**Logistique de la mode : Aucune alternative à l'automatisation**

* **Les Fashion Expert Days de TGW ont montré que des niveaux de service plus élevés, une pénurie de main-d'œuvre et une demande de plus en plus imprévisible sont les principaux facteurs de décision pour les investissements.**
* **Plus de 120 participants ont échangé sur les tendances de la mode.**

(Marchtrenk, 16.10.2019) Un niveau de service plus élevé, une demande de plus en plus imprévisible et une recherche de personnel difficile : tels sont les principaux moteurs des projets d'automatisation en logistique pour la mode. Par conséquent, les fournisseurs de vêtements, chaussures et autres textiles ne pourront pas éviter d'investir dans des solutions intralogistiques de pointe dans les années à venir. Ce fut la quintessence des premiers "Fashion Expert Days" du spécialiste de l'intralogistique TGW Logistics Group.

Plus de 120 experts de la mode - dont des représentants de GAP, Puma et Urban Outfitters - ont répondu présents à l'invitation de TGW les 9 et 10 octobre au siège Evolution Park à Marchtrenk (Haute Autriche). Ils y ont discuté des tendances et des défis logistiques dans l'industrie textile avec des scientifiques, des fournisseurs de solutions et des représentants de grandes marques de mode. Les invités venus d'Europe, d'Asie et des Etats-Unis ont également pu découvrir le showroom interactif Helix et le siège moderne de TGW.

**Des niveaux de service plus élevés, moteurs de l'intralogistique**

Les experts de la supply chain de Puma, GAP et Urban Outfitters ont unanimement souligné que les principaux moteurs des projets d'automatisation dans leurs entreprises sont l'atteinte des attentes toujours plus élevées des clients et la pénurie de main d’œuvre. Ceci a également été confirmé par une enquête rapide sur place auprès des visiteurs : Selon le sondage, 100 % des répondants s'attendent à ce que le niveau de service augmente au cours des cinq prochaines années à tel point que les livraisons le jour même ou le lendemain deviendront la norme dans l'industrie. La majorité des personnes interrogées s'appuient sur des solutions hautement automatisées pour relever ces défis.

**Des modèles économiques en mutation**

Concernant la demande imprévisible, Franziskos Kyriakopoulos, PDG de 7LYTIX, a souligné que les méthodes d'analyse de données (big data) et d'analyse prédictive peuvent être de bons outils pour des scénarios de planification à court terme. Toutefois, les prévisions à moyen ou très long terme sont inexactes, car elles reposent sur des données historiques et sont difficiles à mettre à jour. Alors, comment se développeront les relations entre le commerce de détail, le commerce de gros et le commerce électronique à l'avenir ?

Raffaele Destro, directeur des solutions dédiées à la mode et au textile chez TGW, a également pointé cette difficulté. Il a souligné l'importance cruciale de la flexibilité dans la chaîne d'approvisionnement : "Dans le domaine de l'intralogistique, les entreprises doivent être à même de s’adapter à des business models différents, des canaux de distribution changeants ou encore des structures de commandes mouvantes. La clé réside dans la flexibilité et l’agilité du système intralogistique pour répondre à la fois à l’e-commerce et au commerce de détail.

Pour préparer les entreprises à l'avenir, TGW propose des systèmes hautement automatisés. FlashPick® (pour le picking automatisé de détail) et le trieur à pochettes OmniPick sont au cœur des solutions standardisées dédiées à la mode de TGW : grâce à leur modularité et à leur flexibilité, elles sont adaptées à toutes les exigences des clients. "Les deux solutions ont été conçues pour fonctionner indépendamment de chaque canal de distribution. Par conséquent, FlashPick® et OmniPick couvrent facilement n'importe quelle combinaison de commerce de détail, de gros et de commerce électronique ", explique M. Destro.

**L’Intelligence artificielle**

Maximilian Beinhofer, responsable du développement des systèmes cognitifs chez TGW, a montré à quel point le développement d'OmniPick a progressé. Grâce à l'intelligence artificielle, TGW a développé Rovolution, un robot intelligent qui prélève les marchandises d'un bac source et les place automatiquement dans un carton ou un bac de commande (FlashPick®) ou alimente une station d'induction automatique pour pochettes (OmniPick). Combiné au déchargement automatisé des pochettes, il en résulte un système sans contact, ce qui signifie qu'aucune intervention manuelle n’est nécessaire dans le processus.

**Modules standardisés, installation rapide**

Quiconque souhaite automatiser son système doit être prêt à dépenser de l'argent pour cela. C'est tout aussi vrai aujourd'hui qu'il y a cinq ans. Selon TGW, la différence essentielle est que les deux nouvelles solutions d'automatisation de TGW, FlashPick® et OmniPick®, sont constituées de modules standardisés et pré-conçus qui peuvent être rapidement adaptés à différents modèles économiques. "Cela n'élimine pas la nécessité d'adapter spécifiquement un système à des contraintes particulières d’un client, mais cela accélère le processus", explique Christoph Wolkerstorfer, CSO chez TGW Logistics. Les avantages de cette approche sont : une technologie optimisée éprouvée, une installation rapide du système, une mise en service plus rapide et une évolutivité facilitée.

Parce que TGW n'offre pas toutes les technologies de la chaîne d'approvisionnement de la mode elle-même, les partenaires commerciaux ont également fait des présentations lors de l'événement. Marco di Pietro, CEO d'IdeaPura, Suisse, a parlé des avantages de la technologie RFID lorsqu'elle est utilisée de la fabrication au point de vente. Francesco Ponti, PDG de CMC Machinery, d'Italie, a présenté des machines d'emballage entièrement automatisées qui façonnent des emballages adaptés à la taille du produit. Lorsqu'elle est intégrée dans FlashPick® et OmniPick, cette technologie permet des processus Pick & Pack sans contact, même pour les commandes en ligne.

Qu'il s'agisse de modernisation ou de nouveaux centres de distribution : Lors des Fashion Expert Days, les représentants des grandes marques de mode ont souligné que leur démarche d'automatisation se poursuivra. Selon Kevin Kuntz, Senior Vice President of Global Logistics Fulfillment chez GAP, après avoir installé les systèmes de réception TGW One-Touch (qui sont des systèmes automatisés d'entrée et de stockage basés sur la technologie Miniload), son entreprise prévoit maintenant d'acheter son neuvième système avec des shuttles pour un centre de distribution à Columbus, Ohio. Et le spécialiste allemand des articles de sport, PUMA, poursuit la centralisation de son réseau de distribution européen. Maximilian Molkenthin, Senior Head of Logistics, a indiqué que le nouvel entrepôt d'Europe centrale à Geiselwind, en Bavière, devrait être opérationnel au printemps 2021. Au cœur du système se trouve la solution FlashPick® de TGW pour la préparation automatique de commandes détail.

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

**A propos de TGW Logistics Group:**

TGW Logistics Group est l'un des principaux fournisseurs dans le monde de solutions intralogistiques automatisées clés en mains. Depuis sa création en 1969, l'entreprise autrichienne a fourni dans le monde entier une gamme diversifiée de solutions intralogistique sur mesure, aussi bien pour des magasins automatisés de petite taille que pour centres logistiques complexes pour de grandes entreprises de A comme Adidas à Z comme Zalando.

Avec près de 3 300 employés, TGW Logistics Group fabrique en Autriche et dispose de filiales en Europe, en Chine et aux Etats-Unis. Au cours de l'exercice 2017/2018, TGW Logistics Group a réalisé un chiffre d'affaires de 713 millions d'euros.

**Photos :**

L’utilisation des photos mentionnant TGW Logistics Group sont libres de droits. L’utilisation des photos TGW à des fins promotionnelles est interdite.

**Contact**

Martin Kirchmayr

Director Marketing & Communication

T: +43.(0)50.486-1382

M: +43.(0)664.8187423

martin.kirch­­­­mayr@tgw-group.com

Alexander Tahedl

Marketing Specialist

T: +43.(0)50.486-2267

alexander.tahedl@tgw-group.com