



The Global Language of Business

# Prodotti dell'ortofrutta: i dati da trasmettere agli istituti di ricerca

Data model condiviso per i prodotti dell'ortofrutta

*Release 1.0, Dicembre 2022*



## Disclaimer

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

## Sommario

<b>1. Executive Summary</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Introduzione</b> .....	<b>5</b>
<b>3. La situazione as is</b> .....	<b>5</b>
Codifica non univoca .....	5
Informazioni associate.....	6
<b>4. La soluzione</b> .....	<b>6</b>
Alcuni esempi	7

## 1. Executive Summary

L'ortofrutta è un comparto molto importante all'interno del settore alimentare italiano.

La varietà di prodotti gestita all'interno di questo comparto è molto ampia; ciò è dovuto alle peculiarità specifiche che caratterizzano i prodotti ortofrutticoli e che determinano le numerose varianti di prodotto presenti sul mercato.

Al fine di garantire l'efficienza nell'operatività della filiera (nella gestione degli ordini e delle consegne, nell'identificazione corretta del prodotto venduto al consumatore finale, nel fornire a lui le informazioni corrette sul prodotto acquistato) è sicuramente importante identificare univocamente ogni variante, ma è fondamentale anche che le informazioni che caratterizzano ciascuna variante "viaggino" insieme al prodotto.

In alcuni processi, però, queste informazioni non vengono trasmesse in modo accurato. Tra questi, troviamo **la trasmissione dei dati del venduto agli istituti di ricerca**.

Infatti, quello che attualmente accade, per i prodotti dell'ortofrutta (e per i freschi in generale), è che spesso vengono forniti agli istituti di ricerca solo dati aggregati o non associati alle informazioni descrittive dei prodotti. Questo, ovviamente, si riflette nell'impossibilità da parte degli istituti di ricerca di fornire analisi accurate sull'andamento delle vendite dei diversi prodotti di questo settore, e nella difficoltà di riconoscere anche eventuali tendenze e comportamenti di acquisto dei consumatori.

A questo proposito, nel corso delle attività del gruppo di lavoro, coordinato da GS1 Italy, sull'identificazione dei prodotti ortofrutticoli, si è condivisa la necessità di definire un **data model, specifico per i prodotti del settore ortofrutta**, venduti freschi, con le informazioni da fornire agli istituti di ricerca, per consentire loro di elaborare analisi complete e restituire dati esaustivi sull'andamento del mercato di questo settore.

## 2. Introduzione

Il documento, creato con gli input raccolti nel corso del gruppo di lavoro dai retailer e dagli istituti di ricerca, tratta il tema delle informazioni, specifiche per i prodotti ortofrutticoli freschi, da trasferire agli istituti di ricerca, per consentire loro analisi accurate dei dati e un'osservazione più dettagliata del mercato.

Vengono brevemente trattate la situazione as-is e le criticità ad oggi presenti, e successivamente si descrive il data model proposto e condiviso nel gruppo di lavoro, e che rappresenta l'elenco "ideale" e raccomandato di informazioni da fornire agli istituti di ricerca, per superare i limiti attuali.

## 3. La situazione as is

I dati di vendita relativi a ciascuna referenza, associati ad alcune informazioni anagrafiche, sono normalmente forniti dai retailer agli istituti di ricerca, per consentire loro di svolgere le analisi del venduto e osservare in modo accurato l'andamento del mercato, per i diversi prodotti. Per alcuni settori, però, ciò non avviene sempre in modo accurato. Questo è il caso dei prodotti dell'ortofrutta, e dei prodotti freschi in generale, per i quali alcune procedure operative diffuse rendono difficile l'identificazione puntuale delle referenze e il trasferimento di informazioni complete agli istituti di ricerca. Di seguito sono descritte le principali cause di questa inefficienza.

### Codifica non univoca

Come per tutti i prodotti che rientrano nella categoria dei prodotti freschi, anche molti dei prodotti ortofrutticoli presenti sul mercato sono prodotti venduti a peso variabile.

Per questi prodotti, nel mercato italiano, non esiste una modalità diffusa di identificazione standard, ma sono generalmente utilizzati i cosiddetti "**codici a peso variabile**": codici numerici che iniziano per 2 che riportano un codice prodotto seguito dal prezzo dell'unità di vendita (o il peso, nel caso del canale grossisti/C&C), utilizzabili sul solo mercato italiano.

Più precisamente, nel caso dei prodotti a peso variabile confezionati dai produttori, l'assegnazione del codice prodotto è coordinata da GS Italy, garantendo per lo meno un'univocità sul mercato locale; invece, per il cosiddetto "sfuso", ossia per i prodotti che vengono confezionati in punto vendita, il codice prodotto viene assegnato dall'insegna secondo logiche e procedure interne. Questo determina che ad una certa referenza venduta "sfusa" corrisponde un codice diverso in ogni insegna (o punto vendita) in cui viene venduta, e di conseguenza lo stesso codice può corrispondere a referenze diverse, vendute da insegne (o punti vendita) differenti.

**Figura 3-1: esempio di assegnazione codici per prodotto a peso variabile sfuso, in punti vendita diversi**

### ARANCE NAVEL, I cat, Calibro 4/5, Origine Italia, Sfuso

- Insegna X, punto di vendita n.1 → codice 2012345



- Insegna X, punto di vendita n.2 → codice 2000667



- Insegna Y, punto di vendita n.1 → codice 2195294



Alla mancanza di univocità dei codici identificativi dello sfuso, inoltre, si aggiunge, la prassi talvolta applicata, di ri-assegnare un codice, assegnato internamente, ad un prodotto diverso, rendendo ancora più difficile, agli istituti di ricerca, riconoscere a quale prodotto corrispondono i dati ricevuto e procedere con rielaborazione e analisi accurate.

## Informazioni associate

Alle criticità dovute alla codifica, si aggiunge poi la difficoltà delle aziende della distribuzione di gestire un livello "standard" di informazioni associate al prodotto, e di mantenerlo costante per tutte le referenze, vista la rotazione delle diverse varianti di prodotto in assortimento. Inoltre, le informazioni di prodotto disponibili per altri processi spesso non sono integrate coi flussi di vendita, per cui pur avendole a disposizione, il distributore non è in grado di passarle agli istituti di ricerca.

Come detto, inoltre, i prodotti ortofrutticoli si distinguono per caratteristiche specifiche del settore, non riferibili a prodotti diversi, per cui anche l'utilizzo di un livello di informazioni analogo a quello di altri prodotti non è adeguato per descrivere e distinguere i prodotti.

Questo ha come conseguenza che le informazioni fornite agli istituti di ricerca non sempre sono sufficienti per consentire loro un riconoscimento corretto dei prodotti e un livello accurato di analisi.

## 4. La soluzione

Per far fronte a queste criticità, **l'attenzione alla codifica** gioca un ruolo importante; è fondamentale il rispetto dell'univocità delle assegnazioni, come previsto dalle regole dello standard GS1, per cui deve essere abbandonata la prassi delle ri-assegnazioni dei codici. Un altro supporto importante, in tal senso, verrà fornito dalla diffusione di una codifica "nazionale" anche per il prodotto sfuso (come già avviene per i prodotti a peso variabile confezionati dai produttori).

L'altro elemento necessario per risolvere le criticità prima descritte è **riconoscere e mantenere, collegate a ciascun codice, le informazioni che caratterizzano il prodotto**, per utilizzarle in maniera efficiente, in tutti i processi in cui sono richieste, e quindi anche nella trasmissione agli istituti di ricerca.

A questo proposito, il gruppo di lavoro composto da Istituti di ricerca e aziende (produttori e distributori) attive nel mercato italiano dell'ortofrutta ha definito un **data model**, costituito dalle informazioni che sarebbe opportuno fornire agli istituti di ricerca, in modo da consentire letture di mercato più accurate e analisi del venduto più dettagliate, migliorando la segmentazione del mercato.

**Tabella 4-1: data model da trasferire agli istituti di ricerca**

Informazione	Definizione	Esempi (non esaustivo)	Note
Varietà	Tipologia specifica di un certo prodotto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mele golden</li> <li>- Pomodoro insalatato rosso</li> <li>- Ciliegie di Vignola IGP</li> </ul>	Nel caso di prodotti DOP/IGP, l'indicazione della certificazione è riportata nella varietà stessa.
Marchio	Nome riconoscibile utilizzato dal proprietario di un marchio per identificare in modo univoco una linea prodotto		Non si compila, per prodotti unbranded
Metodo di coltivazione	Processo attraverso il quale l'oggetto è stato coltivato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biologico</li> <li>- Biodinamico</li> </ul>	No, se "tradizionale"
Grammatura (peso netto)	La quantità di prodotto contenuta nella confezione, solitamente indicata sull'etichetta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 200 gr</li> </ul>	Solo per prodotti a peso fisso (non si compila per i prodotti a peso variabile)
Categoria	Classe a cui appartiene il prodotto, sulla base di parametri rilevanti per	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Extra</li> <li>- I</li> </ul>	Reg. UE 543/2011

	la varietà e i requisiti minimi per essa richiesti	- II	
Origine	L'area geografica in cui il prodotto è stato coltivato e raccolto	- Italia - Spagna	
Calibro	Classificazione di frutta e verdura basata sulle dimensioni fisiche sulla sua massa	- 55-60	Se previsto, da Reg. UE 543/2011
Metodo di confezionamento	Tipo di confezionamento utilizzato	- Sfuso - Vaschetta - Sottovuoto	
Gamma (prima, quarta, quinta gamma)	Classificazione basata sul tipo di lavorazione subita dal prodotto.	- Prima - Quarta	Come definito nel gruppo di lavoro, si considerano solo la prima, la quarta e la quinta gamma

**Note:**

- La possibilità di ottenere analisi del venduto accurate è data dalla possibilità dei retailer di fornire agli istituti di ricerca informazioni più complete possibili, associate ad un prodotto. Per questo motivo, ci si aspetta che a tendere siano condivise tutte le informazioni proposte nel data model condiviso.
- Non si definisce nel gruppo di lavoro una modalità "obbligatoria" di trasmissione delle informazioni agli istituti di ricerca (per esempio: utilizzo di un database, compilazione tracciati, ...). La soluzione che armonizzerà l'identificazione dello sfuso all'identificazione dei prodotti a peso variabile confezionati in punto vendita, rendendo più strutturata l'assegnazione dei codici, fornirà già un supporto a questo scambio informativo.

## Alcuni esempi

**Figura 4-1: esempio di data model da trasferire agli istituti di ricerca**

	Caso 1	Caso 2
<b>Prodotto</b>	Zucchine	Zucchine
<b>Varietà</b>	Zucchine scure	Zucchine scure
<b>Marchio</b>	ABC	ABC
<b>Metodo di coltivazione</b>	Bio	Bio
<b>Grammatura</b>	700 gr	-
<b>Qualità</b>	Prima	Prima
<b>Origine</b>	Italia	Italia
<b>Calibro</b>	14-21	14-21
<b>Metodo di confezionamento</b>	Vaschetta	Sfuso
<b>Gamma</b>	prima	prima

	Caso 1	Caso 2	Caso 3
<b>Prodotto</b>	Mele	Mele	Mele
<b>Varietà</b>	Golden	Fuji	Stark
<b>Marchio</b>		XYZ	XYZ
<b>Metodo di coltivazione</b>	tradizionale	Bio	Bio
<b>Grammatura</b>	-	-	1000 g
<b>Qualità</b>	I	I	II
<b>Origine</b>	Italia	Italia	Italia
<b>Calibro</b>	70-75	60-70	60-70
<b>Metodo di confezionamento</b>	Sfuso	Sfuso	Vassoio da 4
<b>Gamma</b>	prima	prima	prima

### **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 pubblica amministrazione e della logistica. 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 Pietro Paleocapa, 7

20121 Milano

**T** +39 02 7772121

**E** [info@gs1it.org](mailto:info@gs1it.org)

[gs1it.org](http://gs1it.org)

