car la technologie change. Les composants mécaniques ne doivent être remplacés qu'après dix ans ou plus.

**Le commerce en ligne, l'automatisation et l'accent sur les besoins des clients**

Croissance du commerce en ligne, augmentation de l'automatisation : En raison du nombre croissant de systèmes logistiques, le marché rétrofit est également en pleine expansion. Aujourd'hui, TGW réalise presque cinq fois plus de projets qu'il y a dix ans. Un déclencheur très important est la prise de conscience croissante par les utilisateurs qu'ils peuvent seulement rester compétitifs s'ils s'adaptent aux exigences des clients. Et si l'on fait des promesses de livraison toujours plus courtes, on doit créer une chaîne d'approvisionnement résiliente. Des immobilisations non planifiées sont un cauchemar pour les responsables logistiques et des temps de traitement longs sont un désavantage concurrentiel.

Remettre à plus tard le rétrofit, c'est prendre plusieurs risques. Premièrement, des pièces de rechange pourraient être en fin de série ou des technologies ne pourrait plus être disponibles. Deuxièmement, l'expertiser se perd au fil des années, parce que les experts informatiques qui savaient encore utiliser les langages de programmation C et C++, par exemple, partent à la retraite. Dans le monde de la commande, il existe des problèmes similaires.

**Informations en temps réel**

Comme le changement de technologie s'accélère, les entreprises se préparent à l'avenir avec des projets rétrofit. Même une mise à jour du logiciel augmente les fonctionnalités. Un nouveau système de gestion d'entrepôt améliore la connectivité et le flux de données. L'objectif : l'échange de données en temps réel tout au long de la chaîne de valeur. Souvent, les entreprises veulent aussi intégrer les technologies autonomes – les systèmes de transport sans conducteur ou les robots, par exemple – dans leurs solutions complètes. Cela ne fonctionne de manière optimale que si les installations fonctionnent avec une technologie de pointe.

Les systèmes de gestion d'entrepôt modernes peuvent être commandés au moyen des écrans tactiles. Les avantages : une utilisation conviviale et des périodes d'initiation courtes pour les collaborateurs. Ceci s'applique aussi au zoom continue pour la visualisation de l'installation : Les utilisateurs peuvent examiner les systèmes jusqu'au niveau des capteurs pour localiser des composants défectueux, par exemple. Les activités de maintenance sont plus faciles et plus rapides à effectuer après le rétrofit, car des composants modernes ont été intégrés dans l'installation.

**La durabilité en tant que critère de décision**

Depuis que le thème de la durabilité est devenu de plus en plus important pour la politique, la société et l'économie, il est considéré comme l'un des moteurs du secteur rétrofit. En général, les projets sont des investissements durables, ne serait-ce que parce que les entreprises ne peuvent pas seulement augmenter la durée de vie de leur installation, mais aussi son rendement. De nombreuses entreprises ont des programmes ambitieux de réduction des émissions : Ils utilisent les ressources de manière plus consciente qu'auparavant et examinent chaque maillon de la chaîne d'approvisionnement à la loupe afin d'identifier les possibilités d'économie. Pour ce faire, ils plongent profondément dans les structures et comparent entre autres la consommation énergétique des transstockeurs ou des systèmes de convoyage.

Fondamentalement, les entreprises ne devraient pas réfléchir s'ils effectueront un rétrofit, mais plutôt quand et comment. Bien entendu, ils doivent budgétiser le rétrofit. Mais quelle est l'alternative ? Si les compétiteurs répondent aux demandes des clients plus rapidement et mieux, on risque de perdre des clients. À l'ère numérique, la concurrence n'est qu'à un clic de souris. Un exemple : Auparavant, une livraison avec 50 positions était suffisante pour un utilisateur. Aujourd'hui, il veut qu'une commande avec le même volume est livrée à dix destinations à dix moments différents, comme il est normal sur les plateformes B2C connues. Si l'on garde cet aspect à l'esprit, on voit l'investissement dans le rétrofit – c.-à-d. le retour sur investissement – sous un autre jour.

**TGW, un partenaire expérimenté**

Quand une entreprise a reconnu la nécessité d'un rétrofit ou d'une extension, elle a besoin du bon partenaire pour l'exécution. Au cours de ses plus de 52 années d'existence, TGW a identifié les principaux facteurs de succès. Les travaux préparatoires comprennent trouver des directeurs de projet expérimentés, créer un plan structuré et un cahier des charges et définir les étapes de migration.

En outre, les collaborateurs doivent être bien formés pour assurer que les personnes qui travaillent sur site connaissent bien l'environnement. Un autre aspect important est le choix du bon moment pour le rétrofit. Si les manageurs pensent qu'il suffit d'y penser quand l'installation est à bout, ils se trompent. Ils oublient que le délai de préparation d'un projet peut être jusqu'à un an, parfois plus longtemps depuis le début de la pandémie de coronavirus.

TGW déjà contacte les clients quand le système intralogistique est à 85 pour cent de sa capacité maximale pour développer ensemble avec des spécialistes et l'utilisateur une solution qui produit les effets souhaités. Les experts veillent aussi à ce que les spécialistes rétrofit disposent d'un savoir-faire étendu. En outre, des produits spécifiquement conçus pour le rétrofit sont utilisés.

**Les sept facteurs de succès pour les projets rétrofit**

1. Respecter le délai de préparation et commencer à temps
2. Choisir des partenaires et directeurs de projet expérimentés
3. Élaborer un plan structuré
4. Intégrer des solutions rétrofit spécialement développées
5. Créer un cahier des charges détaillé
6. Exactement définir les étapes de migration
7. Bien former les collaborateurs

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

**À propos de TGW Logistics Group :**

TGW Logistics Group est l'un des principaux fournisseurs de solutions intralogistiques dans le monde. Depuis plus de 50 ans, le spécialiste autrichien réalise des installations hautement automatisées pour ses clients de A comme Adidas à Z comme Zalando dans le monde entier. En tant qu'intégrateur de systèmes, TGW se charge de la planification, la production, la réalisation et le service des centres logistiques complexes – des composants mécatroniques à la robotique, en passant par le pilotage et le logiciel.

TGW Logistics Group a des filiales en Europe, en Chine et aux États-Unis et compte plus de 4 000 employés répartis dans le monde entier. Au cours de l'exercice 2020/21, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires total de 813 millions d'euros.

Reproduction avec indication de la source et pour les rapports de presse qui traitent essentiellement de TGW Logistics Group GmbH sans honoraires. Pas de reproduction sans honoraires pour des fins commerciales.

**Contact :**

TGW Logistics Group GmbH

A-4614 Marchtrenk, Ludwig Szinicz Straße 3

T : +43.(0)50.486-0

F : +43.(0)50.486-31

Courriel : tgw@tgw-group.com

Attaché de presse :

Alexander Tahedl

Communications Specialist

T : +43.(0)50.486-2267

M : +43.(0)664.88459713

alexander.tahedl@tgw-group.com

Martin Kirchmayr

Director Marketing & Communications

T : +43.(0)50.486-1382

M : +43.(0)664.8187423

martin.kirchmayr@tgw-group.com