

L'automazione nella logistica per l'eccellenza nella customer experience



Francesco Mantegna
Managing Director Italy

25 Marzo 2025

About AutoStore

AutoStore™, founded in 1996, is a technology company that develops order-fulfillment solutions to help businesses achieve efficiency gains within the storage and retrieval of goods. We deliver both hardware and software capabilities. Our vision is to make automation technology accessible to everyone with a storage need.

AutoStore is a pioneer and global leader in cubic storage automation. The AutoStore System consists of an aluminum Grid, Robots, Bins, Ports and a Controller. Robots ride on rails along the top of the Grid, retrieving Bins as needed. Using the Router software platform, the Controller constantly adjusts the location and path of Robots in real time.

The cubic storage pioneer: global scale and leading position



Scaled and Global Platform

Countries **58**

Robots **~75,500**

Systems¹ **~1,650**

R&D FTE²
(~70% Software) **296**



Customers and Partners

23 Partners **~3,000** Certified sales representatives

Unique customers **~1,150**

Customer payback period **1-3 years**

Broad exposure to all end markets **~45%** Sales to existing customers³



Superior Financial Profile

FY 2024 revenue **\$601m** (-6.9%Y/Y)

Revenue CAGR 2017-2024 **~32%**

FCF conversion⁴ LTM **80%**

Notes:

1. As per end of Q4 2024, includes installed base and backlog












































































2. As per end of Q4 2024

3. Historical average (2021 – Q4'24)

4. Defined as adjusted EBITDA¹ less cash CAPEX divided by adjusted EBITDA¹

Our customer across a wide range of end markets

~1,150 Unique customers integrating AutoStore into their mission-critical supply chain

End market	# of systems ¹	2024 share of revenue	Selected blue chip customers
 Apparel & Sports Accessories	~250	20%	   <i>Lids</i>  XXL    
 Industrials ²	~520	22%	          
 3PL	~195	14%	      
 Other Retail ³	~160	12%	     
 Grocery and Food	~140	7%	         
 Automotive	~135	9%	     
 Healthcare	~150	8%	      
 Luxury & Personal Care	~40	4%	    
 Consumer Electronics	~60	4%	     

Notes:

1. As per end of Q4 2024, includes installed base and backlog
2. End markets include aviation, aerospace and defense, building and construction, machinery and other industrials
3. End markets include toys & games, office supplies, home supplies, generalist retailer, books & media

AutoStore



Warehouse

Shopping Mall



Grocery Retail



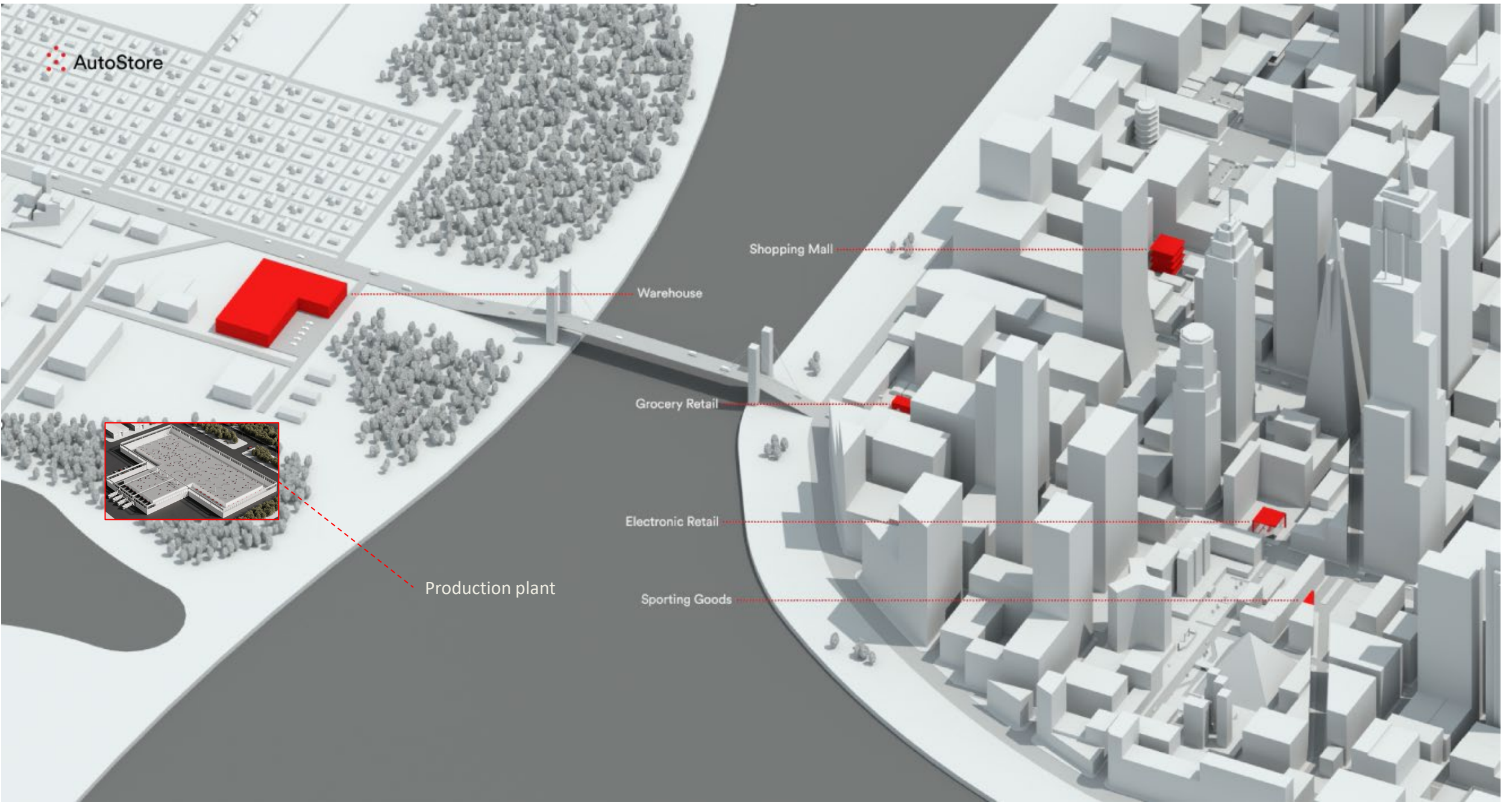
Electronic Retail



Sporting Goods



Production plant

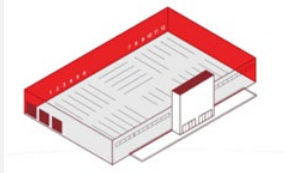
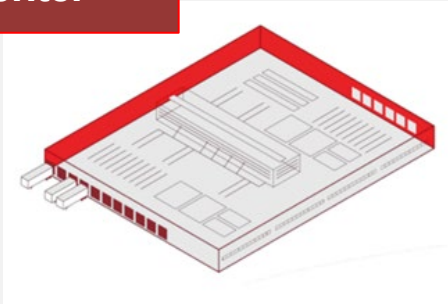


Ambiti di applicazione del sistema

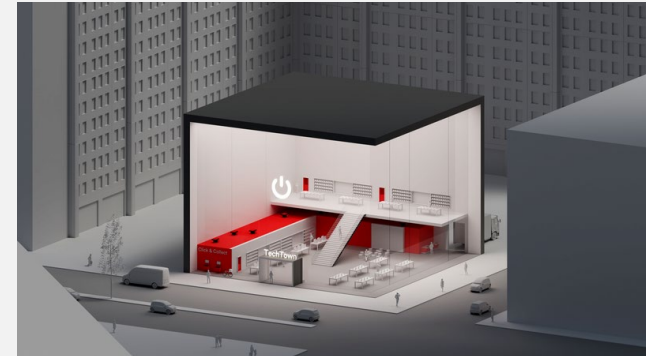


Production warehouse

Distribution Center

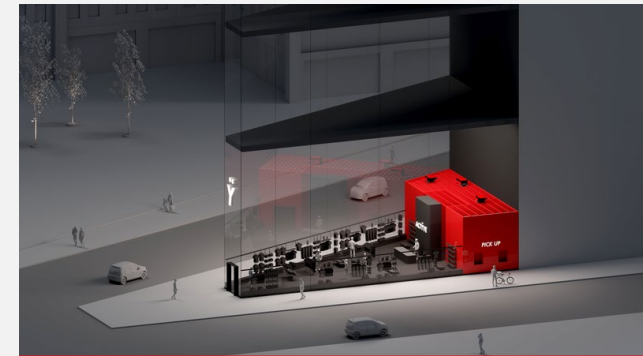


Dark Store



Fashion Retail Store

Micro-fulfilment Center



Sports Retail Store

Il mercato

Dati contrastanti, sia nel lusso che nel fast fashion

Servizio | Lusso

Kering: nel 2024 vendite -12% e utile a -62%, pesa situazione di Gucci

Francois-Henri Pinault: «I nostri sforzi devono rimanere sostenuti e siamo fiduciosi di aver portato il gruppo a un punto di stabilizzazione»

di Giulia Crivelli
11 febbraio 2025



FILE PHOTO: FILE PHOTO: The logo of fashion house Gucci is seen outside a store in Cannes, France, May 16, 2024. REUTERS/Sarah Meysonnier/File Photo/File Photo

Servizio | Dati di bilancio

Golden Goose, ricavi in crescita del 13% a 655 milioni, ebitda a 227 (+14% sul 2023)

Il ceo Silvio Campara: «Proseguiamo negli investimenti in retail diretto, strategico per rafforzare il legame con i clienti e farli tornare, oltre mode e tendenze»

di Giulia Crivelli
12 marzo 2025



Servizio | Il bilancio 2024

Prada, ricavi a 5,4 miliardi (+17%). L'utile netto sale del 25%

di Redazione Moda
4 marzo 2025



A model presents a creation by Prada for the Womenswear Ready-to-wear Fall-Winter 2025/2026 collection as part of the Milan Fashion Week, at Fondazione Prada, in Milan on February 27, 2025. (Photo by Piero CRUCIATTI / AFP)

Servizio | Fast fashion

Per Mango un 2024 in crescita: ricavi a 3,3 miliardi e utile netto a +27%

di Redazione Moda
11 marzo 2025



(FILES) Pedestrians walk by the entrance of a Mango shop on Passeig de Gracia street in Barcelona on February 28, 2024. The founder and non-executive chairman of Spanish clothing retailer Mango, Isak Andic, one Europe's largest fashion groups with nearly 2,800 stores worldwide, died December 14, 2024 in an accident, the company said. (Photo by LUIS GENE / AFP)

Servizio | Moda

H&M scivola in Borsa dopo i dati deludenti del quarto trimestre

Nell'intero esercizio le vendite nette hanno raggiunto i 234,478 miliardi di corone svedesi (236 miliardi), con una crescita dell'1% in valuta locale

di R.Fi.
30 gennaio 2025



Servizio | Fast fashion

Inditex (Zara): ricavi (+7,5%) e utili (+9%) in aumento nel 2024

di Redazione Moda
12 marzo 2025



FILE PHOTO: A woman carries a bag from Spanish multinational retail clothing chain Zara, the flagship brand of the Inditex clothing company, in the Gran Via of Bilbao, Spain, March 12, 2024. REUTERS/Vincent West/File Photo

Con la situazione di mercato cresce la pressione per aumentare l'efficienza

*La Supply Chain è sempre più centrale nel definire le strategie delle aziende, poiché è impattante per la **customer experience***

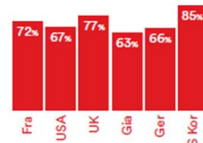
1. Quali sono i fattori che portano alla fidelizzazione del cliente?

.. e la Supply Chain????

L'impatto maggiore è rappresentato dai tempi di consegna.

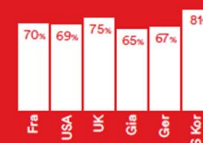
il **71%***

degli acquirenti mostra una maggiore fedeltà con tempi di consegna accettabili (entro 96 ore)



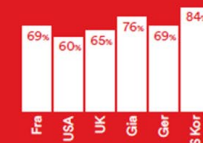
il **70%***

degli acquirenti mostra una maggiore fedeltà con una più ampia scelta di prodotto e marchi



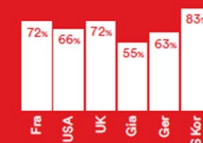
il **69%***

degli acquirenti mostra una maggiore fedeltà con assenza di costi/spese aggiuntive



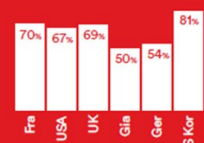
il **68%***

degli acquirenti mostra una maggiore fedeltà con un servizio clienti eccellente



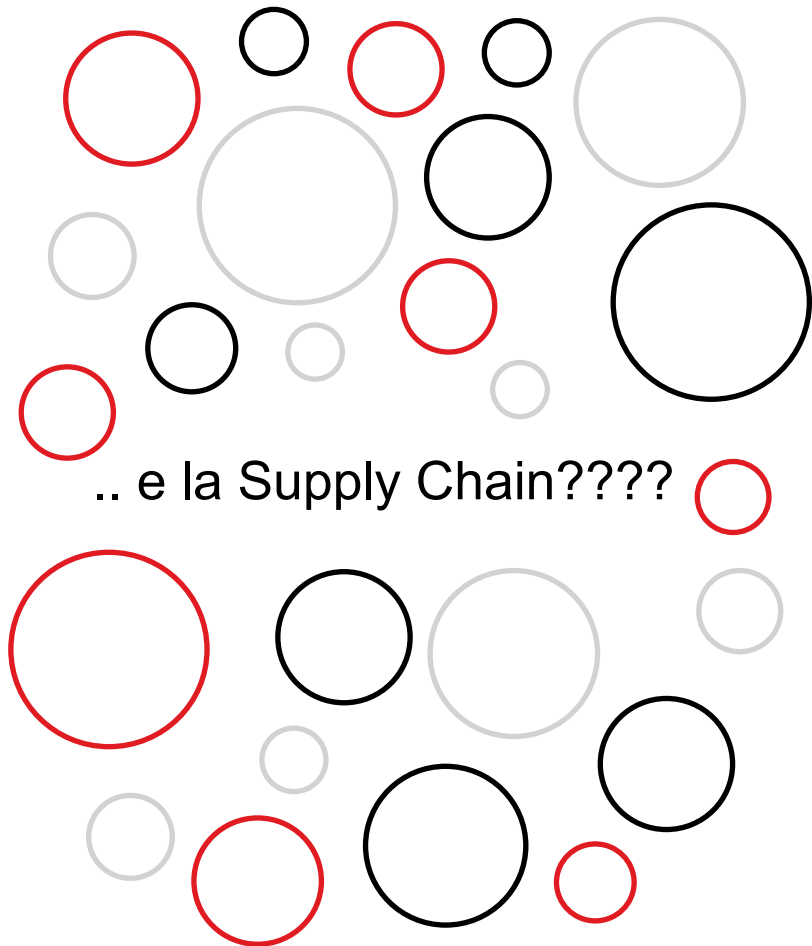
il **64%***

degli acquirenti mostra una maggiore fedeltà con un'esperienza di acquisto eccellente



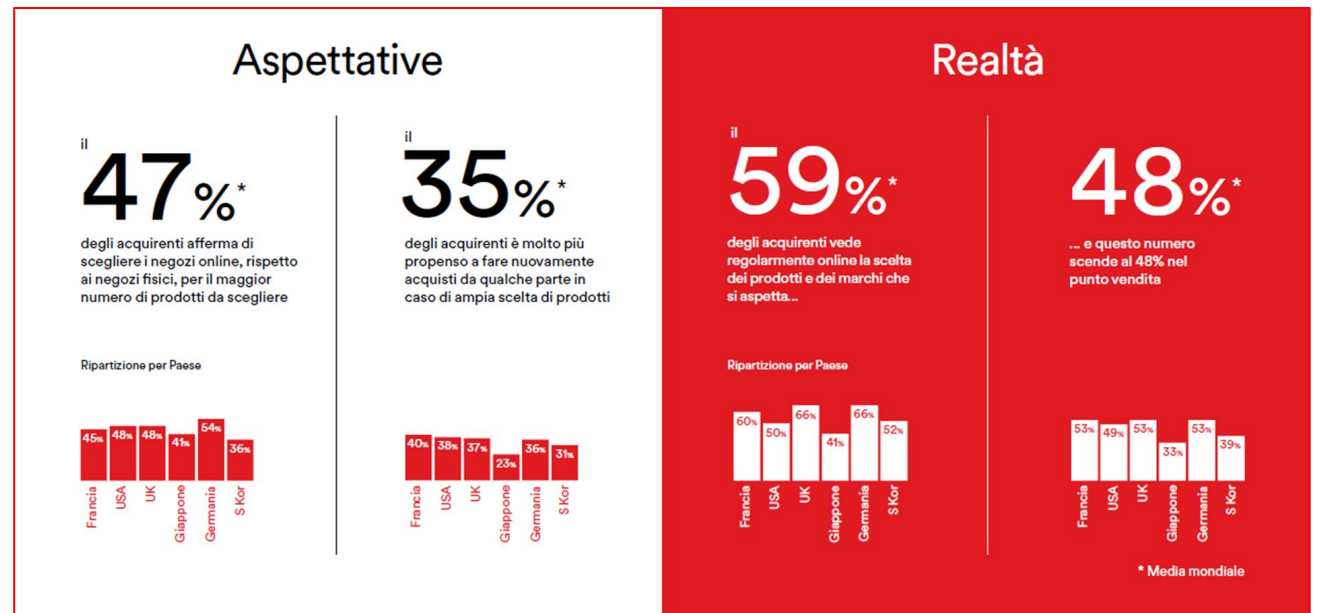
- ✓ Precisione nelle consegne – Affidabilità
- ✓ Velocità

Con la situazione di mercato cresce la pressione per aumentare l'efficienza



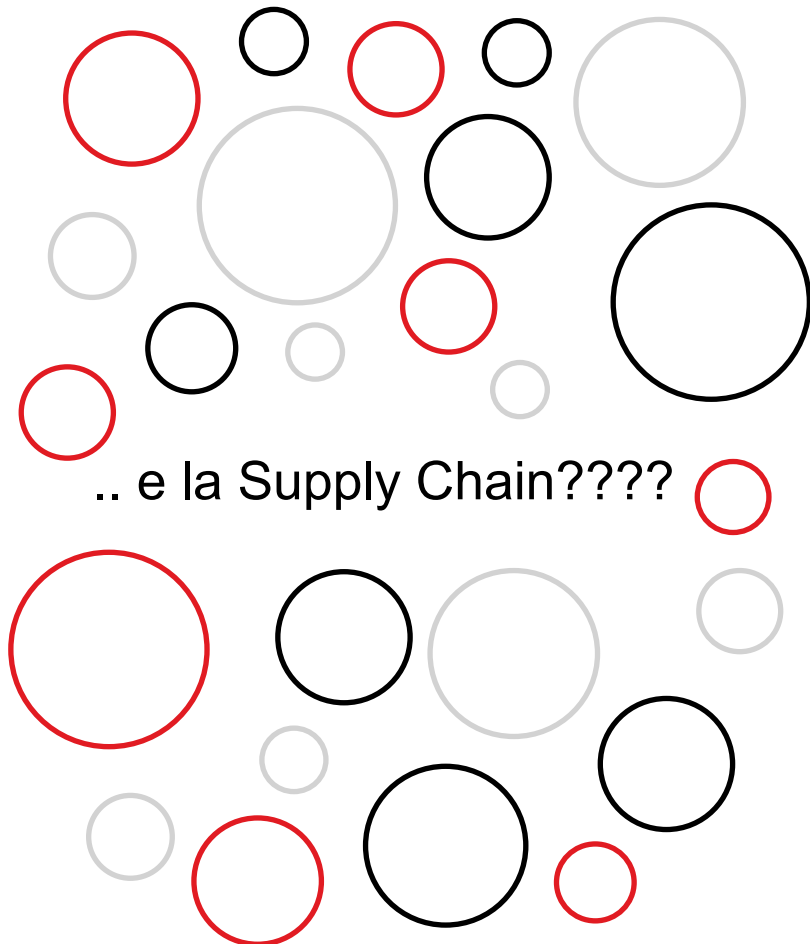
*La Supply Chain è sempre più centrale nel definire le strategie delle aziende, poiché è impattante per la **customer experience***

2. Quali sono le aspettative dei clienti?



✓ *Ampio assortimento di prodotti*

Con la situazione di mercato cresce la pressione per aumentare l'efficienza



*La Supply Chain è sempre più centrale nel definire le strategie delle aziende, poiché è impattante per la **customer experience***

3. Quali sono le esigenze per i negozi fisici?

La necessità di ampliare l'assortimento, unita alla spinta per migliorare le vendite/mq, si traduce nell'aver magazzini nei negozi ridotti al minimo, o addirittura azzerati

- ✓ *Magazzini distributivi rapidi ed efficienti*
- ✓ *Aumento frequenza di consegna*

Come affrontare la sfida?

*La Supply Chain è sempre più centrale nel definire le strategie delle aziende,
poiché è impattante per la **customer experience***

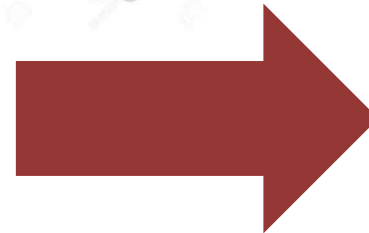
- ✓ *Precisione nelle consegne – Affidabilità*
- ✓ *Velocità*

- ✓ *Ampio assortimento di prodotti*

- ✓ *Magazzini distributivi rapidi ed efficienti*
- ✓ *Aumento frequenza di consegna*

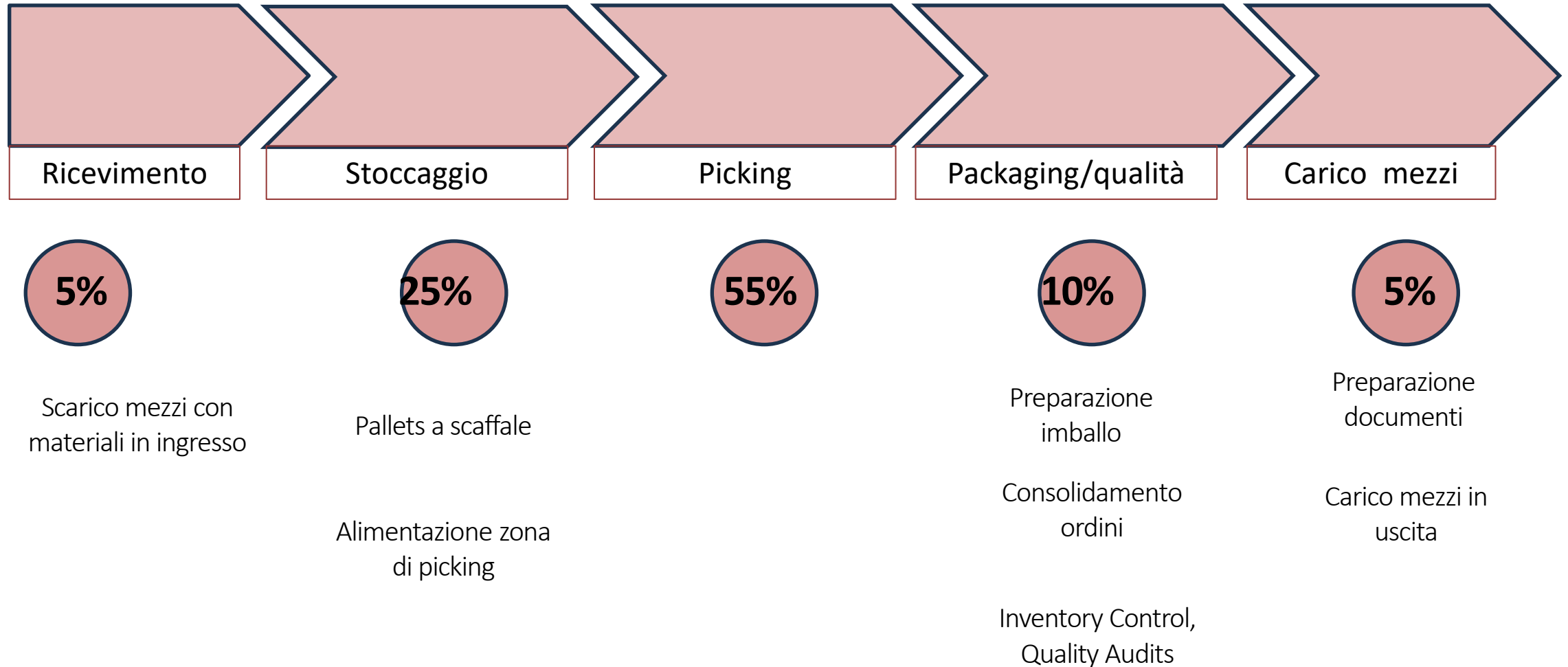


- ✓ *Sostenibilità*

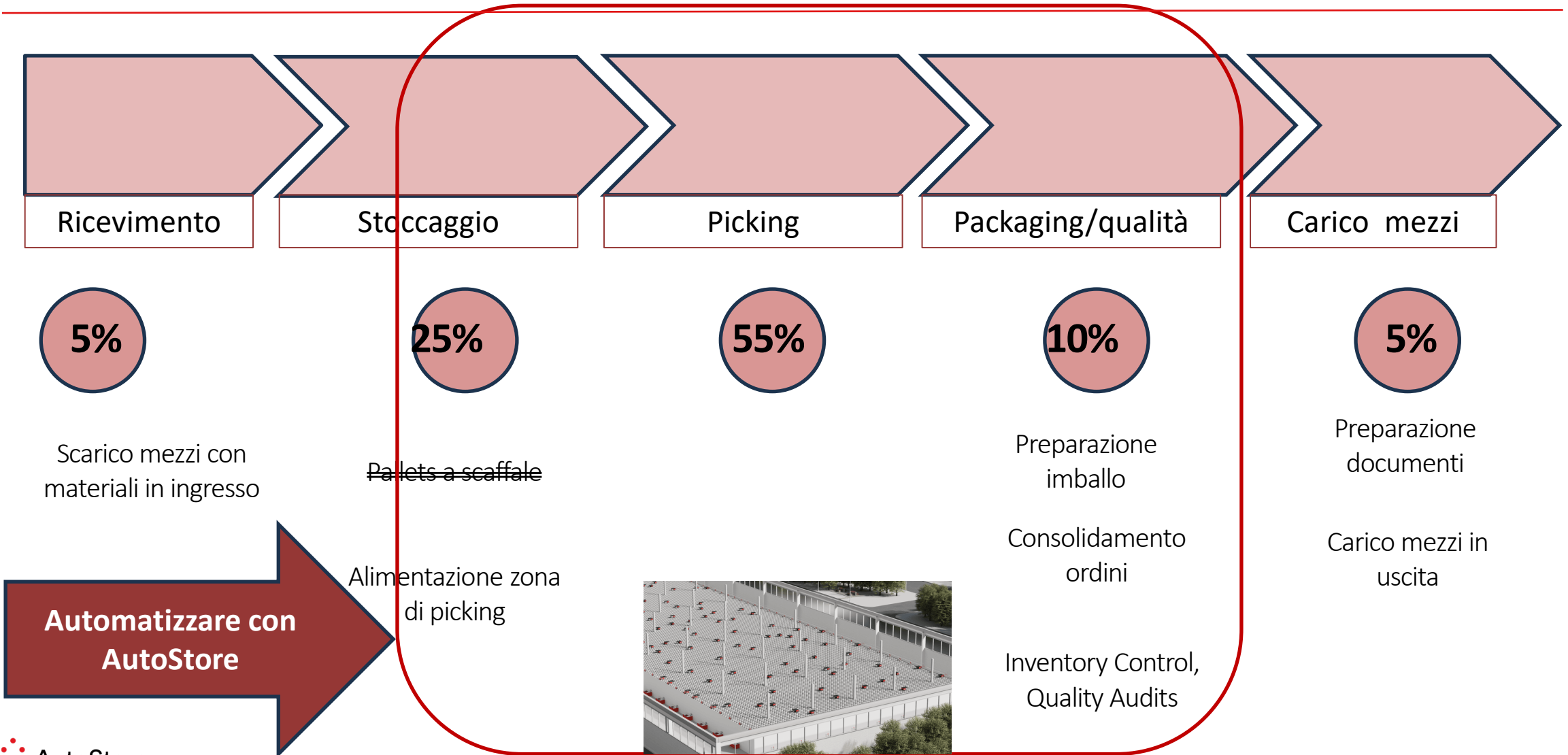


AUTOMAZIONE

Il processo di magazzino e evasione ordini

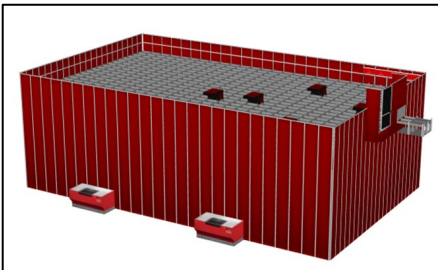


Il processo di magazzino e evasione ordini

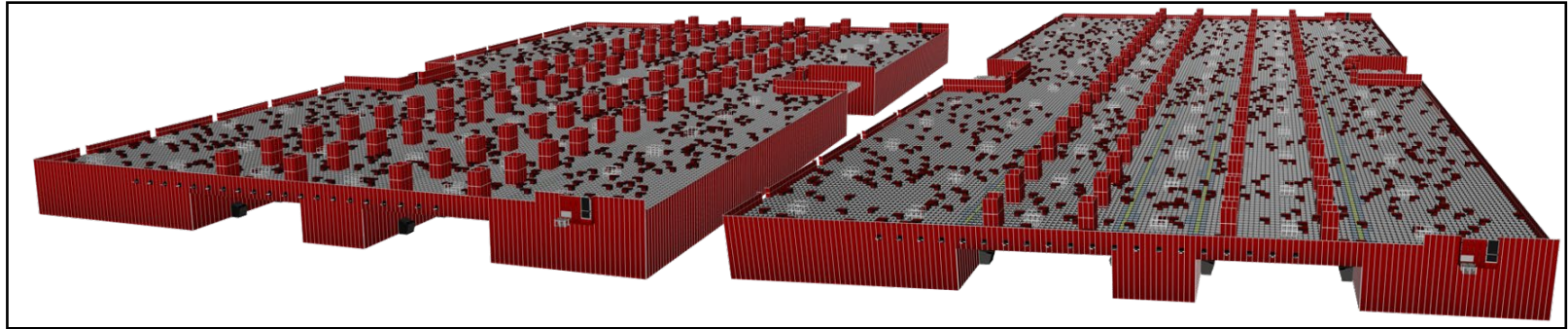


Ampio range di applicazioni

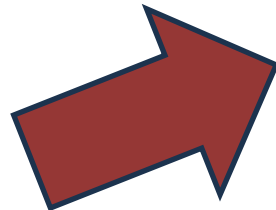
Output del sistema



da 200 righe/h



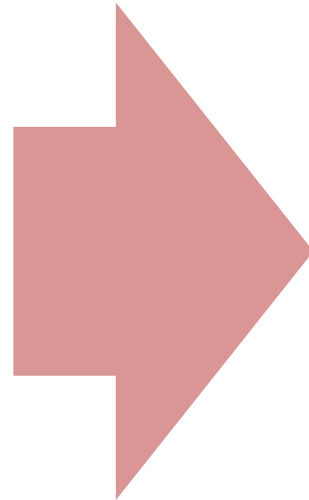
..... a 30.000+ righe/h



Impatto dell'automazione sui costi di magazzino



AUTOMAZIONE



Costi d'area (incl. pulizie, utenze, vigilanza, etc)

Costi MdO



Produttività



Costi della (non) Qualità



Costi inventario



Costi mancanze per furti

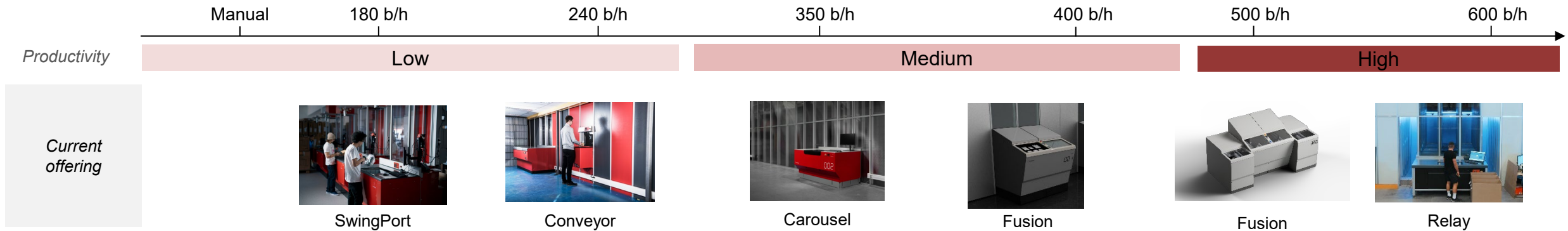


Costi energetici



Costi di manutenzione

Produttività al picking



Picking manuale

- Bassa 25 – 50 linee d'ordine / h
- Media 50 – 80 linee d'ordine / h
- Alta > 80 linee d'ordine / h

Tempo ciclo operatore

- Esempio : 12 s = 300 linee d'ordine / h



Ricapitolando...

I benefici dell'automazione

- ✓ *Precisione nelle consegne*
- ✓ *Affidabilità (uptime > 99,7%)*
- ✓ *Velocità*

- ✓ *Ampio assortimento di prodotti*

- ✓ *Magazzini distributivi rapidi ed efficienti*
- ✓ *Aumento frequenza di consegna*

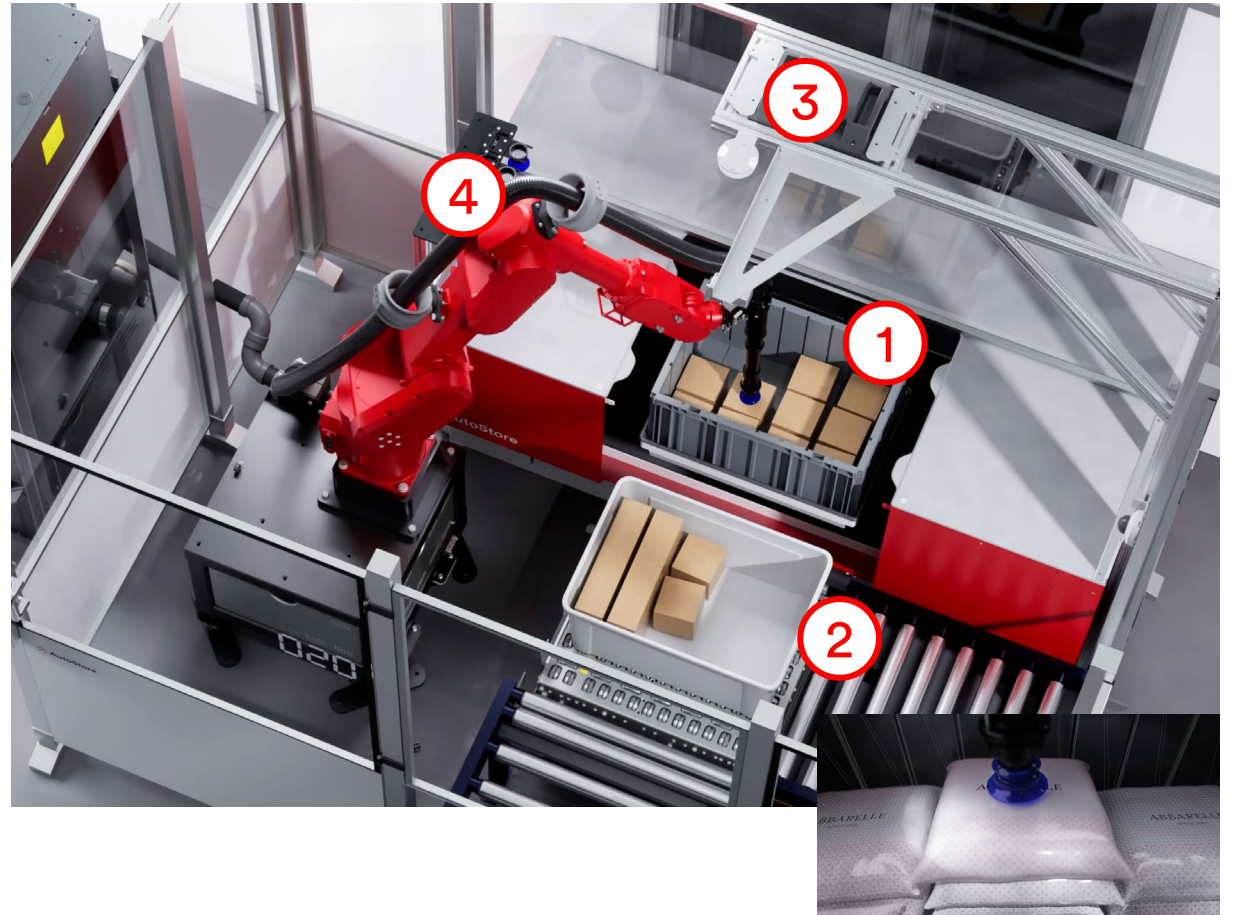
- ✓ *Sostenibilità*

- ✓ *Riduzione dell'area occupata*
- ✓ *Modularità e scalabilità*
- ✓ *Sicurezza dei prodotti*
- ✓ *Integrabilità con altre soluzioni*



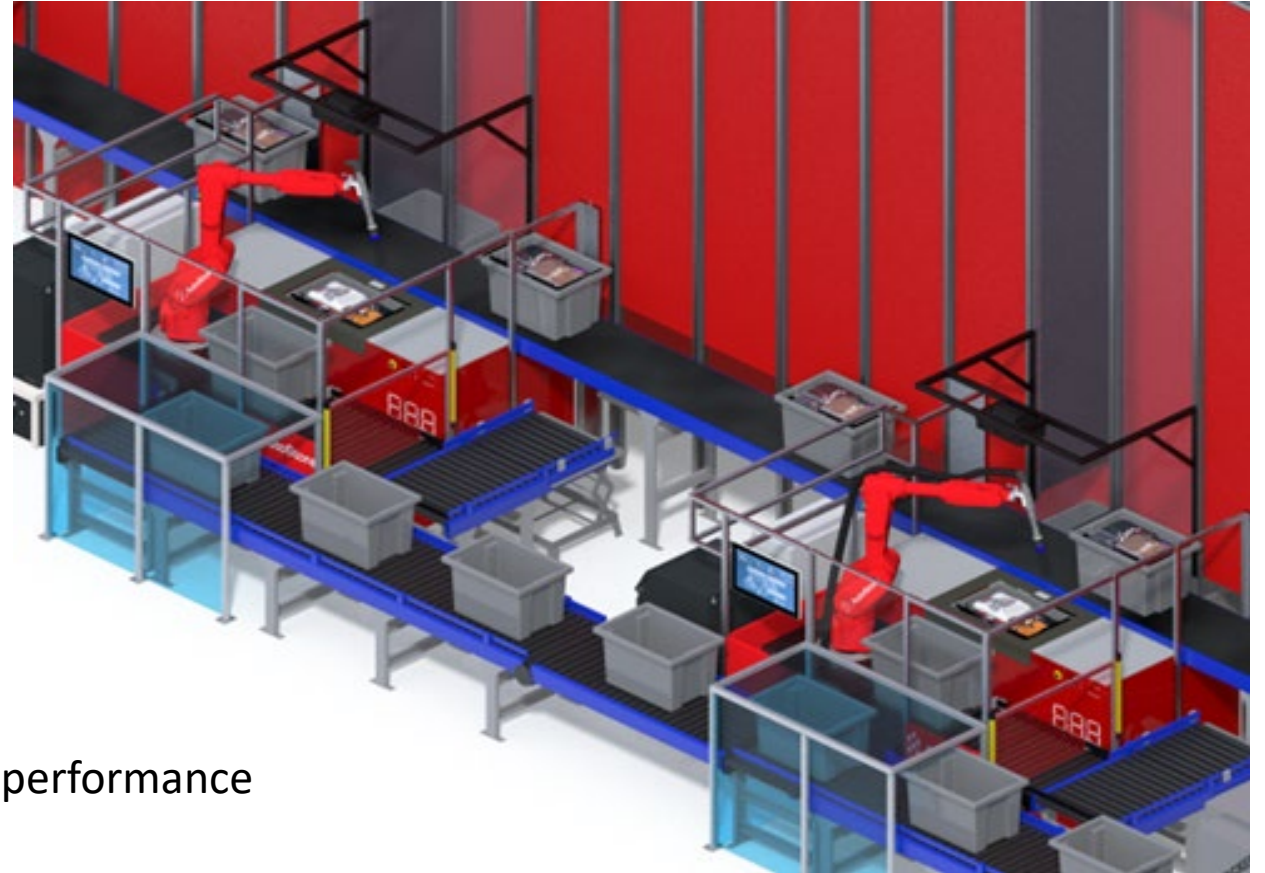
Carousel AI

- 1 Inventory feed**
Inventory Bins arrive to CarouselAI.
- 2 Order container feed**
Outbound containers arrive to the pick cell.
- 3 Perception and planning**
The primary perception module identifies optimal grasp points for items in inventory tote and placement position in outbound container.
- 4 Pick and transfer**
The arm picks item and transfers it to outbound container.



Carousel AI

Conveyor Outbound Solution



Optimal pick-and-pass geometry for highest performance

The image features a dark, grid-like background with a central red vertical bar. A yellow circular element is positioned on the red bar. The background consists of a grid of dark squares, some of which are slightly lighter, creating a subtle pattern. The red bar is a solid, vibrant color, and the yellow circle is a small, bright spot. The overall composition is minimalist and modern.

francesco.mantegna@autostoresystem.com

Il negozio del futuro

- 1 **Area self service** per click&collect and resi
- 2 **Disponibilità immediata stock** vicino ai camerini di prova
- 3 **Spazio espositivo più ordinato**, con enfasi sull'esperienza cliente



