**Logistica dei ricambi: un salto di qualità grazie alla predisposizione al futuro**

* **Batterie e motori alternativi modificano anche la logistica dei ricambi**
* **Gli esperti consigliano di essere pronti a breve per il passaggio al mondo parallelo dei ricambi
per veicoli con motore a combustione, ibrido ed elettrico**
* **Automatizzazione come requisito per nuovi modelli commerciali e servizi**

**(Marchtrenk, 4 maggio 2022) Le mutazioni climatiche incentivano il mercato dei veicoli con motori alternativi. Nel tempo le conseguenze influenzeranno anche il settore dei ricambi e della logistica correlata. TGW Logistics Group consiglia alle aziende di predisporre in tempo utile i requisiti per la nuova era, avvalendosi fin da ora di automatizzazione e digitalizzazione. Sono disponibili tecnologie ad alte prestazioni per un futuro sempre più difficile da prevedere.**

In Germania sono ancora dominanti i motori a combustione, ma circa il 14 percento dei nuovi veicoli omologati nel 2021 sono dotati di azionamento elettrico. La percentuale di auto elettriche è cresciuta di quasi il doppio rispetto all'anno precedente. I veicoli elettrici, ibridi e a idrogeno rappresentano una grande sfida per i costruttori e i fornitori di automobili: dalla programmazione alla produzione fino alle ricadute sul settore dei ricambi. Molti produttori e rivenditori hanno realizzato fino al 70 percento del loro guadagno in questo ambito commerciale.

**Meno componenti, meno logistica?**

L'avanzata della mobilità elettrica comporta una riduzione dei pezzi di ricambio, perché un motore a combustione è costituito da oltre 1.400 componenti, mentre un motore elettrico ne ha solo circa 200. I veicoli elettrici sono inoltre meno soggetti a riparazioni grazie a un diverso sistema di progettazione e costruzione. Un numero inferiore di componenti del motore non significa però minori attività di logistica a medio termine. Da un lato infatti l'età media delle automobili in Europa è di circa nove anni e pertanto i pezzi di ricambio per i veicoli elettrici acquistati oggi serviranno solo nei prossimi anni, mentre fino ad allora continueranno a dominare il mercato i ricambi per motori a combustione. Dall'altro lato l'attuale logistica After-market è ancora più complessa di un decennio fa perché coesistono i mondi paralleli dei motori a combustione, ibridi ed elettrici. Inoltre i componenti per veicoli diesel e a benzina continueranno a essere forniti ancora per molto tempo: molti original equipment manufacturer (OEM) li stoccano regolarmente per almeno dieci o quindici anni dal termine della produzione.

Ciò che rende complessa la tematica è anche l'alta imprevedibilità. Infatti zero emissioni non significa zero problemi. Molti aspetti irrisolti generano dubbi in produttori e clienti. Quali problemi sono correlati all'approvvigionamento delle materie prime per la produzione di batterie? Come viene gestito il riciclaggio? Questi sono solo due esempi dei numerosi quesiti che molti si pongono.

**Digitalizzazione e automatizzazione come chiave di volta**

Evoluzioni difficilmente prevedibili, rapporti più complessi, nuovi servizi di assistenza: gli esperti concordano nel fatto che solo la digitalizzazione e l'automatizzazione possono risolvere le necessità derivanti. Anche se la situazione non cambierà all'improvviso dall'oggi al domani, restare in attesa senza prendere iniziative è sicuramente una strategia sbagliata. Infatti la richiesta di pezzi di ricambio per i modelli ibridi si concretizzerà già tra tre o quattro anni. In considerazione dei tempi di realizzazione per grandi progetti di automatizzazione, le aziende non dovrebbero perdere tempo prezioso. Inoltre la digitalizzazione consente anche ai nuovi concorrenti sul mercato di mettere in funzione in breve tempo le piattaforme per la commercializzazione dei ricambi. Chi non è in grado di mantenere il proprio livello di servizio, perde rapidamente clienti e deve fare i conti con la conseguente difficoltà di riacquisirli. Buona qualità e rapide consegne sono sempre state apprezzate in questo settore commerciale. Pertanto per i produttori e i rivenditori sono sempre più importanti sia un'elevata disponibilità sia una logistica agile.

**La mancanza di forza lavoro spinge lo sviluppo tecnologico**

Un'altra argomentazione a favore dell'automatizzazione è la decrescita di manodopera disponibile. Sicuramente la situazione peggiorerà ulteriormente perché le trasformazioni demografiche non sono costanti. Un alto grado di automatizzazione supporta le aziende nei momenti difficili. Attualmente è aperto il dibattito sulla rilevanza che avranno tra dieci o quindici anni i combustibili fossili, l'e-fuel, il gas per automobili, l'idrogeno e l'alimentazione elettrica.

Anche i pezzi di ricambio prodotti con le stampanti 3D non rappresentano una soluzione definitiva. Del resto molti ricambi hanno elevate esigenze qualitative che i componenti stampati in 3D non soddisfano (ancora). Inoltre questo nuovo metodo di produzione è adatto solo a piccole quantità.

**Nuovi sevizi, diverso rapporto con i clienti**

Indifferentemente se produttore o fornitore, è sempre necessario tenere presente i servizi di assistenza di nuova concezione. In Europa ad esempio un numero crescente di aziende specializzate in pezzi di ricambio offre anche equipaggiamenti e materiali per le officine. Negli USA, dove tradizionalmente i guadagni sono proporzionali a grandi volumi, i training a pagamento e le consulenze ai clienti sono importanti come nuova fonte di introiti integrativi. La sostituzione, lo stoccaggio e la riparazione delle batterie in futuro rivestiranno un ruolo di rilievo. Esigenze di training ancora maggiori emergeranno quando, accanto alle batterie agli ioni di litio, saranno utilizzati anche accumulatori di energia con altre tecnologie.

Un ulteriore elemento propulsore per le attività service è il diverso rapporto con i clienti. Prima gli appassionati di automobili erano in grado di riparare autonomamente il proprio veicolo e per qualcuno era addirittura un piacere potersene occupare. Oggigiorno i prodotti su quattro ruote sono talmente complessi che i clienti non riescono o non vogliono metterci mano in prima persona. Si attendono che i loro veicoli, grazie alla manutenzione preventiva, siano maggiormente affidabili e che, in caso di guasto, sia possibile ricevere assistenza con un semplice tocco sullo smartphone. Per questo motivo sempre più costruttori si affidano ai sistemi di autodiagnosi e alla manutenzione preventiva.

**Alto livello service, consegne veloci**

TGW osserva con attenzione queste evoluzioni e adegua in modo permanente le proprie soluzioni. Sul mercato si vede come le migliori aziende internazionali hanno già creato una rete di logistica globale, i processi digitali e una gestione strutturata delle risorse a magazzino. Si concentrano anche su un alto livello di servizio e su consegne veloci.

Con FlashPick® l'azienda TGW ha realizzato un sistema che consente ai clienti di proporsi in modo flessibile in situazioni diverse e che al contempo garantisce soluzioni efficienti ed economiche, sia in reazione alle oscillazioni della domanda, sia per un livello più alto di assistenza, sia per fronteggiare la carenza di manodopera. Nella pratica questo si traduce nella possibilità di assolvere a ordini urgenti senza problemi rispetto ad altri sistemi, inserendoli nella normale attività commerciale: dall'arrivo di un ordine elettronico al pacchetto pronto per la consegna trascorrono solo pochi minuti.

**Manutenzione digitale di sistemi per l'intralogistica**

Per la manutenzione e il supporto TGW si avvale di ausili moderni, come i visori digitali, con i quali i collaboratori in un impianto ricevono informazioni in modalità live-stream. Lo stato dell'arte è rappresentato dal sistema di manutenzione digitale CMMS nonché dal condition based monitoring. I sensori rilevano di dati di stato di importanti componenti e li confrontano con i valori presenti nella banca dati centrale per sviluppare modelli di manutenzione in base ad essi.

Inoltre TGW lavora all'accelerazione di sistemi più lenti mediante l'impiego di tecnologie recenti ed efficienti. Queste soluzioni sono importanti anche nell'ambito di value added service, affinché gli utilizzatori possano usufruire della massima flessibilità. Per i clienti e per TGW vale un'unica regola: un'adeguata predisposizione apporta vantaggi rispetto alla concorrenza.

**Autore:** Erich Schlenkrich, Industry Manager per beni industriali e di consumo presso TGW Logistics Group.

**Informazioni su Erich Schlenkrich**

Erich Schlenkrich opera come Industry Manager per la divisione dei beni industriali e di consumo presso la sede principale di TGW a Marchtrenk in Austria. Laureato in Ingegneria meccanica, ha perfezionato la sua formazione presso l'istituto viennese di management Hernstein e vanta 30 anni di esperienza nell'intralogistica. Ha fornito il suo prezioso contributo ricoprendo diverse funzioni nella gestione di progetto, nello sviluppo e nell'area commerciale. Negli scorsi 20 anni Schlenkrich ha dato un'impronta determinante allo sviluppo dei rapporti commerciali di TGW sui mercati europei, statunitensi e cinesi.

[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 automatizzati realizza soluzioni per i propri clienti internazionali, dalla A come Adidas alla Z come Zalando. In qualità di integratore di sistema, TGW si occupa della progettazione, produzione e realizzazione 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 2020/2021 l'azienda ha ottenuto un fatturato complessivo di 813 milioni di euro.

**Fotografie**

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