



DATA CRUNCH ITALIA

Uno studio sull'allineamento delle anagrafiche di prodotto nel mercato italiano



INDICOD-ECR

SOMMARIO

<u>Perchè il Data Crunch</u>	<u>4</u>
<u>Qualità del dato e sincronizzazione</u>	<u>5</u>
<u>I risultati</u>	<u>7</u>
<u>I punti critici</u>	<u>10</u>
<u>Cosa ne pensano le aziende</u>	<u>11</u>
<u>Una riflessione sul futuro</u>	<u>12</u>
<u>Cosa Proponiamo</u>	<u>13</u>

PERCHÉ DATA CRUNCH

Incentivare la collaborazione tra industria e distribuzione nell'adozione di standard che possano migliorare l'efficienza della supply chain è da sempre la missione di GS1 Italy | Indicod-Ecr.

Eppure, se si osserva una continua adesione allo standard di sincronizzazione delle informazioni di prodotto a livello internazionale, si registra ancora una certa difficoltà e resistenza nel nostro Paese nel coinvolgimento in servizi di questa tipologia.

Abbiamo quindi voluto verificare se l'eventuale adozione dello standard di sincronizzazione possa risultare di effettiva utilità per il mercato italiano, o se non porterebbe alcun valore aggiunto alle aziende.

Il mercato della distribuzione è in continuo mutamento ed è costantemente focalizzato sulla crescita, sulle vendite e su un pricing aggressivo.

Margini e profitti sono sempre più sotto pressione e gli attori della supply chain sono alla continua ricerca di innovazione: offerte di nuove modalità di acquisto, nuove esperienze per il consumatore finale, nuovi strumenti per il reperimento di informazioni di prodotto (extended packaging), assortimenti sempre più vasti, ecc.

Il flusso informativo è cruciale per sviluppi di questo tipo.

Senza processi efficienti per ottenere, memorizzare e inviare informazioni accurate di prodotto, non solo sarà impensabile uno sviluppo dei servizi da offrire, ma la stessa gestione dei processi attuali rischia di essere compromessa. Le aziende incorreranno col tempo in costi sempre maggiori per intervenire e correggere le inefficienze di trasmissione e gli errori nei dati. Errori che potenzialmente potrebbero portare a sanzioni, oltre che danneggiarne l'immagine.

Gli attributi di prodotto descrivono le caratteristiche di ogni oggetto, confezione, pacco, imballo, venduto e acquistato. Questi dati esistono, sono memorizzati, vengono duplicati e manipolati dalle diverse aree aziendali con scopi differenti.

Seguendo le esperienze di Data Crunch già condotte in altre nazioni negli scorsi anni, che con i loro risultati inaspettati, hanno generato consapevolezza e innescato una serie di cambiamenti ed evoluzioni nel sistema di scambio dei dati di prodotto, abbiamo voluto replicare uno studio analogo nella nostra realtà.

Gli attori della supply chain sono alla continua ricerca di **innovazione**

Senza informazioni **accurate** la gestione dei processi rischia di essere compromessa

Le esperienze di Data Crunch hanno generato **consapevolezza**

QUALITÀ DEL DATO E SINCRONIZZAZIONE

Il flusso informativo è da tempo considerato una criticità per le attività aziendali e si può affermare che la qualità del dato nella supply chain sia piuttosto bassa.

Dati non corretti o mancanti hanno impatti negativi in termini di costi sull'intera supply chain (dall'ordine al pagamento) ma hanno anche impatti diretti sulla logistica (trasporto, magazzino, disponibilità a scaffale,...) e sulle vendite.

Senza anagrafiche affidabili i partner commerciali saranno obbligati a verificarne la loro qualità, allungando inutilmente i tempi di gestione e replicando attività nella raccolta e nel trattamento dei dati.

Informazioni allineate e di buona qualità rappresentano le basi per una supply chain efficiente e sulle quali sviluppare e integrare tutta un'altra serie di attività che andranno ad attingere a questi dati.

Il Data Crunch è lo studio ideale per dimostrare o smentire queste assunzioni in quanto rappresenta un'analisi accurata sull'allineamento delle informazioni anagrafiche di prodotto.

Il Data Crunch serve da una parte a verificare l'attuale livello di completezza delle anagrafiche e dall'altra a saggiarne il loro grado di allineamento tra le aziende coinvolte.

Il Data Crunch non dice quali e se le informazioni sono corrette ma ne attesta la presenza e la loro correlazione tra i partner commerciali (per motivi logistici sarebbe impensabile verificare ad esempio per ogni prodotto se le dimensioni sono corrette).

Lo studio è limitato a un ristretto numero di produttori e distributori e ad un prestabilito set di articoli, nel tentativo di dare una rappresentazione a livello macro della situazione italiana.

Alcune rilevanti aziende si sono rese disponibili volontariamente a prendere parte allo studio.

Aziende grandi e strutturate che percepiscono l'importanza del tema e che al tempo stesso vogliono avere un'idea del loro livello di allineamento delle anagrafiche: prima d'ora in Italia non era mai stata proposta un'iniziativa di questo genere.

Dal momento che lo scopo dello studio non è quello di evidenziare specifici casi individuali, ma di ottenere delle conclusioni di carattere generale che possano essere utili per l'intera filiera, i risultati di questo report sono stati elaborati e presentati garantendo l'anonimato dei partecipanti.

Allo studio ha collaborato il partner tecnologico SAS, leader nel settore del software e dei servizi di business analytics, che ha cooperato nell'attività di normalizzazione e di analisi dei dati raccolti. SAS ha fornito anche giudizi "asettici" sui numeri elaborati

30%

merce ricevuta in quantità diversa da quella ordinata

37%

fatture con errori nelle quantità o negli importi

50€

costo amministrativo per processare un errore

2,2 mld €

costo annuale indotto dalla cattiva gestione delle informazioni di prodotto (stima GS1)

attingendo al suo background nel data management.

Le aziende appartengono al settore grocery, e sono fornitori di diverse tipologie merceologiche e con almeno 100 prodotti comuni ai distributori che hanno aderito allo studio.



Settore **grocery**
e fornitori di diverse
tipologie merceologiche

200

GTIN richiesti
a ogni produttore

Le informazioni
comunicate sono
sufficienti per
una accurata
descrizione
del prodotto

800

GTIN richiesti
a ogni distributore

40

attributi considerati

Alle aziende della produzione e della distribuzione è stato dato un mese di tempo per estrarre i dati dai propri sistemi e comunicarceli. Per identificare univocamente i prodotti è stato utilizzato il codice GTIN.

L'analisi dei dati è stata condotta valutando prima di tutto la completezza delle referenze, cioè se le informazioni comunicate sono sufficienti per una accurata descrizione del prodotto, individuando così le eventuali lacune su attributi considerati indispensabili.

Questi campi appartengono al modello dati GDSN del mercato italiano. Parliamo di circa 40 attributi che coprono le categorie più importanti per un'anagrafica di prodotto:

- Identificazione
- Gerarchia/Pallettizzazione
- Descrizione
- Dimensioni/Pesi/Contenuto
- Indicatori
- Date
- Conservazione

Il produttore ha estratto dai propri sistemi informativi le informazioni anagrafiche relative a 100 prodotti (100 GTIN di unità consumatore e 100 GTIN di imballi) comuni ai distributori partecipanti e di diverse tipologie (ma la valutazione spetta a ogni singolo attore) considerando:

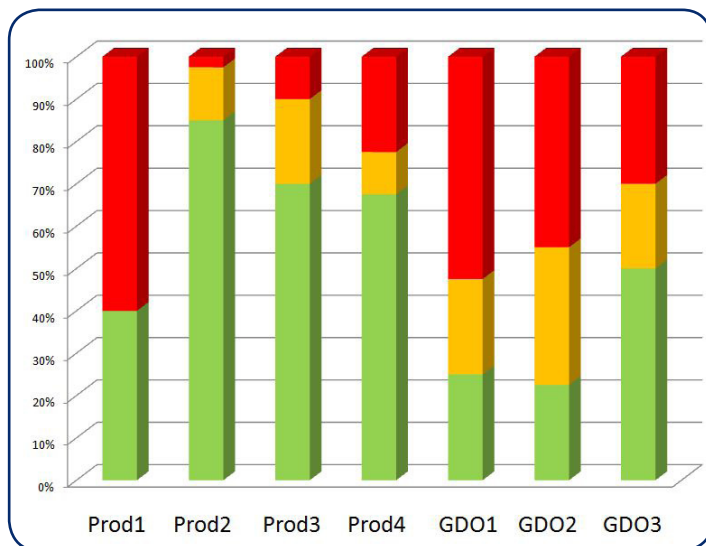
- Prodotti regolari.
- Prodotti promozionali.
- Prodotti nuovi (di recente introduzione, massimo 4 mesi).
- Prodotti modificati recentemente (massimo 2 mesi dall'ultima modifica).

RISULTATI

Il Data Crunch italiano ha messo a confronto circa 2500 anagrafiche tra unità di vendita e imballi.

Rispetto alle anagrafiche dei distributori, quelle dei produttori contengono mediamente un numero maggiore di attributi (22%) con una % inferiore di informazioni “chiave” mancanti.

A fronte di un quantitativo di informazioni disponibili presso il fornitore i distributori tendono ad utilizzarne meno.



Alcuni attributi sono parzialmente presenti (in giallo) ma in parte sono giustificati da una significatività solo a livello di unità di vendita o imballo. È possibile che alcuni valori siano comunque presenti nei sistemi delle aziende considerate, ma a fronte della richiesta mirata a questo studio non sono stati forniti per difficoltà legate all'estrazione o al reperimento (potrebbero essere distribuiti e duplicati tra più funzioni aziendali e non raccolti in un unico punto).

Il 39% di GTIN dei produttori non hanno una corrispondenza considerando tutti i GTIN dei distributori e non è quindi possibile confrontarli. Questo significa che, dato un GTIN dell'assortimento (e utilizzandolo come chiave) non è possibile trovarlo e quindi ricavarne informazioni dai sistemi del retail. Questi GTIN appartengono per la quasi totalità a unità di imballo non codificate secondo gli standard dalla GDO. Il distributore potrebbe non avere queste informazioni nei propri sistemi informativi o utilizzare chiavi e codifiche non standard per identificare queste unità.

2500

anagrafiche controllate

22%

differenza nel numero medio di attributi tra produzione e GDO

39%

GTIN che non hanno trovato corrispondenze

Unità

di imballo non codificate secondo gli standard dalla GDO

Dopo questa prima depurazione gli scostamenti sono stati verificati per quegli attributi confrontabili perché presenti nelle estrazioni di entrambi i partner commerciali. In questo report consideriamo una soglia del 10% nel confronto pur ricordando che in una condizione ideale di allineamento lo scostamento dovrebbe essere nullo. Non ci sono elementi per poter stabilire se i valori corretti sono quelli della produzione o della distribuzione anche se è lecito credere che, in quanto detentori della titolarità delle informazioni, quelle più accurate si possono trovare nei sistemi della produzione.

75%

lo scostamento complessivo delle dimensioni

I confronti tra pesi lordi, pesi netti e contenuti evidenziano degli scostamenti molto elevati tra le parti. Si spazia da valori completamente diversi, a unità di misura evidentemente errate, a posizioni decimali sbagliate. Quindi sussistono sia errori di misurazione che

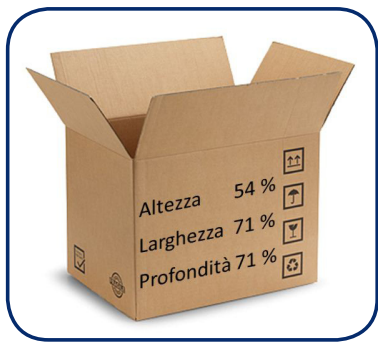


errori di immissione nei sistemi che, inevitabilmente, si propagano nell'intera filiera.

Le dimensioni, indispensabili per una efficiente space allocation, per una gestione dei magazzini, dei trasporti, della palletizzazione, hanno registrato uno scostamento complessivo del 75%.

Valori diversi,

unità di misura errate, posizioni decimali sbagliate.



Le ragioni sono varie: in alcuni casi sono riscontrati scambi di colonne tra Altezza, Larghezza e Profondità; questo potrebbe essere sintomo di una scarsa conoscenza del processo standard di misurazione dei prodotti, e/o essere legati a errate interpretazioni o errori nella registrazione dei differenti item a sistema. Risulta chiaro che seppur esistono delle regole di misurazione queste non vengono

rispettate o, con maggior probabilità, non sono conosciute.

In alcuni casi sono emersi valori "dummy" (es. 1x1x1): utilizzati, talvolta, per soddisfare requisiti di validazione nell'inserimento dati.

Scarsa

conoscenza del processo standard di misurazione.

Il numero di strati e di imballi per strato del pallet, sono informazioni critiche almeno quanto le dimensioni, soprattutto per quanto riguarda l'immagazzinamento, il trasporto delle merci, ma anche per ordini e fatturazione. L'alto livello di scostamento è da attribuire a diverse configurazioni personalizzate di pallet legate ad accordi commerciali con il cliente e/o limitazioni fisiche di magazzino (es. vincoli su altezze massime per i pallet).



Per l'analisi della shelf life (giorni garantiti prima della scadenza del prodotto dalla produzione), non sono state considerate soglie, e solo il 6% dei valori confrontabili sono risultati allineati, per i restanti si segnalano casi che raggiungono

il mese di differenza tra i valori. È evidente che sui generi alimentari un disallineamento di questo tipo potrebbe portare a seri problemi sul punto vendita.

Per l'analisi delle descrizioni sono stati utilizzati algoritmi di matching per l'identificazione ed il confronto tra le stringhe del produttore e del distributore, con l'associazione di un punteggio (score) in base al livello di similitudine.

Uno score 100 indica la perfetta corrispondenza tra descrizioni.

Uno score 0 non trova elementi in comune che permettano un confronto.

Molte descrizioni sono abbreviate in modo aggressivo, soprattutto da parte del produttore che utilizza questi campi esclusivamente per operazioni di fatturazione e ordine. Il distributore, invece, introduce informazioni aggiuntive e di formato riguardanti il prodotto quali la sua natura, il marchio, varianti, ecc.



Il 30% di similitudine, che permette una identificazione abbastanza accettabile dell'item copre solo il 50% degli item confrontati. Sotto questa soglia non è sempre possibile identificare in modo univoco gli elementi utilizzando la loro descrizione.

Descrizioni abbreviate in modo **aggressivo**

Scadenze con scostamenti di: un mese **37%**

+o- 5 giorni **15%**

+o- 10 giorni **16%**

+o- 20 giorni **26%**

8% descrizioni completamente diverse

50% descrizioni che permettono una identificazione del prodotto

I PUNTI CRITICI

Dai risultati ottenuti si evince che in Italia non c'è allineamento tra i partner commerciali. I dati vengono in qualche modo sempre rielaborati lato retail. Non vengono applicati standard di comunicazione e/o delle regole sulla comunicazione delle anagrafiche di prodotto e questo porta a disallineamenti, costi, errori, mancate vendite.

I costi legati alla gestione del dato possono essere considerevolmente ridotti ma produzione e distribuzione devono collaborare per centralizzare e automatizzare la fonte, la manutenzione e la distribuzione delle informazioni di prodotto.

Non c'è
allineamento
tra i partner commerciali

I costi legati alla gestione del dato possono essere considerevolmente
ridotti

La codifica interna, è uno dei primi
ostacoli
da abbattere.

Quando un fornitore ed un cliente sanno di consultare e di riferirsi agli stessi dati, validi e accurati, è molto più agevole, veloce e meno dispendioso fare business.

COSA NE PENSANO LE AZIENDE

Abbiamo commentato i risultati ottenuti con alcune delle aziende partecipanti.

Questi confronti hanno permesso di raccogliere ulteriori interessanti osservazioni.

Viene riconosciuto come un problema l'utilizzo di codifiche interne per identificare i prodotti in quanto può portare a complicazioni e rallentamenti nel loro riconoscimento. Perché non utilizzare il GTIN che è univoco e standard?

Ma i problemi con le codifiche non finiscono qui. Si passa da aziende che codificano gli imballi con gli stessi GTIN delle unità di vendita, ad aziende che hanno dovuto creare interi database con i codici interni dei diversi distributori perché utilizzando il solo GTIN non erano in grado di riferirsi al prodotto. La codifica interna, utilizzata come codifica primaria, viene identificato come uno dei primi ostacoli da abbattere.

Emerge la consapevolezza di trovarsi in una condizione ancora molto lontana dalla gestione ideale ed efficiente delle anagrafiche. Le aziende tendono ad allocare sempre meno risorse per il trattamento e il controllo dei dati e del loro flusso. Inoltre si ha la percezione che queste risorse che si occupano di Master Data siano generalmente poco valorizzate all'interno dell'azienda.

La difficoltà nel monetizzare questi aspetti e il fatto che un disallineamento dei dati possa raramente portare al completo annullamento di un ordine tende a non far focalizzare a sufficienza le aziende sul tema della qualità delle informazioni di prodotto.

Anche il problema con le descrizioni è noto. Il distributore necessita di almeno 3 descrizioni (una da apporre sullo scontrino, una per la fatturazione, una per il punto vendita) a fronte di un'unica descrizione che viene comunicata dal produttore.

Dimensioni e pesi delle unità di vendita sono considerati importanti anche in un'ottica di space allocation e self cash out nel punto vendita.

I retailer usano approcci diversi nella creazione e gestione delle anagrafiche che vanno dalla richiesta di compilazione di template Excel ai fornitori alla totale creazione interna delle anagrafiche. Un fornitore si può trovare nella condizione di dover creare anagrafiche diverse e comunicarle con svariate modalità a seconda del cliente.

È stata riscontrata una certa difficoltà nel recepimento delle modifiche e correzioni sulle anagrafiche: in alcune situazioni vengono modificati solo gli attributi più importanti per risparmiare tempo, introducendo e propagando errori nell'intero sistema.

In passato, la rapida crescita ed espansione dei mercati ha compensato i costi nascosti necessari per mantenere la supply chain efficace. Tuttavia questa forte crescita si sta esaurendo ed è necessario porre più attenzione per aumentare il livello di efficienza.

La qualità dei dati, e la riduzione dei tempi e degli sforzi per ottenere, gestire e distribuire informazioni accurate e consistenti giocherà un ruolo importante per il raggiungimento di questi obiettivi.

UNA RIFLESSIONE SUL FUTURO

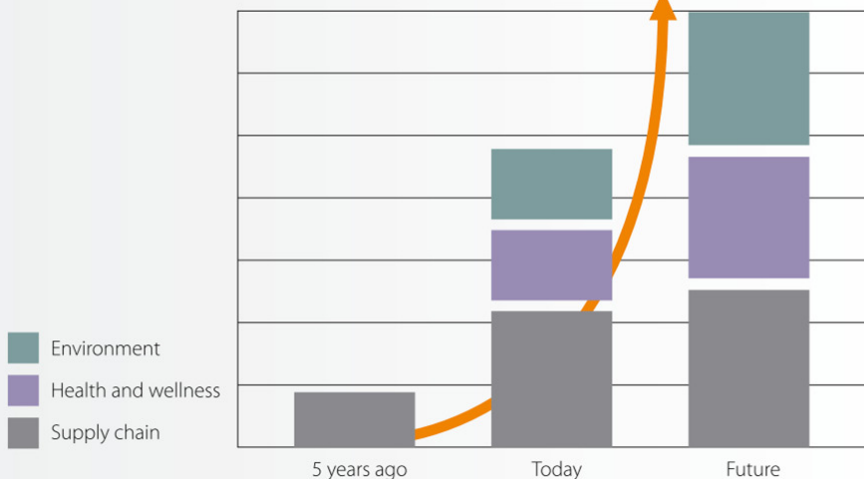
La sempre maggiore richiesta di informazioni di prodotto (come ad esempio fattori nutrizionali, allergeni, ambiente, tracciabilità) porterà a ulteriori disallineamenti, inefficienze nei processi e costi di gestione sempre più alti.

Questa analisi ha considerato solo 40 attributi e riscontra già questi problemi, se in un futuro dovessero essere richiesti fino a 250 attributi, sarà ancora sostenibile l'attuale processo di gestione delle anagrafiche?

Disallineamento costa ai produttori l'**1.5%** delle vendite annuali

47% degli ordini non sono allineati alle fatture

-5/10% minori risorse per il trattamento dei dati



COSA PROPONIAMO

Non è necessario inventare nulla di nuovo, la soluzione a questi problemi esiste, è già stata adottata con successo da altre nazioni e permette di rispondere a tutti i problemi e alle necessità emerse dall'analisi.

Questa soluzione è l'**adozione del GDSN**: uno standard globale che si basa sulla alimentazione e manutenzione di un unico canale di diffusione delle informazioni anagrafiche a tutti i propri clienti dove:

- I dati sono convalidati dagli standard che ne garantiscono l'accuratezza.
- Le informazioni di prodotto sono aggiornate in modo coerente.
- I partner commerciali classificano i loro prodotti in modo comune e standardizzato.
- L'unicità degli item è garantita.
- Il sistema è adattabile a piccole, medie e grandi imprese.

Il Global Data Synchronisation Network (GDSN) è costituito da una rete di **data pool** (archivi di dati) e dal **Global Registry** che abilita

-7/12%

Riduzione tempo per attività amministrative

-0,5/1%

Riduzione costi logistici e di inventario

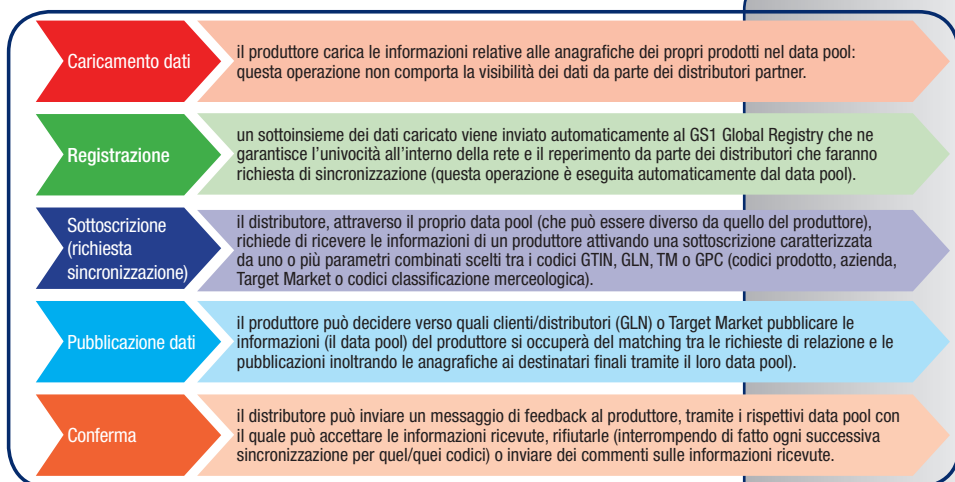
-2/4%

Riduzione out-of-stock

le diverse aziende sparse nel mondo a scambiare dati standard in modo sincronizzato con i propri partner commerciali, assicurando che i dati condivisi tra le parti siano unici e conformi alle regole mondiali.

La combinazione di GTIN, GLN e Target Market (l'area geografica per cui è valida una particolare anagrafica) permette di condividere le informazioni sul prodotto garantendone l'unicità all'interno della rete.

Finora le nazioni che hanno adottato il GDSN sono 98, coinvolgendo circa 28mila aziende (GLN), 29 data pool certificati e circa 12 milioni di codici (GTIN) registrati con importanti trend di crescita (fonte GS1 agg. agosto 2013).



Il GDSN permette ai partner commerciali di condividere informazioni sempre aggiornate e di rimanere sincronizzati dopo ogni modifica: quando un fornitore ed un cliente fanno di consultare e di riferirsi agli stessi dati validi e accurati è molto più agevole, veloce e meno dispendioso fare del business.

Il GDSN fornisce alle aziende di un unico punto di accesso e di conoscenza (a single point of truth) sulle informazioni di prodotto. I passi che permettono ai partner commerciali di sincronizzare le informazioni prodotto tra loro sono pochi e semplici: caricamento, registrazione, sottoscrizione, pubblicazione, conferma.

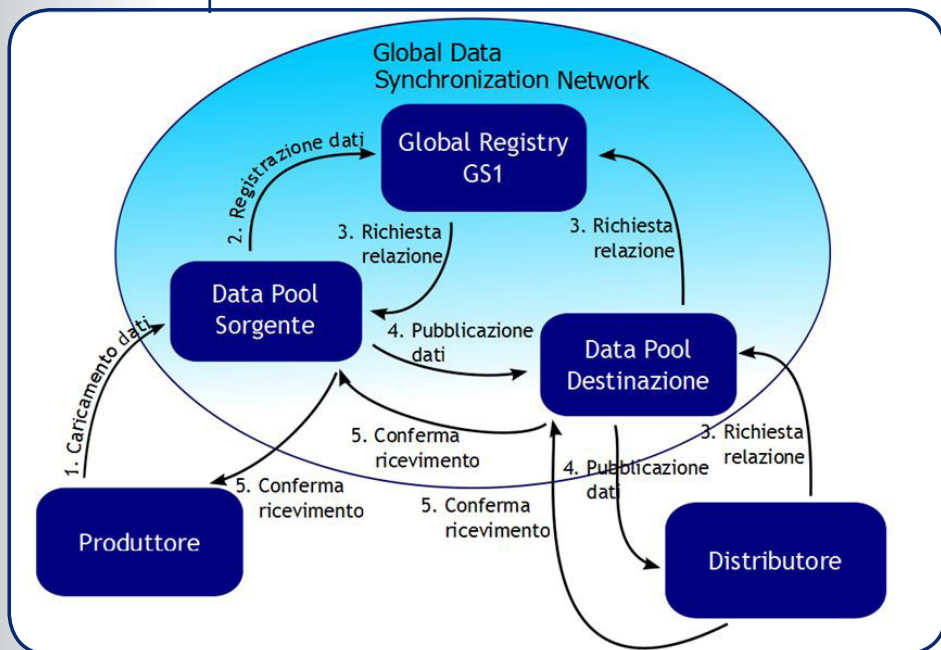
Dal punto di vista tecnologico tutte le informazioni vengono scambiate utilizzando file XML, costruiti secondo regole standard sviluppate e mantenute da GS1, attraverso un protocollo di connessione di tipo AS2 per il colloquio tra l'azienda e il data pool a cui fa riferimento.

12 milioni
di GTIN

28 mila
GLN

Esistono poi diverse altre modalità per agevolare la comunicazione dei dati al proprio data pool, un produttore in questo modo non è obbligato ad utilizzare file XML per il caricamento e la gestione delle anagrafiche. Tali metodi, messi a disposizione dal proprio provider, possono consistere nella compilazione diretta di schede su un portale web o nel caricamento di modelli Excel.

Indicod-Ecr Servizi fornisce in Italia il servizio di Catalogo Elettronico avvalendosi dell'infrastruttura di uno dei provider di accesso più utilizzati nel mondo: 1Worldsync, uno dei 29 Data Pool certificati da GS1. Indicod-Ecr Servizi supporta le aziende italiane in tutte le attività di relazione (commerciale, amministrativa, tecnica) e fornendo tutto l'aiuto necessario all'utente nella comprensione e nell'utilizzo del Catalogo Elettronico.



GDSN è uno strumento sicuramente efficace se viene garantita una buona qualità dei dati distribuiti. Per questo è stato sviluppato da GS1 un insieme di strumenti chiamati Data Quality Framework che aiutano le aziende a valutare il grado di affidabilità dei dati disponibili e dei relativi processi di gestione oltre a fornire importanti indicazioni su come progettare un buon sistema di gestione della qualità. Dati di buona qualità significano completezza, consistenza, accuratezza, e rispetto degli standard.



INDICOD-ECR

Per informazioni:

GS1 Italy | Indicod-Ecr

Via P. Paleocapa, 7 - 20121 Milano

Tel. +39 02 7772121

gdsn@indicod-ecr.it – www.indicod-ecr.it