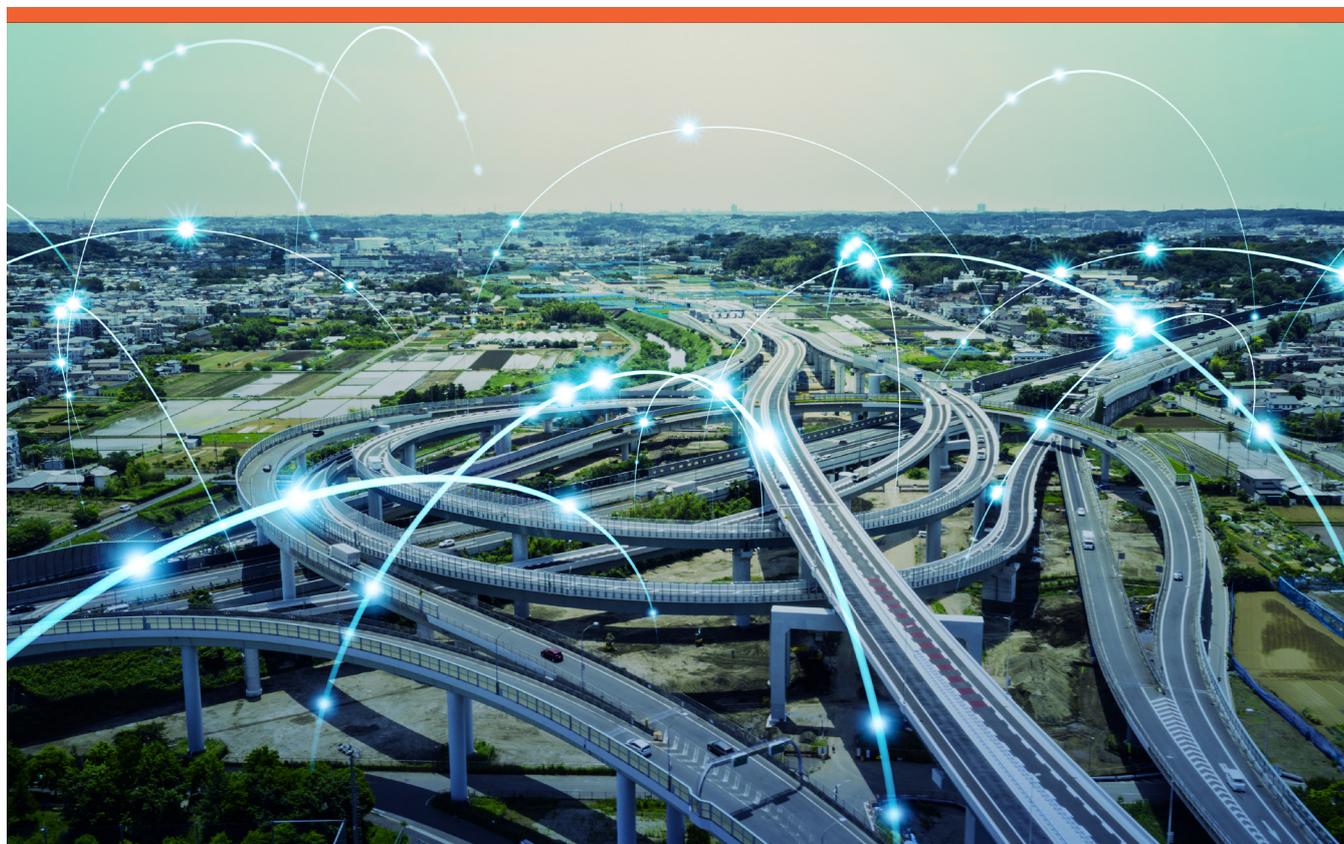




The Global Language of Business

Edizione 2023

Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia



Questo documento presenta i risultati del “Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia” edizione 2023, realizzato da GS1 Italy in collaborazione con la School of Management del Politecnico di Milano.

Nonostante lo sforzo profuso al fine di garantire che i contenuti riportati nel presente documento siano corretti, GS1 Italy e qualsiasi altra parte coinvolta nella creazione e predisposizione dello stesso declinano qualsivoglia forma di responsabilità, diretta o indiretta, nei confronti degli utenti ed in generale di qualsiasi soggetto terzo per ogni possibile pregiudizio che possa derivare da eventuali violazioni di diritti (anche di proprietà intellettuale) di terzi, imprecisioni, errori ed omissioni dei suddetti contenuti nonché da un utilizzo non corretto o riponendo in ogni caso un improprio affidamento sulla correttezza degli stessi. Nello specifico il presente documento viene fornito senza alcuna garanzia connessa inter alia alla sua commerciabilità, assenza di violazioni di qualsiasi natura, idoneità per uno specifico scopo ed utilizzo o qualsivoglia ulteriore garanzia.

Il presente documento potrebbe inoltre essere soggetto in qualsiasi momento e senza obbligo alcuno di preventivo avviso a modifiche unilaterali da parte di GS1 Italy e ciò a causa delle evoluzioni tecnologiche e degli standard GS1 o di nuove norme di legge e regolamentari. GS1 e il logo GS1 sono marchi registrati di titolarità di GS1 AISBL.

Indice

Presentazione

Adattamento continuo per l'EDI	4
L'EDI nel largo consumo in Italia	5

Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia

Digitalizzazione e competitività delle imprese	6
Il largo consumo e l'EDI	10
La metodologia della ricerca	11
Le aziende che scambiano messaggi in EDI	13
Messaggi scambiati nel circuito Euritmo	17
Le transazioni attive	20
La maturità dell'EDI nel largo consumo: le relazioni interne	22
Conclusioni	25

Gli standard GS1 EDI, perché sono un beneficio per le imprese

L'EDI con gli standard GS1	27
I benefici e i vantaggi dell'EDI	28

Glossario

Adattamento continuo per l'EDI



Andrea Ausili

standard and innovation
director, GS1 Italy

La lunga storia dell'EDI ci ha dimostrato la grande capacità di adattamento alle necessità delle imprese di questa tecnologia essenziale per il miglioramento dello scambio di informazioni e dati del ciclo dell'ordine. Grazie alla velocità della trasformazione digitale, negli ultimi anni questo adattamento è diventato sempre più evidente. E i risultati del **Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo** di quest'anno sono qui a dimostrarlo.

L'arrivo della fatturazione elettronica, per esempio, ha infatti ridotto il numero di fatture scambiate in EDI, che tuttavia non ha sofferto nel suo insieme. Anzi. I documenti scambiati sono in costante crescita, in particolare per le aziende che fanno dell'EDI un uso strategico per migliorare le relazioni con clienti e fornitori. Così, per esempio, il documento di conferma d'ordine ha avuto un incremento consistente. Perché? Perché è un sistema rapido ed efficiente per confermare l'arrivo della merce e la sua distribuzione verso i punti vendita (pensiamo solo ai freschi e freschissimi che hanno necessità di lead time molto ridotti).

È chiaro che questa capacità di adattamento dell'EDI non basta. Né basta più dimostrare i benefici operativi dello scambio elettronico dei dati. Sono infatti ancora molte le imprese del largo consumo che pongono delle barriere essenzialmente culturali alla sua diffusione. E occorre fare di più.

Per questi motivi lo sviluppo dell'EDI nel largo consumo è un pilastro nel piano strategico triennale di **GS1 Italy**, che intende lavorare con le imprese per aumentare la loro consapevolezza e incentivarne l'utilizzo sviluppandone anche l'aspetto tecnologico.

Diversi progetti sono in cantiere per supportare le aziende nel permeare l'uso dell'EDI ed espanderlo lungo la filiera, con una particolare attenzione anche all'evoluzione del mercato tecnologico che mette a disposizione nuovi strumenti per il veicolo delle informazioni.

Infatti è importante ricordare che l'EDI non è uno strumento statico ma si evolve con la tecnologia e con le esigenze, sempre più complesse, delle aziende.

Il cambio di passo si avrà anche con la prossima edizione il Monitoraggio che sarà una fotografia sempre più aderente al nostro settore di riferimento, e sarà uno strumento attivo per suggerire l'adozione dell'EDI. Secondo gli standard globali, naturalmente.

L'EDI nel largo consumo in Italia

Inizialmente focalizzata sull'ottimizzazione delle operazioni tra cliente e fornitore all'interno della supply chain, la digitalizzazione del B2B sta progressivamente evolvendo verso la creazione di un ecosistema più ampio, collaborativo e interconnesso.

Anche nel 2023 si assestano a 5 milioni le Partite IVA del tessuto economico del nostro paese, generando, nel 2022, 2.200 miliardi di euro di transato interno. Rispetto al 2021, l'e-commerce B2B, ovvero il valore degli ordini scambiati tramite strumenti digitali tra i soggetti residenti sul territorio italiano, passa da 453 a 468 miliardi di euro, registrando un incremento del +3%. L'incidenza sul transato complessivo si riconferma al 21%, rimanendo stabile rispetto all'anno precedente per la prima volta dal 2015: un'azienda su cinque scambia ordini in formato elettronico, consolidando gli investimenti in digitalizzazione portati avanti negli ultimi anni.

Sebbene i dati indichino comunque una minima crescita nel corso del tempo, la digitalizzazione nel B2B sembra aver raggiunto un punto di stallo, facendo fatica a individuare nuove direzioni di evoluzione che non siano dipendenti da obblighi normativi. Questa tendenza si rispecchia anche nel budget di investimento annuo dichiarato dalle imprese B2B italiane: più di un'azienda su 3¹ (il 37%, per la precisione) non prevede o non ha consapevolezza di progetti di investimento in digitalizzazione.

In questo contesto risulta quindi cruciale il ruolo delle associazioni di filiera, essenziali motori di spinta della digitalizzazione del B2B, sensibilizzando le aziende rappresentate e facilitando l'avvio di progetti innovativi. A conferma del loro impatto, le filiere a cui appartiene oltre il 95% delle imprese connesse in EDI (23.700 nel 2022, +13% rispetto al 2021) sono tutte supportate da associazioni di filiera: largo consumo, automotive, farmaceutico, elettrodomestici ed elettronica di consumo e materiale elettrico.

Nel 2022 tramite questa tecnologia sono stati scambiati 135 milioni di documenti tra ordini, conferme d'ordine, avvisi di spedizione e fatture, segnando un +2% rispetto al 2021. Le conferme d'ordine sono i documenti che hanno registrato una crescita più elevata (+48%), a causa di una sempre maggiore incertezza sulle date di consegna della merce che porta, rispetto agli anni precedenti, a inviare più conferme associate allo stesso ordine. Il set di documenti scambiati tramite EDI mira, comunque, a consolidare la relazione e a supportare gli scambi tra aziende in maniera sempre più strutturata.

Soffermandoci sul settore del largo consumo, è **GS1 Italy** che ricopre un ruolo rilevante quale facilitatore del dialogo tra aziende, associazioni e istituzioni. Anche quest'anno GS1 Italy, in collaborazione con l'Osservatorio **Digital B2b della School of Management del Politecnico di Milano**, ha svolto una ricerca, sintetizzata nel presente rapporto, sull'utilizzo dell'EDI negli scambi documentali tra produttori, distributori e terze parti logistiche del settore del largo consumo. La ricerca, a cui hanno partecipato - tra i VAN attualmente certificati Euritmo - Di.Tech, Intesa (a Kyndryl Company), Procedo e Tesisquare, ha l'obiettivo di comprendere il grado di diffusione dell'EDI tra le aziende italiane appartenenti al settore in termini di:

- Numerosità delle tipologie di attori coinvolti negli scambi.
- Numerosità dei messaggi scambiati classificati per singola tipologia di attore.
- Trend di sviluppo degli ultimi tre anni
- Maturità delle relazioni che si sono instaurate all'interno dell'ecosistema

Il fine è quello di creare una maggiore consapevolezza dei trend in atto e delle opportunità di sviluppo del mercato.

(1) Dati relativi a una survey statisticamente rappresentativa della popolazione italiana di imprese, erogata dall'Osservatorio Digital B2b con una metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) a un campione di 657 imprese di cui 137 di grandi dimensioni (oltre 250 dipendenti), 193 di medie dimensioni (tra i 50 e i 249 dipendenti), 327 di piccole dimensioni (tra i 10 e i 49 dipendenti).



Paola Olivares

direttore dell'Osservatorio Digital B2b, Politecnico di Milano



Clarissa Falcone

ricercatrice dell'Osservatorio Digital B2b, Politecnico di Milano

Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia

Digitalizzazione e competitività delle imprese

Il cammino delle imprese verso la digitalizzazione dei processi di business sembra avere subito una battuta d'arresto, a causa soprattutto della barriera culturale delle imprese, soprattutto PMI, che frena la transizione digitale. Riprende a crescere invece il numero delle imprese che utilizzano l'EDI per lo scambio dei documenti del ciclo dell'ordine.

Consolidamento. È questo il tratto caratteristico dell'impegno delle imprese nella digitalizzazione dei processi business to business. Nel 2022 infatti, dopo la pandemia che ha dato impulso all'impiego delle tecnologie digitali e ha forse illuso su un cambio di passo delle imprese, sembrerebbe esserci stato un rallentamento nella trasformazione digitale. La considerazione dell'**Osservatorio Digital B2B** della **School of Management del Politecnico di Milano** fornisce una chiave di lettura precisa di questo consolidamento degli investimenti effettuati negli anni precedenti.

Il valore totale dell'e-commerce B2B (inteso come governo dei processi e delle relazioni tra le imprese lungo la supply chain supportato da strumenti digitali) è sì aumentato a 468 miliardi di euro rispetto ai 453 miliardi dell'anno precedente, ma con un incremento solo del +3%, ben al di sotto delle crescite a due cifre anno su anno registrate dal 2015 (con l'interruzione del 2020). Peraltro in questa considerazione non va tralasciato il fattore inflazione, prepotentemente tornata in gioco nel corso del 2022.

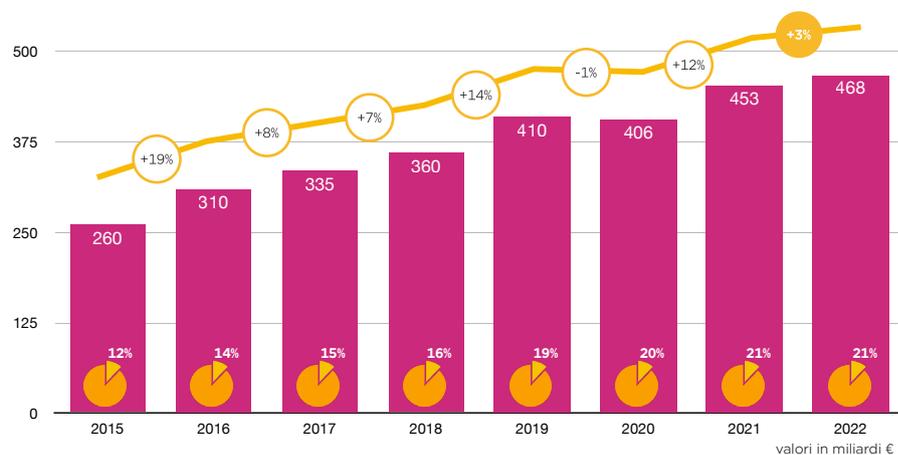
Ma soprattutto si è assestata al 21% l'incidenza sul valore totale delle transazioni tra le imprese. Come vedremo, questi dati generali nascondono alcune dinamiche positive che testimoniano però di una polarizzazione delle imprese di cui il 73% non investe in tecnologie né per le relazioni né per i processi (20%), non ne ha alcuna consapevolezza (17%) oppure investe meno dell'1% del proprio fatturato (36%), una situazione che non può garantire la rapida trasformazione digitale necessaria in questo paese. Siamo sostanzialmente di fronte al permanere di forti barriere culturali che zavorrano la transizione digitale delle imprese, anche se, a giudicare dalle dichiarazioni, "le priorità di investimento delle aziende italiane nei prossimi 12 mesi rispecchiano un percorso evolutivo verso una maggiore maturità delle relazioni e dei processi interni".

468 MILIARDI

di euro il valore
dell'e-commerce B2B nel 2022

E quindi è il caso di guardare al futuro con un certo ottimismo, corroborato anche dalle aspettative per gli impatti positivi dei fondi del PNRR sulla digitalizzazione delle imprese.

Figura 1 – L'e-commerce B2B italiano e l'incidenza sul transato B2B



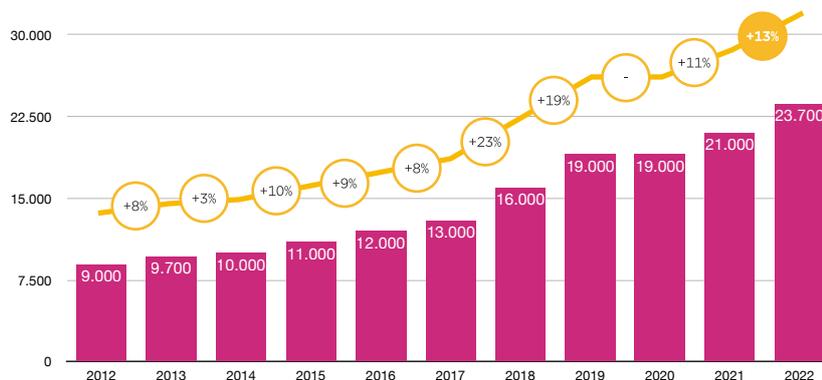
Fonte: School of Management del Politecnico di Milano "Osservatorio Digital B2b" 2023

Anche nel 2022 si palesa, quindi, l'ostacolo per la diffusione della digitalizzazione nelle imprese: è una barriera di tipo culturale che agisce da potente freno, a ribadire ancora una volta quanto affermato negli anni scorsi dal **Rapporto Desi**, l'Indice di digitalizzazione dell'economia e della società della **Commissione europea**, che nella scorsa edizione rilevava che naturalmente quasi tutte le imprese italiane (95 %) utilizzano la fatturazione elettronica, ma solo il 32% scambia informazioni elettroniche, in calo dal biennio precedente e sotto la media UE (38%).

Dopo la battuta d'arresto nell'anno centrale della pandemia, il Politecnico di Milano conferma anche nel 2023 la ripresa della crescita delle imprese che utilizzano l'EDI per lo scambio dei documenti del ciclo dell'ordine: sono 23.700 con un aumento del +13%. Si rileva invece un assestamento per quanto concerne il numero dei documenti scambiati che si attestano a 135 milioni di unità, il +2% rispetto all'anno precedente.

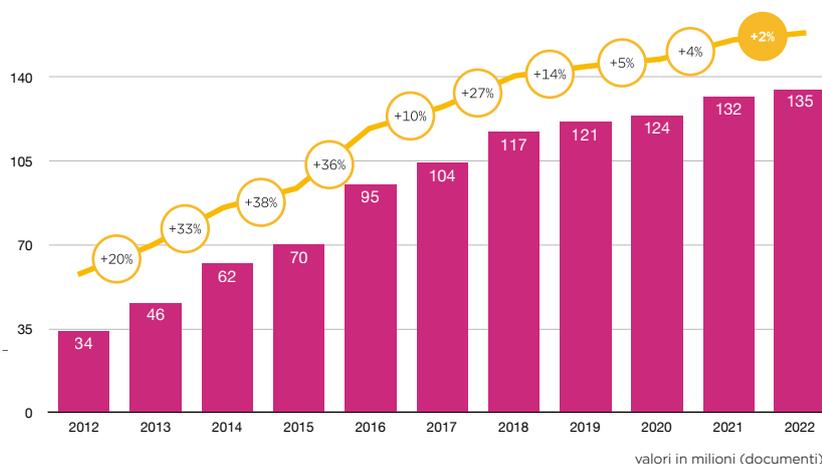
Aumentano le aziende italiane che utilizzano l'EDI, ma il numero dei documenti si assesta sui valori dell'anno precedente

Figura 2 - L'EDI in Italia nel 2022: le imprese utilizzatrici



Fonte: School of Management del Politecnico di Milano "Osservatorio Digital B2b" 2023

Figura 3 - L'EDI in Italia nel 2022: i documenti del ciclo dell'ordine scambiati

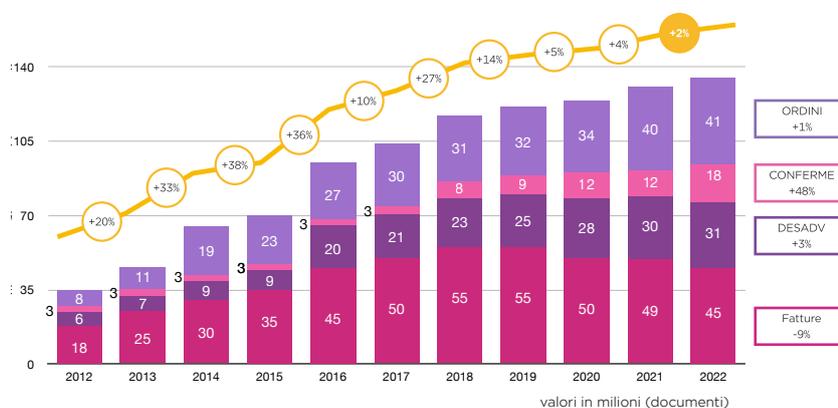


valori in milioni (documenti)

Fonte: School of Management del Politecnico di Milano "Osservatorio Digital B2b" 2023

Scomponendo la cifra complessiva per tipo di documento, abbiamo un quadro più preciso sulle dinamiche interne dell'EDI, dove ordine e fattura rappresentano ancora il 64% del totale, che consente di evidenziare alcuni aspetti.

Figura 4 - I principali documenti scambiati in EDI: valori assoluti e trend



valori in milioni (documenti)

Fonte: School of Management del Politecnico di Milano "Osservatorio Digital B2b" 2023

Prima evidenza: gli ordini hanno un lieve incremento a 41 milioni di documenti contro i 40 milioni del 2021, mentre le fatture scambiate via EDI continuano a diminuire, essendo passate a 45 milioni di unità dai 49 milioni di un anno fa (-9%) con un decremento di 10 milioni di documenti dall'avvento dell'obbligo della fatturazione elettronica. Poiché ormai il 95% delle imprese italiane utilizza la fattura elettronica, il motivo di questa riduzione sta nel progressivo abbandono del doppio flusso da parte di molte imprese. A meno che non siano attivate procedure automatizzate di incrocio con il flusso EDI, ci sono imprese che hanno rinunciato alle informazioni aggiuntive abilitate dall'EDI in maniera strutturata, o le "annegano" nei campi generici della fattura elettronica.

Secondo: aumenta in maniera considerevole la conferma d'ordine (+48%) che passa da 12 a 18 milioni di documenti, dopo un anno di stasi. Si tratta di un segnale positivo (anche se i numeri assoluti sono relativamente bassi) in chiave di precisione dell'ordine e per ridurre l'incertezza sulle date di consegna che denota una maggiore attenzione delle aziende nella gestione del flusso amministrativo e al magazzino.

Terzo elemento chiave: l'avviso di spedizione (DESADV) cresce lentamente sostanzialmente perché si tratta di un documento complesso, ricco di informazioni riguardanti la gerarchia di spedizione e la codifica dei pallet, solo per citarne due. Infatti questo documento fondamentale per migliorare l'efficienza logistica è emesso solo dal 34% delle imprese e ricevuto solo da una su quattro.

Resta il fatto che il DESADV è un documento cruciale per la digitalizzazione del ciclo dell'ordine. Secondo i ricercatori dell'Osservatorio Digital B2B "più il processo di consegna è digitalizzato, maggiori sono i livelli di efficienza ed efficacia raggiungibili: i principali vantaggi sono riduzione del tempo di ricerca e consultazione dei documenti (secondo l'80% degli operatori logistici, trasportatori e committenti), la possibilità di avere accesso alle informazioni in tempo reale (73%) e l'aumento della sostenibilità (60%)". Non a caso il tema dell'integrazione dell'EDI con i sistemi aziendali rimane un punto chiave per assicurare velocità di reazione alle variazioni imposte dal mercato.

Nel 2022 aumentano le conferme d'ordine a sostegno di una maggiore precisione dell'ordine e per ridurre l'incertezza della spedizione della merce.

Il largo consumo e l'EDI

Storicamente il largo consumo è il settore che raggruppa il maggior numero di imprese utilizzatrici dell'EDI sul totale di 23 mila aziende che impiegano questa tecnologia per lo scambio dei dati. La ricerca dell'efficienza è infatti da sempre un mantra per le imprese della Distribuzione e dell'Industria. Quest'ultima poi nel momento in cui collabora con retailer internazionali deve necessariamente aprire un canale EDI.

Da nove anni **GS1 Italy**, l'associazione che supporta oltre 40 mila imprese associate con soluzioni e strumenti basati sugli standard internazionali GS1, oltre a contribuire alla diffusione della cultura dei dati

e alla gestione delle informazioni lungo la filiera con l'obiettivo di migliorarne l'efficienza e l'efficacia, pubblica il **Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia**.

Realizzato con la collaborazione della School of Management del Politecnico di Milano, è una fotografia dettagliata, aggiornata anno dopo anno, che riassume i principali trend in atto e coglie le diverse opportunità di sviluppo del mercato. Il perimetro dell'indagine si riferisce allo stato di diffusione dell'EDI a standard GS1 con un focus dettagliato sull'ecosistema **Euritmo**, il modello web-based creato da **GS1 Italy** per favorire l'estensione dell'utilizzo dello scambio dati in formato elettronico strutturato nel settore del largo consumo in Italia.

All'ecosistema Euritmo partecipano i provider certificati: Intesa (a Kyndryl company), Di.Tech e Tesisquare - e la piattaforma Procedo.

I provider Euritmo

All'edizione 2023 del Monitoraggio hanno partecipato i seguenti provider certificati:

Di.Tech Spa

Azienda specializzata nei sistemi informativi e nella consulenza strategica e operativa per la Distribuzione, i produttori di beni di largo consumo e gli operatori logistici. È un player verticale e focalizzato al 100% sulle esigenze della catena distributiva, progetta e sviluppa architetture e strumenti innovativi, integrabili con le soluzioni già in uso in azienda.

Intesa (a Kyndryl company)

È una società del Gruppo Kyndryl specializzata in progettazione e sviluppo di servizi per la digitalizzazione dei processi aziendali, attiva da oltre 30 anni per creare soluzioni rispondenti alle esigenze specifiche dei clienti. Propone soluzioni in quattro ambiti: l'identità e la firma digitale, la digitalizzazione dei processi, le soluzioni per la supply chain, la logistica e tracciabilità.

Tesisquare®

È un partner leader nella creazione di ecosistemi digitali di supply chain, pensati per potenziare i processi di interazione dei molteplici touchpoint e attori della value chain estesa: produttore, distributore, consumatore e altri stakeholder. Fondata nel 1995 a Bra (CN), l'azienda opera a livello nazionale e internazionale e vanta una consolidata esperienza in ambito di integrazione, sia attraverso protocolli standard, tra cui l'EDI, sia tramite canali non standard.

Al monitoraggio partecipa anche:

Procedo

Una soluzione web di **GS1 Italy** progettata in particolare per le piccole e medie aziende del largo consumo. Un portale facile e intuitivo che permette a Industria e Distribuzione di scambiare documenti in formato elettronico (EDI), compresa la fattura elettronica a privati e alla pubblica amministrazione, in maniera automatica, sicura ed economica, grazie allo standard internazionale GS1 EANCOM e a quello italiano Euritmo promossi da **GS1 Italy**.

Solution partner program al via

GS1 Italy, che ha come mission la diffusione degli standard globali GS1 nel nostro paese, ha avviato un progetto per la certificazione dei diversi provider tecnologici all'uso degli standard globali GS1, tra cui l'EDI.

Il Solution partner program, così si chiama il progetto, è rivolto a tutte le aziende che offrono servizi utilizzando gli standard GS1, allo scopo di costruire una vera e propria community di provider che possa portare innovazione ed efficienza lungo tutta la filiera, seguendo e assistendo gli end-user nel percorso di implementazione degli standard GS1.

Perché è importante per i provider partecipare al Solution

partner program?

Aderire al programma per le aziende partner significa accrescere il potenziale, integrando i servizi core con gli standard GS1 e i servizi **GS1 Italy**, per fornire ai clienti una soluzione completa, più efficiente, sostenibile e innovativa.

Il programma poggia su tre pilastri:

- La creazione di una community, supportata da una newsletter mensile, consente di partecipare a webinar, eventi, progetti pilota, workshop, giornate dedicate e una riunione annuale di tutti i solution partner **GS1 Italy**, per un costante e proficuo scambio di esperienze.

- L'attività di formazione continua e di aggiornamento periodico con corsi on demand sul mondo degli standard GS1 e sulle soluzioni **GS1 Italy**, che mette a disposizione un esperto per una giornata e il supporto tecnico. In questo ambito anche l'accesso ai corsi di certificazione GS1 EDI Euritmo.
- Visibilità e comunicazione: sviluppo di case study, pubblicazione sul sito web di GS1 Italy, il logo su tutti i canali di comunicazione del partner, post dedicati sui canali social di **GS1 Italy**.

La metodologia della ricerca

La ricerca prende in considerazione il numero di aziende e di messaggi, le transazioni e le relazioni per offrire un quadro completo della situazione e lo stato di diffusione degli standard EDI di GS1 Italy.

Sono stati considerati il numero delle aziende utenti EDI, dell'Industria e della Distribuzione, gli eventi del ciclo order to cash (O2C), quantificando i volumi di messaggi e quali documenti vengono scambiati, e il tipo di relazione tra le aziende, consentendo di evidenziare alcuni aspetti che mostrano come nel largo consumo la digitalizzazione del ciclo O2C si stia realmente diffondendo. Più in dettaglio l'analisi condotta ha riguardato le informazioni relative a:

- **Quante aziende** scambiano messaggi utilizzando il canale EDI e gli standard GS1 ed Euritmo.
- **Quanti messaggi** vengono scambiati.

- **Quali documenti** vengono scambiati.
- **Il numero di transazioni** e per quali documenti avvengono.
- **I tipi di relazione** tra aziende e il livello di **maturità** delle stesse.

Relativamente ai documenti scambiati, il monitoraggio ha considerato quelli rilasciati da **GS1 Italy** e utilizzati nelle relazioni tra le imprese nel mercato italiano. Di seguito i **tipi di documenti** considerati nel monitoraggio, che possono essere suddivisi in due raggruppamenti.

Quelli rilasciati da GS1 Italy:

- ORDERS: ordine.
- ORDRSP: conferma d'ordine.
- ORDCHG: richiesta di cambio d'ordine.
- DESADV: avviso di spedizione.
- INVOIC: fattura.
- INVRPT: inventario.
- RECADV: avviso di ricezione.

- REMADV: informazione di pagamento.
- PRICAT: catalogo prodotti.

Gli altri messaggi a standard GS1 utilizzati da alcuni utenti monitorati a partire dal 2017, ma sono ancora poco utilizzati nelle relazioni tra le imprese:

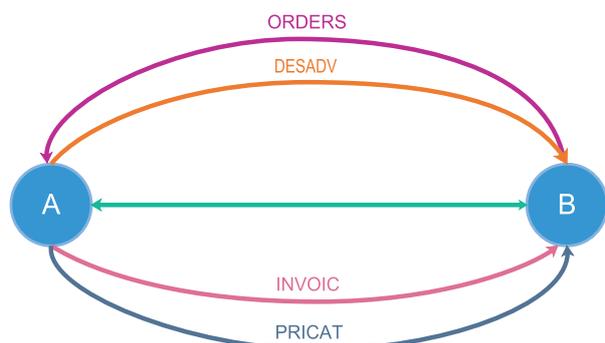
- HANMOV: trasporto di beni.
- IFCSUM: riepilogo di inoltro.
- IFTMAN: avviso di arrivo.
- IFTMBC: conferma di prenotazione.
- IFTMBF: prenotazione aziendale.
- IFTMIN: istruzioni di trasporto.
- IFTSTA: stato di trasporto.
- INSDDES: istruzioni di spedizione.
- RETINS: istruzioni per il reso.
- PRODAT: dati di prodotto.
- PARTIN: anagrafica delle parti.
- IFTCCA: costo della spedizione del trasporto.

Vale la pena sottolineare che il messaggio anagrafica delle parti (PARTIN) riguarda gli indirizzi dei punti vendita e consente di inviare le loro anagrafiche per la gestione delle consegne e della fatturazione. Si tratta di un messaggio rilasciato nel corso del 2020 all'interno del progetto di diffusione dei messaggi EDI nel settore del Foodservice. Il rilascio di nuove tipologie di documenti è un segnale positivo del continuo utilizzo degli strumenti EDI testimoniato anche dal fatto che sono sempre di più le aziende interessate a soluzioni EDI appartenenti anche a settori non tradizionali, come per esempio il Foodservice e l'Ho.Re.Ca..

Ancora una volta è però importante puntualizzare che cosa si intende per transazione e per relazione all'interno di questo resoconto. La **transazione** è il rapporto tra azienda mittente e azienda destinataria mediata dal tipo di documento scambiato. In sostanza quantifica il volume degli scambi di documenti tra le aziende e quali documenti sono interessati. La **relazione** è il contatto tra azienda mittente e azienda destinataria indipendentemente dal tipo di documento scambiato. In altri termini è un indicatore del grado di collaborazione tra le aziende. Infatti dal tipo di documenti scambiati da due attori la relazione si può definire:

- **Elementare** (almeno ORDERS & INVOIC oppure ORDERS & DESADV).
- **Matura** (almeno ORDERS & DESADV & INVOIC).
- **Completa** (ORDERS & DESADV & INVOIC e almeno un altro tipo di documento).

Figura 5 - Transazioni vs relazioni



I collegamenti tra le due aziende A e B indicano quattro transazioni. L'insieme dei collegamenti senza distinguere i tipi di documenti indica una relazione.

Le aziende che scambiano messaggi in EDI

Riprendono a crescere le aziende che utilizzano gli standard GS1 nello scambio dei documenti, con un saldo positivo tra chi esce e chi entra nell'ecosistema Euritmo. Aumentano anche i messaggi gestiti, con un exploit particolare per il documento di conferma d'ordine.

Nel corso del 2022 le aziende del largo consumo utilizzatrici dell'EDI secondo gli standard globali GS1 hanno ripreso ad aumentare: sono infatti passate a 7.885 contro 7.472 del 2021 (+5,5%).

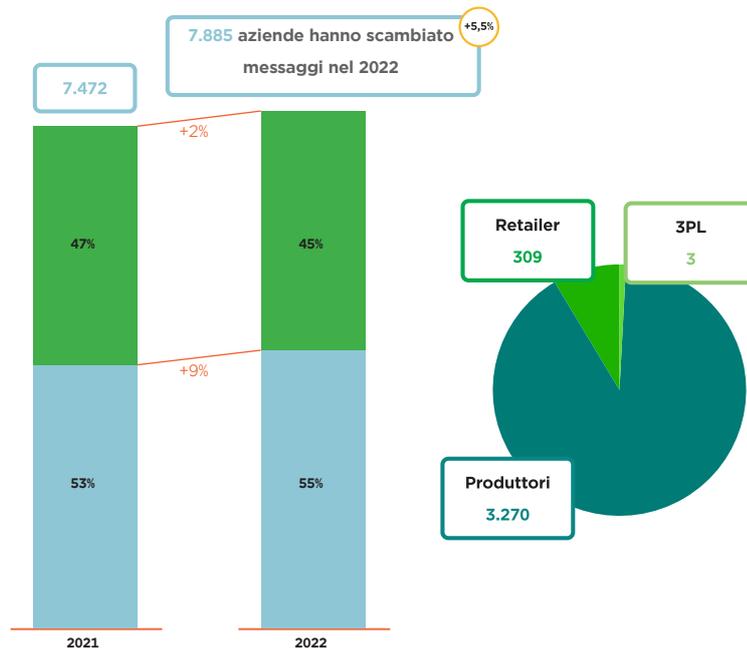
Più del 45%, vale a dire 3.582, sono attive nel circuito Euritmo (comprese 150 aziende della filiera elettrodomestici ed elettronica di consumo), mentre il restante 55% comprende quelle 4.303 imprese che utilizzano gli standard GS1 per dialogare con i clienti, ma sono esterne al circuito. Occorre notare che questo dato è stimato a partire dai 6.783 punti di ricezione/invio certificati (Unb) nel 2022, ma non sono afferenti all'ecosistema Euritmo.

Delle aziende che complessivamente scambiano messaggi via EDI individuate dall'indagine, 309 sono retailer e 3.270 sono produttori. Nonostante l'importanza della logistica nell'automazione del ciclo dell'ordine, sono solo tre le terze parti logistiche (3PL) attive nel circuito Euritmo. Una delle ipotesi sta nel fatto che sempre più spesso le imprese della logistica operano come estensione del produttore, che mantiene quindi la titolarità e il controllo delle transazioni, anche dal punto di vista amministrativo.

3.582

le aziende che operano
nel circuito Euritmo

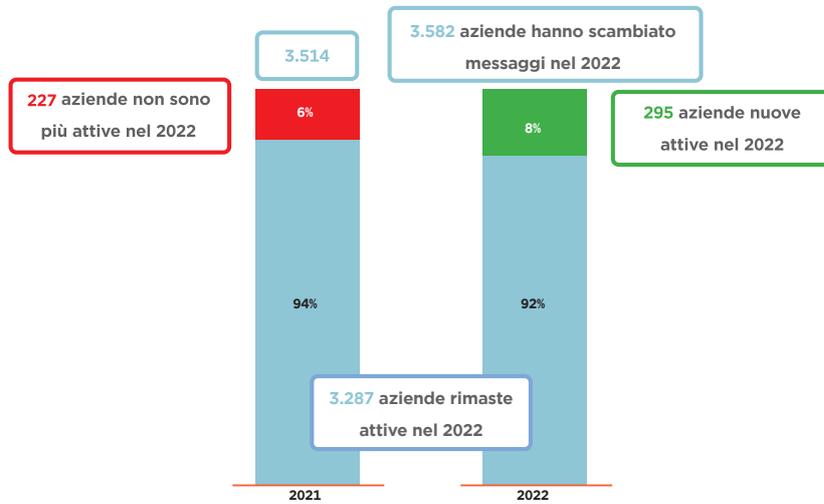
Figura 6 - Le aziende attive nel 2022 vs 2021



(in verde le aziende del circuito Euritmo)

Come abbiamo visto anche nelle precedenti edizioni del Monitoraggio, il dato interessante è il consolidamento delle aziende attive all'interno del circuito Euritmo. Sono infatti 3.287 quelle che si confermano dall'anno precedente, mentre a fronte di 227 aziende non più attive, quelle nuove sono 295, quindi con un saldo positivo di +68 unità. Questa dinamica interna rende conto di due fenomeni apparentemente contrastanti, che troveranno conferma nelle analisi successive. Il primo, che l'approccio all'EDI nel largo consumo è spesso caratterizzato da necessità estemporanee o dall'avvio di progetti pilota, una propensione che conferma la ancora scarsa maturità digitale soprattutto nelle PMI (peraltro nel circuito Euritmo **GS1 Italy** ha sviluppato la piattaforma Procedo proprio per favorire l'utilizzo dell'EDI nelle PMI). Dall'altro lato, il consolidamento del numero delle imprese rimaste attive è la prova che, come vedremo, chi utilizza Euritmo in maniera strutturata tende a non abbandonarlo, anzi ad attivare nuovi messaggi e a farne un uso sempre più profondo, riconoscendo all'EDI il fondamentale ruolo di strumento collaborativo.

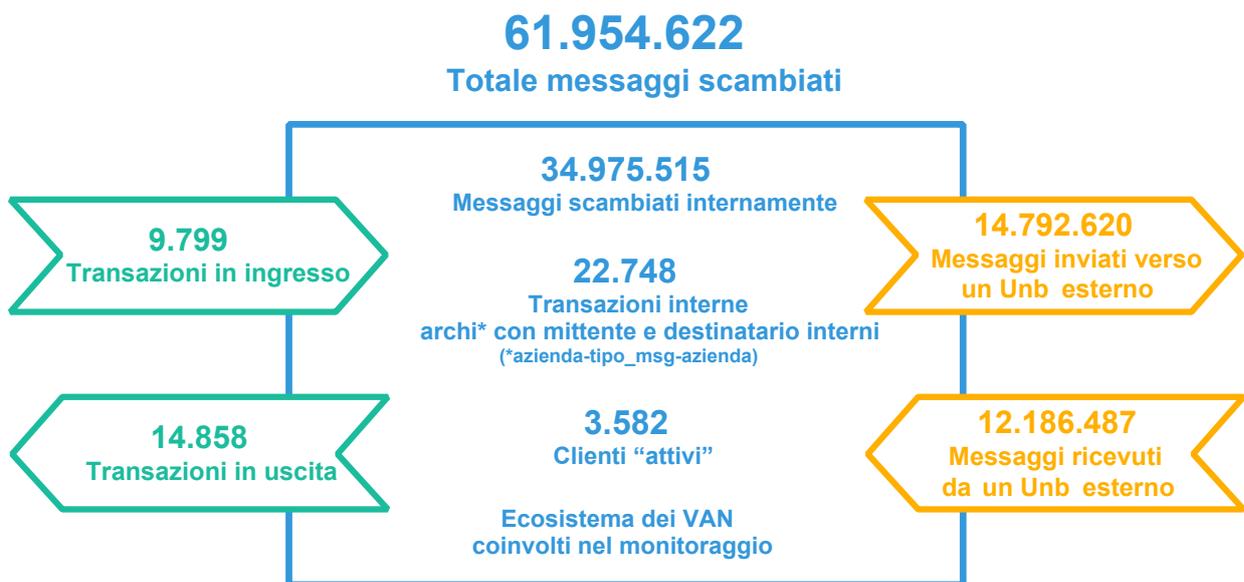
Figura 7 - Aziende confermate, nuove e non più attive nel 2022



Queste aziende scambiano complessivamente 61,9 milioni di messaggi, di cui 34,9 milioni internamente, pari al 56% del totale, 14,7 milioni sono inviati a utenti esterni (il 24%) e 12,1 milioni sono ricevuti da Unb esterni (il 20%). A questi messaggi corrispondono 22.748 transazioni interne, quasi 9.800 transazioni in ingresso e 14.858 transazioni in uscita.

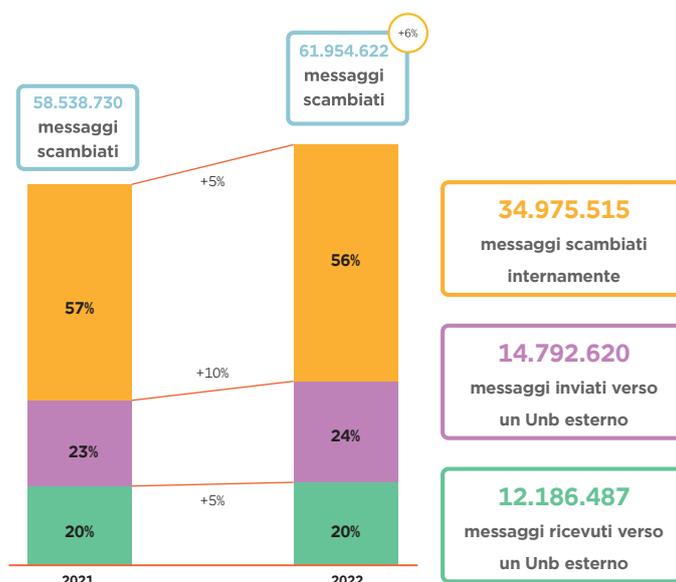
Chi utilizza Euritmo in maniera strutturata ne coglie i maggiori benefici, riconoscendo all'EDI il fondamentale ruolo di strumento per la collaborazione tra le imprese

Figura 8 - Numero di messaggi scambiati nel 2022: dati aggregati



Cresce quindi il numero delle aziende coinvolte, crescono anche i messaggi (+6%) rispetto all'anno precedente, riprendendo il trend positivo degli anni passati. In linea con la crescita media sono i messaggi scambiati internamente e quelli ricevuti da un Unb esterno con +5% in entrambi i casi. Superiore alla crescita media è quella dei messaggi inviati a un Unb esterno, che registra il +10%.

Figura 9 - Trend dei messaggi scambiati nel biennio 2021-2022



+35%

la crescita del documento conferma d'ordine (ORDRSP)

Dal confronto dei messaggi gestiti per tipo di documenti una prima chiave di lettura, in linea con i dati complessivi emersi dall'Osservatorio Digital B2B è la consistente crescita al +35% del documento conferma d'ordine (ORDRSP), che raggiunge quasi 6,5 milioni di documenti scambiati. Pur essendo ancora il primo documento in assoluto, la fattura (INVOIC) si conferma intorno ai 16 milioni di documenti con una piccola variazione positiva (+2%), mentre gli ordini (ORDERS) crescono del +9% a 13 milioni di documenti e anche l'avviso di spedizione (DESADV) registra un significativo incremento del +14% a 12 milioni di unità scambiate. L'avviso di ricezione (RECADV) è ancora poco scambiato con 431 mila documenti, ma la crescita del +7% testimonia della sua importanza per la qualità del ciclo dell'ordine, poiché è il documento che consente la rapida emissione della fattura.

Tabella 1 - Totale messaggi gestiti per tipo di documento

MESSAGGI	2021	2022	TREND
ORDERS	11.999.802	13.124.893	9%
ORDRSP	4.793.568	6.482.594	35%
ORDCHG	191.642	158.706	-17,19%
DESADV	10.607.466	12.077.527	14%
INVOIC	15.684.330	15.991.281	2%
INVRPT	12.538.205	11.806.771	-6%
RECADV	403.902	431.797	7%
REMA DV	1.220	2.469	102%
PRICAT	765.034	158.036	-79%
PARTIN	2.597	2.715	5%
ALTRO	1.550.921	698.412	-55%
TOTALE	58.538.730	61.954.622	6%

Nel complesso i produttori gestiscono 41,100 milioni di documenti, lievemente in calo rispetto al 2021, con contenute variazioni sia negative sia positive del numero di documenti rispetto all'anno precedente. I retailer invece gestiscono 41,433 milioni, in crescita del +11%, con un trend molto positivo per ordini (+13%), conferme d'ordine (+40%), richieste di cambio d'ordine (+34%), avviso di spedizione (+16%).

Messaggi scambiati nel circuito Euritmo

Dinamiche diverse nei messaggi inviati e ricevuti da distributori e produttori: per i primi il numero di messaggi è in decisa crescita, per i produttori in calo quelli inviati e in linea con l'anno precedente quelli ricevuti.

Analizzando i messaggi inviati e ricevuti si può notare come l'EDI, pur con le fasi di stop & go rilevate nel corso degli anni, prosegua la sua diffusione all'interno delle aziende del largo consumo, soprattutto distributive. L'EDI, infatti, permette per esempio di gestire la tracciabilità dei prodotti grazie alla disponibilità di dati strutturati, di intervenire sugli assortimenti, di velocizzare i processi, migliorando in definitiva le relazioni con i fornitori e il servizio ai clienti. Naturalmente occorre superare l'impasse culturale e organizzativo che pervade il sistema delle imprese italiane e, conseguentemente, anche quelle del largo consumo.

Da questo punto di vista risulta evidente lo sforzo compiuto dai retailer nell'adozione dell'EDI: nel complesso nel 2022 hanno inviato 24.160.626 messaggi, con un incremento del 27% sui 19 milioni dell'anno precedente e ne hanno ricevuti 24.471.112 (+8% sul 2021). Meno virtuosi sono stati i produttori: i messaggi inviati sono stati 24.793.924 in diminuzione del -8% rispetto al 2021 e ne hanno ricevuti 21.540.694 (+1%) sostanzialmente in linea con quelli ricevuti nel 2021. Queste due dinamiche differenti testimoniano da un lato che i distributori stanno concentrando l'attenzione sull'efficienza interna e sui processi collaborativi con (alcuni) fornitori.

Per i distributori l'aumento del numero dei messaggi inviati e ricevuti significa che c'è una maggiore concentrazione dell'attenzione sull'efficienza dei processi interni e un focus sulla collaborazione con i fornitori.

Gli ordini (ORDERS) inviati dai retailers registrano per esempio un incremento del +12% con quasi 8,5 milioni di documenti inviati, a causa anche di un loro maggiore frazionamento, ma si nota più difficoltà ad attivare altri documenti: la richiesta di cambio d'ordine (ORDCHG) inviata dai distributori, pur crescendo del +34%, registra ancora numeri modesti così come l'avviso di ricezione (RECADV). Ma è proprio sul fronte dei processi interni della distribuzione organizzata - DO - (quindi tra centrale e associate) che si nota la maggiore attenzione. La conferma d'ordine (ORDRSP) passa da 1,5 milioni a 3,9 (+157%), l'avviso di spedizione (DESADV) e la fattura (INVOIC) crescono rispettivamente del +58% e del +69%.

Quanto ai messaggi inviati dai produttori, risultano tutti in flessione con le sole eccezioni degli ordini (ORDERS) che crescono del +26% e superano il milione di documenti inviati, evidentemente frutto dei, seppur ancora pochi, casi di processi collaborativi di VMI, in cui in fornitori hanno il feedback degli stock e procedono all'ordine automatico per rifornire gli scaffali, e il documento RECADV che ha un exploit del +211%, ma su numeri modesti, che porta un segnale positivo sulla sua futura diffusione.

Va tuttavia segnalato che il PRICAT (catalogo prodotti) ha avuto un deciso tracollo, determinato dal passaggio del catalogo prodotti allo standard GS1 GDSN (Global Data Synchronisation Network), che garantisce l'allineamento tempestivo e sincronizzato delle

informazioni anagrafiche dei prodotti tra produttori e distributori.

Anche i messaggi ricevuti confermano quanto fin qui detto. A fronte del consolidamento del numero dei documenti ricevuti dai produttori, gli ORDERS, hanno un lieve decremento del -1% a 7.851.630, così come diminuiscono l'INVRPT del -8% e l'ORDCHG del -17%. Crescono invece gli altri documenti.

Tra i messaggi ricevuti dai retailer, spiccano il decremento della fattura (INVOIC) del -6% (ma sono pur sempre 9,24 milioni di documenti) e l'aumento del +18% dell'ORDRSP con 4,88 milioni e del DESADV (+11%, con 7,5 milioni di documenti), mentre si conferma il focus sui processi interni della DO, con l'aumento del +65% (quasi 2 milioni di messaggi) dell'ORDERS.

Tabella 2 - I principali messaggi del ciclo dell'ordine inviati per categoria di azienda

	ANNO	AZIENDE UTENTI	ORDINE (ORDERS)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	RICHIESTA DI CAMBIO ORDINE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)	
DISTRIBUTORI	2021	296	7.511.332	6.826.321	16.912	295.831	
			+12%	-1%	+34%	+4%	
	2022	309	8.425.843	6.727.094	22.602	306.507	
NUMERO DOCUMENTI INVIATI							
	ANNO	AZIENDE UTENTI	FATTURA (INVOIC)	ORDINE (ORDERS)	CONFERMA ORDINE (ORDRSP)	AVVISO DI SPEDIZIONE (DESADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)
PRODUTTORI	2021	3.217	11.240.379	810.404	1.633.791	6.971.236	742.383
			-6%	+26%	-22%	-	-81%
	2022	3.270	10.549.657	1.020.937	1.273.150	6.977.861	138.410
NUMERO DOCUMENTI INVIATI							

Tabella 3 - I principali messaggi del ciclo dell'ordine ricevuti per categoria di azienda

	ANNO	AZIENDE UTENTI	FATTURA (INVOIC)	CONFERMA ORDINE (ORDRSP)	AVVISO DI SPEDIZIONE (DESADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)	
DISTRIBUTORI	2021	296	9.785.037	4.129.328	6.775.668	116.844	
			-6%	+18%	+11%	-	
	2022	309	9.241.042	4.883.683	7.539.012	117.363	
NUMERO DOCUMENTI INVIATI							
	ANNO	AZIENDE UTENTI	ORDINI (ORDERS)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	RICHIESTA DI CAMBIO ORDINE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)	INFORMAZIONE DI PAGAMENTO (REMA DV)
PRODUTTORI	2021	3.217	7.931.671	9.492.177	189.048	216.567	1.030
			-1%	-8%	-17%	+7%	+110%
	2022	3.270	7.851.630	8.776.778	156.355	231.950	2.164
NUMERO DOCUMENTI INVIATI							

Nell'analisi dei clienti attivi per tipo di messaggi inviati e ricevuti, si nota una generale riduzione del loro numero rispetto all'anno precedente, con una concentrazione nella triade ORDERS & DESADV & INVOIC cui si aggiunge l'ORDRSP. Mettendo in relazione questo dato con la media omogenea calcolata sul totale dei clienti

attivi per attore e tipo di documento, risulta evidente la conferma dell'intensità di utilizzo dei diversi documenti da parte delle imprese del largo consumo che adottano EURITMO, un dato che cresce di anno in anno. Infatti tutti i documenti sono in netta crescita, con l'eccezione degli ORDRSP e del PRICAT inviati dai produttori.

Tabella 4 - Clienti attivi per tipologia di messaggi inviati

	FATTURA (INVOIC)	ORDINE (ORDERS)	CONFERMA ORDINE (ORDRSP)	AVVISO DI SPEDIZIONE (DESADV)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	RICHIESTA DI CAMBIO ORDINE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)	INFORMAZIONE DI PAGAMENTO (REMADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)
2021									
PRODUTTORI	2.466	78	973	1.085	26	0	2	0	123
RETAILER	30	195	15	32	50	3	6	3	7
2022									
PRODUTTORI	1.756	316	704	912	17	4	8	1	56
RETAILER	34	143	20	37	32	2	5	1	6

Tabella 5 - Clienti attivi per tipologia di messaggi inviati

	FATTURA (INVOIC)	ORDINE (ORDERS)	CONFERMA ORDINE (ORDRSP)	AVVISO DI SPEDIZIONE (DESADV)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	RICHIESTA DI CAMBIO ORDINE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)	INFORMAZIONE DI PAGAMENTO (REMADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)
2021									
PRODUTTORI	307	2.318	15	64	156	69	69	15	13
RETAILER	251	58	62	144	12	0	2	1	48
2022									
PRODUTTORI	592	1.822	616	283	101	42	33	9	10
RETAILER	179	80	53	134	9	1	2	1	45

Tabella 6 – Media omogenea documenti inviati per categoria di azienda

	ANNO	ORDINE (ORDERS)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	RICHIESTA DI CAMBIO ORDINE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)
DISTRIBUTORI	2021	38.520	136.526	5.637	49.305
		+53%	+54%	+100%	+24%
	2022	58.922	210.222	11.301	61.301

	ANNO	FATTURA (INVOIC)	ORDINE (ORDERS)	CONFERMA ORDINE (ORDRSP)	AVVISO DI SPEDIZIONE (DESADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)
PRODUTTORI	2021	4.558	10.390	1.679	6.425	6.036
		+32%	-69%	+8%	+19%	-59%
	2022	6.008	3.231	1.808	7.651	2.472

Nota: la media è calcolata sul totale dei clienti attivi per attore e tipo di documento

Tabella 7 – Media omogenea documenti ricevuti per categoria di azienda

	ANNO	FATTURA (INVOIC)	CONFERMA ORDINE (ORDRSP)	AVVISO DI SPEDIZIONE (DESADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)
DISTRIBUTORI	2021	38.984	66.602	47.053	2.434
		+32%	+38%	+20%	+7%
	2022	51.626	92.145	56.261	2.608

	ANNO	ORDINE (ORDERS)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	RICHIESTA DI CAMBIO ORDINE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)	INFORMAZIONE DI PAGAMENTO (REMAADV)
PRODUTTORI	2021	3.422	60.847	2.740	3.139	69
		+26%	+43%	+36%	+124%	+250%
	2022	4.309	86.899	3.723	7.029	240

Nota: la media è calcolata sul totale dei clienti attivi per attore e tipo di documento

Le transazioni attive

Anche le transazioni sono in aumento e rispecchiano l'andamento dei messaggi, essendo concentrate nei documenti classici del ciclo dell'ordine.

Con le transazioni si entra nel territorio d'analisi più qualitativa, quella che consente di capire qual è lo stato di salute dell'EDI tra le imprese del largo consumo e il suo grado di utilizzo. Ebbene, in un anno le transazioni complessive (ricordiamo che la transazione misura il

contatto tra due imprese mediato dal tipo di messaggio scambiato) senza distinguere tra quelle interne e quelle esterne al circuito Euritmo, ma comunque secondo gli standard GS1, sono aumentate, passando da 45.333 a 47.405 (+5%).

Quanto ai tipi di messaggi relativi alle transazioni si conferma l'andamento generale, con le INVOIC in lieve calo, mentre crescono le transazioni che riguardano ORDERS, ORDRSP e DESADV.

Tabella 8 - Numero di transazioni attive e trend rispetto al 2021

	2021	2022	TREND
ORDERS	15.094	16.356	8%
ORDRSP	4.521	4.697	4%
ORDCHG	130	129	(1%)
DESADV	4.800	6.165	28%
INVOIC	18.742	17.733	(5%)
INVRPT	732	799	9%
RECADV	314	291	(7%)
REMADV	21	32	52%
PRICAT	782	1.007	29%
PARTIN	6	6	-
ALTRI	189	189	-
TOTALE	45.333	47.405	5%

Figura 10 - Le transazioni attive: i distributori

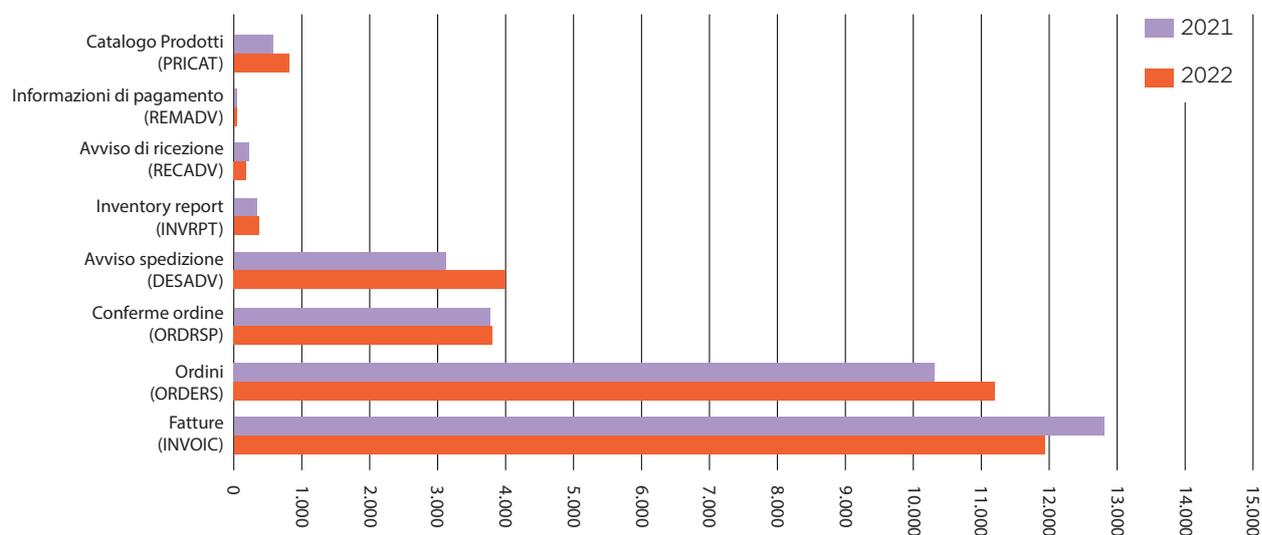
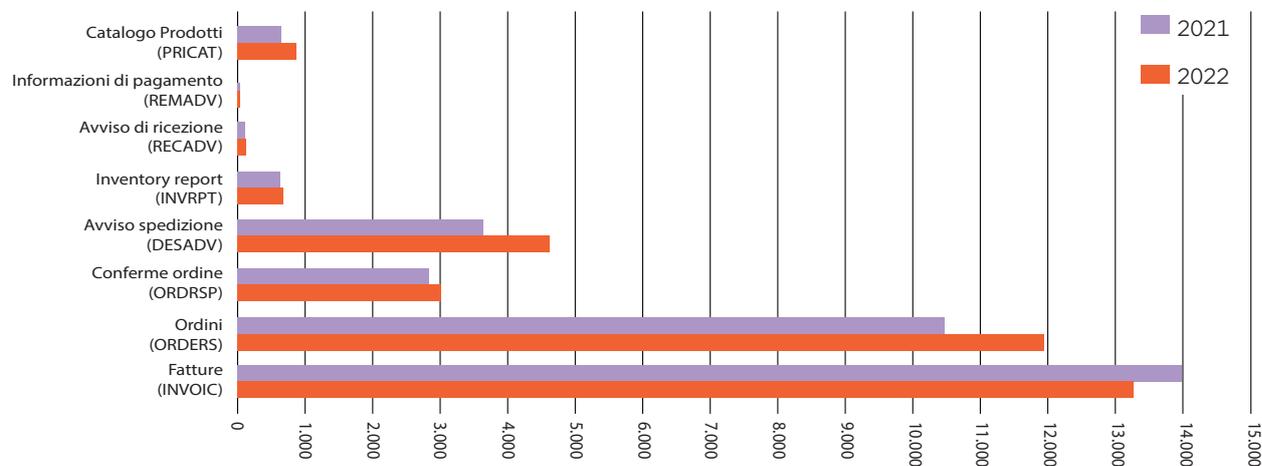


Figura 11 - Le transazioni attive: i produttori



La maturità dell'EDI nel largo consumo: le relazioni interne

Dall'analisi delle relazioni si scopre che l'EDI è sempre più premiato dalle aziende che ne fanno un utilizzo più strutturato e maturo: diminuiscono le relazioni che coinvolgono un solo documento e man mano che si aprono più documenti aumenta il loro numero.

L'ultimo capitolo dell'indagine riguarda le relazioni all'interno dell'ecosistema Euritmo come indicatore dell'indice di maturità dell'EDI nelle imprese nel largo consumo.

Le 3.582 imprese attive sviluppano 13.621 relazioni interne, in leggero calo rispetto alle 13.808 al 2021, di cui 8.842 sono ancora allo stadio iniziale di utilizzo dell'EDI, poiché afferiscono a un solo tipo di documento e segnatamente il 51% alla fattura, il 33% all'ordine, il 9% all'avviso di spedizione e il 7% ad altri documenti.

Più interessante il residuo 35% delle relazioni che scambiano da due a cinque documenti. Tra queste 3.226 sono le relazioni considerate elementari, che scambiano almeno ORDERS & INVOIC oppure ORDERS & DESADV, vale a dire i documenti tipici del ciclo dell'ordine. Possiamo notare in questo caso un leggero incremento dalle 3.215 relazioni omologhe del 2021.

Di queste relazioni elementari, se le 2.135 che scambiano almeno ORDERS & INVOIC sono meno di quelle del 2021 (erano 2.253), in crescita sono quelle che scambiano almeno ORDERS&DESADV che passano da 302 a 411 e quelle con almeno tre documenti, le cosiddette relazioni mature, che crescono a 680 dalle 660 dell'anno prima.

Quelle che si fermano solo allo scambio dei tre documenti base sono 259, in diminuzione dalle 295 relazioni del 2021, ma quelle che aggiungono almeno un altro messaggio, definite complete, passano da 367 a 421 (+15%), di cui 386 (+16%) le relazioni che aggiungono un ulteriore documento. Quelle con due documenti aggiuntivi invece passano a 33 dalle 32 della rilevazione precedente (+3%) e rimangono stabili le due relazioni che riguardano sei messaggi complessivamente.

È qui in sostanza che si sviluppa il nocciolo duro dell'utilizzo strategico dell'EDI perché, come abbiamo ribadito più volte in passato, è solo impiegando con convinzione e continuità questo strumento che se ne colgono meglio i benefici.

+15%

l'incremento delle
relazioni complete

Figura 12 - La mappa delle relazioni interne

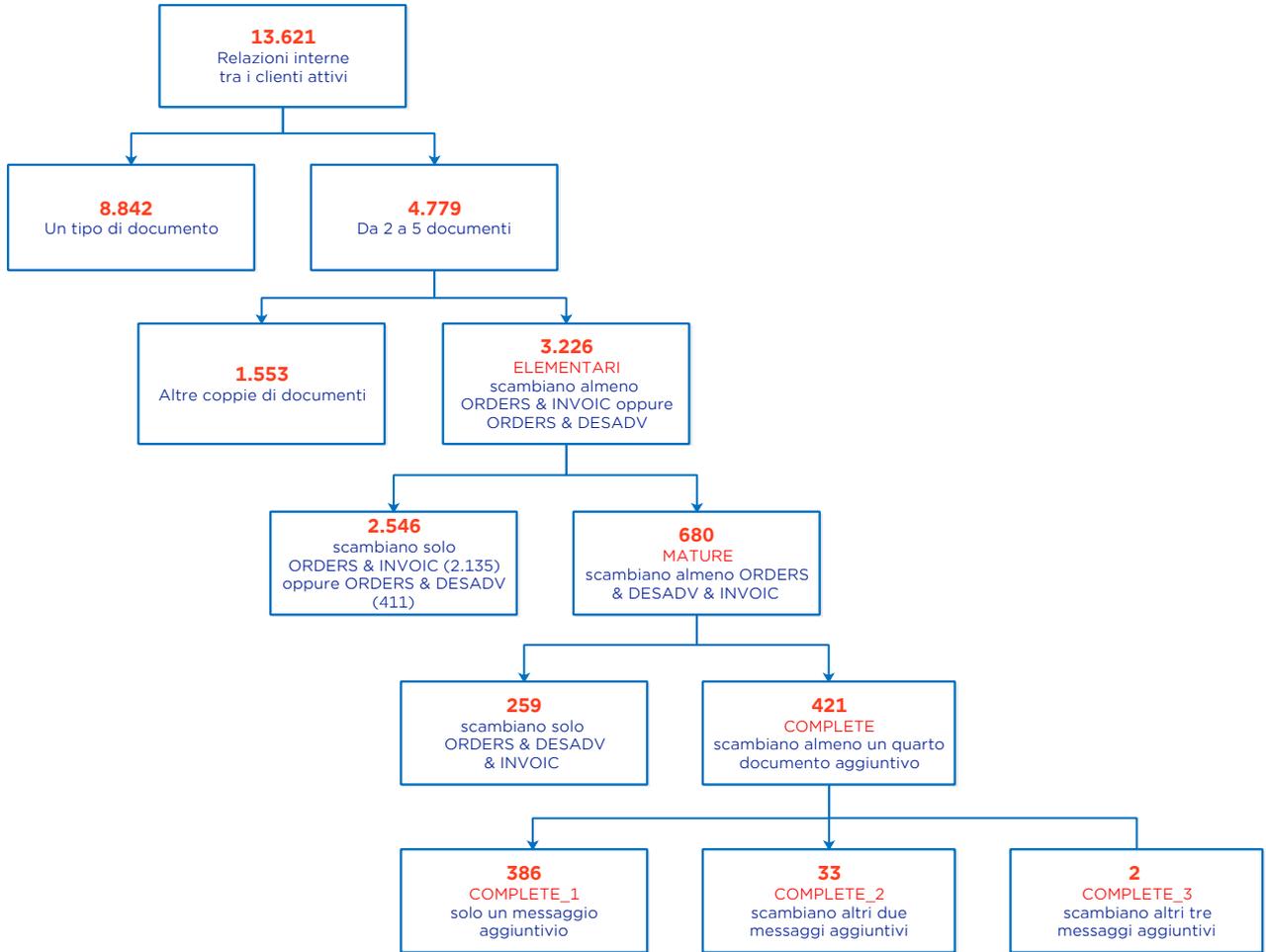
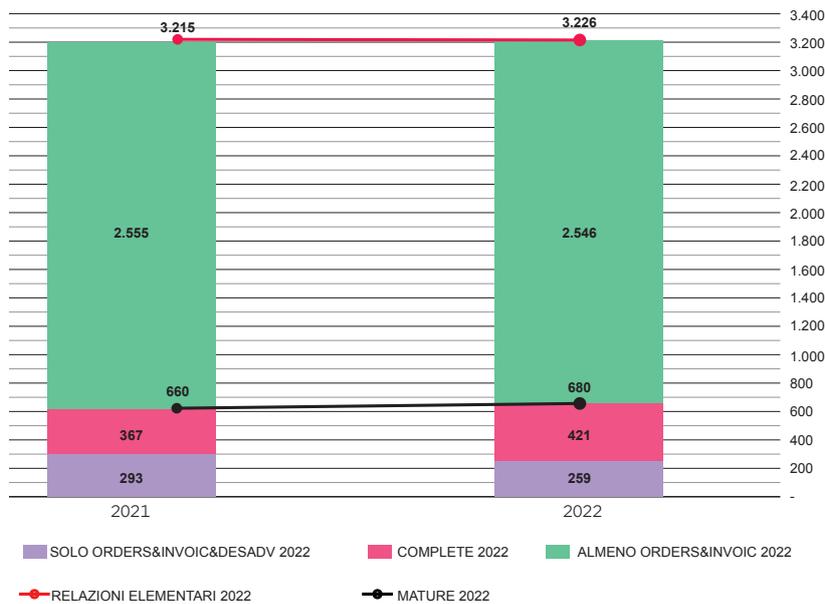


Figura 13 - Le relazioni interne: confronto 2020-2021

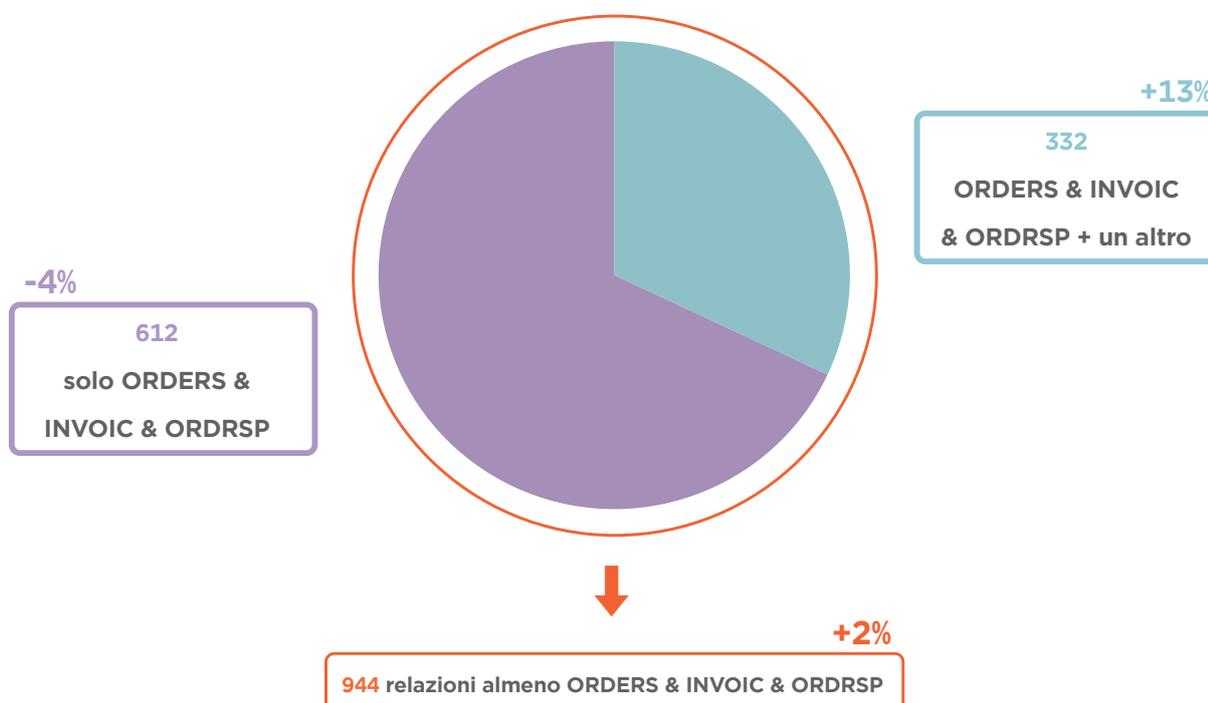


Passando alle imprese coinvolte nelle diverse tipologie di relazione, in quelle elementari sono interessate 1.356 aziende in crescita del +6%. Crescono del +5% le imprese coinvolte nello scambio almeno di ORDERS & INVOIC oppure ORDERS & DESADV e del +2% le 124 imprese coinvolte nello scambio della triade base dei documenti ORDERS & DESADV & INVOIC. Le 310 imprese che hanno relazioni complete crescono invece del +8%.

A completamento di quanto fin qui detto, vale la pena sottolineare che aumentano del +18% i messaggi scambiati nelle relazioni elementari interne all'ecosistema e del +21% quelli delle relazioni complete.

Come al solito l'indagine si occupa in maniera specifica delle relazioni che scambiano almeno ordine, conferma d'ordine e fattura (ORDERS & ORDRSP & INVOIC), una triade di documenti particolarmente importante per la riconciliazione. Si tratta di 944 relazioni in aumento del +2%: di queste 612 (-4%) afferiscono solo a ORDERS & INVOIC & ORDRSP, mentre 332 aggiungono un altro documento e crescono del +13%. Siamo di fronte a un uso più consapevole e ancora una volta strategico dell'EDI con lo scopo di migliorare l'efficienza complessiva del ciclo dell'ordine, riducendo errori e contenziosi. Le aziende coinvolte in queste relazioni sono tutte in aumento. Complessivamente sono 657 quelle coinvolte (+21%), di cui 365 (+25%) solo nello scambio dei tre documenti considerati e 292 (+17%) che aggiungono un altro documento.

Figura 14 - Le relazioni per la riconciliazione



Conclusioni

L'EDI non è un obbligo per le aziende, ma è uno strumento tanto più strategico quanto più profondamente le aziende lo utilizzano per migliorare l'efficienza dei processi, aumentare il livello di collaborazione tra clienti e fornitori, operare con maggiore accuratezza, migliorare la qualità delle relazioni tra clienti e fornitori. E l'EDI secondo gli standard globali aggiunge ulteriore valore perché rende interoperabili tutti i diversi attori della filiera coinvolti.

Questa edizione del Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo rende conto di un miglioramento della sua diffusione, in particolare per quanto riguarda gli aspetti qualitativi: lo zoccolo duro delle imprese che hanno relazioni complete e scambiano più di tre documenti è in crescita del +8% a significare che "fare bene l'EDI fa bene alle imprese".

Certo, più di 8 mila imprese del largo consumo che scambiano regolarmente documenti in EDI a standard GS1 non sono poche, eppure manca ancora qualcosa affinché l'EDI, i cui benefici sono fuori discussione, si trasformi in una pratica diffusa. La risposta è sempre quella, tutte le volte in cui si parla di trasformazione digitale e, più in generale, di cambiamento. Si tratta di un problema culturale, di mancanza di competenze digitali in chi ha responsabilità di vertice nelle aziende, unita a una scarsa attitudine al cambiamento. Per questo serve un coinvolgimento più forte di chi prende le decisioni in azienda con le immediate ricadute sull'organizzazione aziendale. C'è bisogno cioè di una maggiore consapevolezza che l'efficienza dei processi è il primo mattone sul quale costruire una strategia B2B di successo.

Va detto che i segnali in questo senso non mancano. I retailer per esempio puntano sull'aumento dell'efficienza dopo questi anni di forti discontinuità che hanno mostrato punti di debolezza della supply chain e contemporaneamente la capacità di reazione del sistema.

In questa edizione del Monitoraggio spicca il dato di un maggiore utilizzo del documento di conferma d'ordine (ORDRSP). Per i retailer l'ORDRSP consente di sapere se un prodotto verrà consegnato. Soprattutto nel caso di freschi e freschissimi che hanno un ciclo brevissimo di vita dalla produzione allo scaffale. È un documento che supporta quindi la qualità complessiva del ciclo dell'ordine con ricadute positive sulla programmazione della consegna fisica della merce e, in definitiva, sulla presenza a scaffale, sulla riduzione delle rotture di stock e sul servizio al cliente.

Un altro segnale della ricerca di efficienza è la crescita del documento ORDERS, che testimonia di un maggiore pianificazione e automazione degli ordini per evitare al contrario stock eccessivi in un periodo di domanda in flessione. È peraltro un fenomeno che si sta consolidando perché aumenta la consapevolezza delle logiche collaborative e per il fatto che diminuendo la fattura in EDI, l'ordine diventa il documento di ingresso per chi si affaccia allo scambio elettronico dei dati. Per i distributori, poi, è l'indice dello sviluppo di micro supply chain interne tra centrale e associati, sorta di microcosmi che utilizzano l'EDI sempre in chiave di efficienza, riportando gli elementi della supply chain classica all'interno della loro realtà.

La fattura infatti, documento ancora principale tra quelli scambiati, continua a diminuire, ed è messa in ombra dalla fattura elettronica, ormai utilizzata dalla quasi totalità delle aziende. Il doppio flusso EDI e SdI è stato abbandonato da un gran numero di imprese, che hanno fatto a meno delle informazioni supplementari permesse dall'EDI o le hanno inserite, non strutturate, nella fattura elettronica. Resistono a fatturare anche in EDI quelle imprese che non possono fare a meno di determinate informazioni o quelle che procedono a rifatturazioni interne. Le discussioni in atto per la fattura elettronica europea basata su un modello di dati a livello semantico, potrà portare a una futura evoluzione positiva anche per l'EDI.

Nel complesso, comunque, aumentano le aziende che utilizzano l'EDI secondo gli standard globali, in particolare i retailer sono i più virtuosi e nell'ultimo anno hanno aumentato la mole di documenti scambiati e le transazioni, proprio per le ragioni di cui sopra.

Un possibile impulso verso la maggiore diffusione dell'EDI potrà arrivare dall'impegno di GS1 Italy che, nel suo percorso di sostegno alle imprese, ha avviato il progetto Solution Partner Program (SPP) che potrà dare un nuovo impulso alla diffusione dell'utilizzo dell'EDI presso le aziende del largo consumo. Il programma prevede la certificazione dei partner tecnologici che utilizzano gli standard globali GS1 secondo regole concordate. Naturalmente tra gli standard un particolare punto riguarda l'EDI e la certificazione all'utilizzo di Euritmo.

Ancora una volta, quindi, l'EDI conferma di essere uno strumento in continuo divenire, pronto a rispondere alle esigenze delle imprese, ricco di opportunità che servono a migliorare le relazioni pre-competitive tra le imprese e a utilizzare le opportunità che la tecnologia offre anche in una chiave di dematerializzazione e sostenibilità. Sta infatti giungendo a conclusione il progetto pilota sul Digital Pod (Proof of delivery), il documento di trasporto digitale, al quale l'e-commerce B2C ha abituato milioni di utenti, e che sta entrando anche nelle relazioni tra le aziende. È un esempio di come l'EDI contenga una serie di regole che, proprio grazie agli standard, possono trovare applicazione in diversi ambiti. Presto si conosceranno i risultati di questo progetto pilota.

I programmi futuri

- Prosegue l'attività dell'EDI nel Foodservice con la prossima conclusione dei tre progetti pilota che hanno visto attivamente coinvolte cinque primarie aziende.
- Prosegue l'attività di adozione degli standard nel settore con l'allargamento alla ristorazione.
- Il progetto di EDI nella logistica continua con l'obiettivo di diffondere l'EDI presso i piccoli fornitori della GDO.
- È allo studio la nuova certificazione Euritmo con lo scopo di ampliare sempre di più la base di fornitori e utenti dell'EDI.

Gli standard GS1 EDI, perché sono un beneficio per le imprese

Fin dalla sua nascita GS1 si è data come mission quella di mettere a disposizione la capacità di sviluppare approcci di sistema, di individuare soluzioni condivise ai processi di business e alle relazioni commerciali coinvolgendo i diversi attori, in primis le imprese dell'Industria e della Distribuzione, secondo un approccio tipicamente precompetitivo.

Gli strumenti attraverso i quali perseguire questo obiettivo sono le soluzioni e gli standard GS1, a partire dal codice a barre, considerato una delle 50 idee che hanno reso l'economia più globale. Tra gli standard GS1 per rendere efficienti ed efficaci le relazioni di business tra le imprese vi è GS1 EDI (Electronic Data Interchange), che, adottato da oltre **167 mila aziende**, velocizza le transazioni, le consegne, la fatturazione e i pagamenti e migliora la visibilità delle merci nella supply chain, accelerando inoltre i cicli di riordino automatico, migliorando l'accuratezza dei dati e l'efficienza operativa, abbassando i costi e limitando il consumo di carta. Tutto ciò contribuisce infine a **migliorare l'esperienza di acquisto del cliente**, grazie a una maggiore disponibilità a scaffale dei prodotti e alla possibilità di praticare prezzi inferiori.

167 mila

le aziende nel mondo che adottano l'EDI negli scambi commerciali*

* Implementation of GS1 EDI standards in 2018, GS1 GO Annual Survey

L'EDI con gli standard GS1

GS1 EDI sostituisce i metodi tradizionali cartacei come il fax e la posta e consente di inviare ordini d'acquisto, bolle di consegna, fatture, ordini di pagamento in via telematica e strutturata, con minori costi e senza più errori. Attualmente lo standard GS1 EDI più diffuso nel mondo della filiera del largo consumo è **GS1 EANCOM®**, basato sullo standard internazionale **UN/EDIFACT**. Nel mercato internazionale l'utilizzo dell'EDI è prioritario per lo sviluppo del business di un'azienda, soprattutto per un'impresa strutturata. Per favorire l'adozione dell'EDI, all'interno del tessuto economico italiano, formato soprattutto da micro, piccole e medie imprese, **GS1 Italy**, in collaborazione con aziende industriali e distributive italiane e con i provider EDI, ha creato lo **standard Euritmo**, una semplificazione di GS1 EANCOM. Questo standard tutto italiano, mantenuto da **GS1 Italy** e allineato allo standard internazionale GS1 EANCOM, grazie alle diverse collaborazioni avute nel definirlo, ha il vantaggio di incontrare le esigenze del settore del largo consumo ed è facilmente utilizzabile anche dalle piccole e medie imprese, che, ricordiamolo, costituiscono l'ossatura del sistema produttivo italiano e, nell'agroalimentare, sono quelle che forniscono alla Distribuzione prodotti del territorio, specialità alimentari, alimenti dietetici e salutistici e contribuiscono in gran parte alla realizzazione dei prodotti a marchio del distributore.

7.785

imprese hanno utilizzato nel 2022 l'EDI secondo gli standard globali GS1

Euritmo è la soluzione web-EDI studiata da **GS1 Italy** per le aziende italiane del largo consumo che consente lo scambio di ordini e conferme d'ordine, fatture, avvisi di spedizione e la conseguente gestione e tracciabilità delle consegne. Il tutto con la garanzia di accessi protetti, profili personalizzati, riconoscimento reciproco delle parti, crittografia delle informazioni, tracking dei messaggi e piena compatibilità con l'EDI tradizionale. In buona sostanza è **come un ufficio postale** in cui ogni utente può depositare nella propria casella personale i messaggi in partenza - le fatture, gli ordini di acquisto e pagamento, ecc. - che vengono raccolti e smistati, attraverso la rete dei provider certificati Euritmo, nelle mail box dei destinatari. Chi riceve non deve far altro che prelevarli e importarli nei propri sistemi informativi. **In Italia nel 2022 sono state 7.785** le aziende che hanno utilizzato gli standard EDI di **GS1 Italy** per lo scambio dei documenti commerciali.

I benefici e i vantaggi dell'EDI

Per le imprese che adottano lo scambio elettronico dei documenti (EDI) **sono numerosi i benefici diretti e indiretti**, riassumibili nelle seguenti voci:

- Ridurre costi ed errori.
- Velocizzare i pagamenti.
- Accelerare i tempi di consegna.
- Eliminare le attività a scarso valore aggiunto, come il data entry.
- Azzerare controlli e verifiche manuali per tutte le transazioni commerciali.
- Diminuire le rotture di stock e le scorte.
- Ridurre i contenziosi.
- Migliorare la tracciabilità dei prodotti.
- Esportare i prodotti.

Inoltre Euritmo, ai benefici dell'EDI definito "tradizionale", aggiunge:

- Semplicità di utilizzo.
- Non richiede know-how specifico.
- Facilità di accesso per qualsiasi dimensione aziendale.
- Ampia rete di trasmissione composta da provider certificati e interoperabili tra loro.

Più in dettaglio, è stato calcolato che **un'azienda produttrice può risparmiare** tra 3 e 5 euro per singola fattura trasmessa via EDI, tra 10 e 14 euro per ordine ricevuto e fino a 42 euro a ciclo se completa la dematerializzazione di tutti i documenti del ciclo dell'ordine. **Un retailer invece può risparmiare** tra 4 e 6 euro per singola fattura ricevuta via EDI, tra 5 e 7 euro per singolo ordine emesso e fino a 23 euro a ciclo se completa la dematerializzazione di tutti i documenti del ciclo dell'ordine.

L'interoperabilità, la facilità di accesso per qualsiasi azienda e la semplicità di utilizzo sono i plus di Euritmo che si sommano ai benefici dell'EDI

Glossario

CIRCUITO EURITMO Bacino di utenza dei providers che hanno ottenuto la certificazione Euritmo rilasciata da GS1 Italy.

DPOD (DIGITAL PROOF OF DELIVERY) Prova di consegna digitalizzata. Certificazione della consegna (documento o informazione che attesta chi ha ricevuto una data spedizione e quando) in formato digitale.

EANCOM Lo standard internazionale per l'EDI di GS1, subset di UN/EDIFACT.

EDI - ELECTRONIC DATA INTERCHANGE Scambio elettronico dei documenti in formato strutturato.

EURITMO Subset italiano di GS1 EANCOM nato nel 2000 per diffondere l'EDI tra le PMI italiane, attualmente è lo standard EDI più diffuso in Italia. **FATTURA ELETTRONICA** Una fattura creata, inviata e ricevuta in un formato strutturato che permette la sua elaborazione in modo automatico ed elettronico.

GS1 EDI - GS1 ELECTRONIC DATA INTERCHANGE Insieme degli standard EDI gestiti da GS1 a livello globale (EANCOM e GS1 XML).

GS1 GO - GS1 GLOBAL OFFICE Centrale operativa che coordina lo sviluppo e il mantenimento di nuovi standard GS1 nel mondo.

GS1 MO - GS1 MEMBER ORGANISATIONS Uffici locali di GS1 dislocati nel mondo che hanno l'obiettivo di supportare gli utenti associati e di implementare gli standard GS1.

NC - NON CLASSIFICATI Aziende utenti EDI di altri provider rispetto ai provider certificati EURITMO coinvolti nel monitoraggio. Queste aziende utilizzano comunque gli standard EDI mantenuti e gestiti da GS1 Italy (EANCOM ed Euritmo).

PNRR - PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA È il piano preparato dall'Italia per rilanciarne l'economia dopo la pandemia di COVID-19, al fine di permettere lo sviluppo verde e digitale del paese.

PROVIDER Azienda fornitrice di servizi EDI.

SISTEMA DI INTERSCAMBIO - SDI Sistema informatico, gestito dall'Agenzia delle Entrate, in grado di ricevere le fatture sotto forma di file con specifiche caratteristiche, effettuare controlli sui file ricevuti, inoltrare le fatture ai destinatari.

UN/EDIFACT - UNITED NATION ELECTRONIC DATA INTERCHANGE FOR ADMINISTRATION, COMMERCE AND TRANSPORT Principale standard EDI internazionale multisetoriale, in formato testo.

UNB - INTERCHANGE HEADER Segmento obbligatorio per la trasmissione di un messaggio in standard GS1 EDI. Questo segmento è il segmento che indica l'interscambio del messaggio, contiene quindi l'identificazione univoca del mittente e del destinatario del messaggio EDI (indica un punto di ricezione/invio codificato).

VAN - VALUE ADDED NETWORK Provider di servizi di rete.

WEB-EDI Soluzione EDI che utilizza la rete internet per veicolare i messaggi.

Quelli del codice a barre, il linguaggio globale per la trasformazione digitale.

A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 40 mila imprese nei settori largo consumo, sanitario, bancario, della logistica, oltre che del foodservice e delle costruzioni.

Oggi più che mai le imprese devono garantire ai consumatori accesso immediato a informazioni complete e affidabili.

I sistemi standard, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili. In breve, con GS1 la trasformazione digitale è più semplice e più veloce.

GS1 Italy

Via P. Paleocapa, 7

20121, Milano

T +39 02.777.21.21

E info@gs1it.org

gs1it.org

