



The Global Language of Business

Edizione 2017

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 2017, realizzato da GS1 Italy in collaborazione con la School of Management del Politecnico di Milano.**

Indice

Presentazione

Verso l'impresa digitale con gli standard GS1®	4
L'EDI nel settore largo consumo in Italia	5

Gli standard GS1, perché sono un beneficio per le imprese

L'EDI con gli standard GS1	6
Che cos'è Euritmo e come funziona	7
I benefici e i vantaggi dell'EDI	7

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

Imprese connesse per competere meglio	8
Il trend di sviluppo dell'EDI nel largo consumo: una fotografia	11
La metodologia della ricerca	11
I provider partecipanti	12
Quali aziende scambiano messaggi via EDI	13
I messaggi scambiati: ordini e fatture in cima a tutti	14
Le transazioni attive	19
Fatture elettroniche: presto obbligatorie tra privati?	19
Le relazioni da elementari a complete	21

Conclusioni

I prossimi passi di GS1 Italy	24
-------------------------------	----

Glossario

Verso l'impresa digitale con gli standard GS1®



Massimo Bolchini

standard development director
GS1 Italy

Nell'attività di supporto svolta da **GS1 Italy** alle imprese associate, un ruolo importante svolge, anche per ragioni storiche, l'azione di divulgazione dei benefici dell'EDI (*Electronic Data Interchange*).

Lo scambio elettronico dei documenti tra le imprese, fin dal suo apparire, è stato considerato come uno degli strumenti necessari per il **miglioramento dell'efficienza della filiera dei beni di largo consumo**.

Tanto che si è ritenuto necessario sviluppare una piattaforma certificata secondo gli standard internazionali GS1, per dare maggiore vigore all'azione di **diffusione dell'EDI** e per favorirne l'adozione da parte anche delle piccole e medie imprese. Nasceva così, alcuni anni fa, **Euritmo** oggi diventato un vero e proprio ecosistema cui fanno riferimento alcuni *provider* certificati da **GS1 Italy** e adottato da quasi 8 mila imprese del largo consumo.

Quello che fino a pochi anni fa era uno strumento volto a migliorare l'efficienza, oggi, con la digitalizzazione dei processi sta diventando una vera e propria necessità per competere al meglio, soprattutto per **far fronte alla chiamata dell'export** e alle sempre più frequenti relazioni con clienti esteri, che rappresentano un'opportunità di crescita e sviluppo.

Lo scambio elettronico delle informazioni commerciali, cioè il ciclo ordine-fattura-pagamento, permette di arginare quell'area grigia di errori e di costi occulti determinati da duplicazione e perdita di informazioni, passaggi intermedi, trascrizioni. **Eliminando così errori, inefficienze e sprechi**.

Abbiamo ritenuto utile perciò, in linea con la *mission* di **GS1 Italy**, investigare il percorso di adozione dell'EDI e di Euritmo da parte delle imprese del largo consumo, individuare e migliorare le aree critiche e identificare i terreni più fertili dal punto di vista delle imprese verso i quali indirizzare le azioni future.

Il "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia", svolto in collaborazione con la **School of Management del Politecnico di Milano** per conto di **GS1 Italy**, registra negli ultimi tre anni un **trend in costante crescita** e testimonia il lavoro fin qui svolto a favore delle imprese, stimolando a proseguire nella stessa direzione.

Alle imprese il compito di superare gli ostacoli, più culturali che reali, per una più ampia **diffusione dei processi di digitalizzazione dei documenti**.

L'EDI nel settore largo consumo in Italia

Il digitale rappresenta un elemento essenziale per la competitività delle imprese e dell'intero sistema paese. Le opportunità di miglioramento dei processi, in termini non solo di efficienza ma anche di efficacia, sono oggi concrete e alla portata di ogni impresa: oltre a sfruttare le opportunità degli strumenti tecnologici, però, **digitalizzare i processi B2B** richiede di sentirsi parte di un ecosistema più esteso della propria organizzazione in una **prospettiva collaborativa di filiera** ancora poco diffusa tra le imprese italiane.

Nel 2016, il valore dell'e-commerce B2B - inteso come ripensamento in chiave digitale del modo in cui un'organizzazione funziona e si relaziona con i propri clienti e fornitori - resta ancora marginale in termini di incidenza sul transato delle imprese in Italia, seppur in sensibile crescita. Rispetto allo scorso anno, si registra un **incremento pari a circa il 20%** e, in generale, una maggiore sensibilità da parte delle imprese alle opportunità offerte dall'e-commerce B2B. In particolare, **cresce lo scambio elettronico di dati (EDI)**: nel 2016, sono oltre 150 milioni i documenti (ordini, conferme d'ordine, documenti di trasporto e fatture) scambiati in digitale da circa 12 mila imprese. Il 96% delle imprese connesse tramite reti EDI appartiene a cinque settori: largo consumo, automotive, materiale elettrico, elettrodomestici ed elettronica di consumo e farmaceutico.

GS1 Italy, in collaborazione con l'"**Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b**" della **School of Management del Politecnico di Milano**, ha effettuato una ricerca per analizzare e monitorare la diffusione dell'EDI tra le aziende italiane appartenenti al settore largo consumo con il duplice obiettivo di conoscere il livello di adozione e di creare una maggiore consapevolezza dei trend in atto e delle opportunità di sviluppo del mercato.

Il monitoraggio dell'uso dell'EDI - cui hanno partecipato le seguenti aziende provider: **Di.Tech, Intesa, Tesisquare e la piattaforma Procedo** - ha permesso di realizzare una "fotografia" del livello di diffusione dell'EDI nel settore, comprendendo la tipologia di attori, i trend che ne hanno caratterizzato lo sviluppo nell'ultimo triennio sia in termini di aziende sia in termini di messaggi scambiati e, quindi, di maturità delle relazioni che si sono instaurate all'interno dell'ecosistema.



Irene Facchinetti

direttore Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b - School of Management del Politecnico di Milano

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 140 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.

140 mila

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

* Implementation of GS1 EDI standards
in 2016, 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 cos'è Euritmo e come funziona

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 sono quasi 8 mila le aziende che utilizzano 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.
- Sveltire 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, ai benefici dell'EDI definito "tradizionale", **Euritmo aggiunge:**

- Semplicità di utilizzo.
- Non necessità di *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, 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.

8 mila

circa le aziende italiane
che utilizzano Euritmo.

3→5 euro

il risparmio per ogni fattura
via EDI per i produttori*

4→6 euro

il risparmio per ogni fattura
via EDI per i retailer*

* Fonte: Osservatorio Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Politecnico di Milano, 2011

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

Imprese connesse per competere meglio

La digitalizzazione dei processi di business per lo scambio elettronico dei dati e dei documenti tra le imprese è il passaggio obbligato per migliorare l'efficienza, l'efficacia e la riduzione dei costi lungo la filiera.

L'e-commerce B2B, cioè il ripensamento in chiave digitale del modo in cui un'organizzazione funziona e si relaziona con i *partner* di business è oggi elemento essenziale per una maggiore competitività delle imprese e, ancor più, dell'intero sistema paese. Non solo agevola, ma in alcuni casi addirittura abilita la possibilità delle singole organizzazioni di integrarsi in reti e di aumentare la propria efficienza e la propria efficacia. La capacità competitiva della singola impresa è, infatti, sempre meno legata alla propria azione individuale e sempre più alla capacità di **collaborare efficacemente con il sistema** ampio di altri soggetti insieme ai quali compete sui mercati finali.

La capacità competitiva della singola impresa è sempre più legata alla capacità di collaborare efficacemente con gli altri soggetti insieme ai quali compete sui mercati finali.

310 miliardi di euro
il valore dell'e-commerce B2B
in Italia

Così l'ultima edizione dell'"**Osservatorio fatturazione elettronica & eCommerce B2b**" della School of Management del Politecnico di Milano definisce l'e-commerce B2B che, nel 2016, in Italia ha raggiunto un valore di **310 miliardi di euro**, con un incremento del 19%.

Quattro sono gli **ambiti applicativi dell'e-commerce B2B** presentanti dall'Osservatorio:

- *E-sourcing.*
- *E-procurement.*
- *E-supply chain collaboration* (pianificazione, sviluppo nuovi prodotti, gestione della qualità).
- *E-supply chain execution* (il ciclo ordine, consegna, fatturazione, pagamento).

Quest'ultimo ambito ha nello **scambio elettronico dei dati** (EDI) lo strumento principale per velocizzare le transazioni, le consegne, le fatturazioni e i pagamenti tra le imprese della medesima filiera, migliorando l'accuratezza dei dati, l'efficienza operativa e realizzando una significativa riduzione dei costi.

Secondo i calcoli dell'Osservatorio, tenendo conto del numero d'interazioni e di transazioni di ogni processo, dei costi di rettifica dei possibili errori, della complessità dei documenti scambiati e del numero degli interlocutori coinvolti, i costi associati alla gestione dei documenti cartacei sono legati essenzialmente ad attività umane a basso valore aggiunto. Essi possono variare, a seconda della tipologia di documento o processo dematerializzato da 4 a 12 euro (per ogni fattura elettronica scambiata in formato non strutturato o come flusso strutturato di dati) a un *range* di 25-65 euro (per ogni ciclo dell'ordine completamente dematerializzato).

Sempre l'Osservatorio stima che negli ultimi otto anni sono aumentate del 70% le imprese connesse, ma i documenti scambiati sono cresciuti del 400%.

L'utilizzo dell'EDI resta però diffuso principalmente all'interno dei settori in cui c'è uno standard riconosciuto e consolidato (come lo standard GS1 EDI per il largo consumo), tanto che il **96% delle imprese connesse con reti EDI** appartiene a soli cinque settori: *automotive*, elettrodomestici ed elettronica di consumo, farmaceutico, largo consumo e materiale elettrico.

L'utilizzo dell'EDI è principalmente diffuso all'interno dei settori in cui c'è uno standard riconosciuto e consolidato.

Tra le filiere che denotano una certa maturità nell'adozione delle soluzioni di business digitale, **il largo consumo costituisce quello più coinvolto.**

È il settore con il maggior numero di attori e realizza il più alto valore del transato B2B in Italia, ma con una diffusione del digitale ancora limitata tra i moltissimi attori (soprattutto produttori) di piccole e piccolissime dimensioni. Costituito da circa 1,5 milioni di imprese in Italia, il largo consumo ha infatti un transato B2B pari a 370 miliardi di euro. Sono considerati sia gli scambi tra le imprese italiane (330 miliardi di euro) e quelli verso le imprese estere (circa 40 miliardi di euro).

Il valore dell'e-commerce B2B nel 2016 nel largo consumo è pari a 65 miliardi di euro, con un tasso di penetrazione sugli scambi tra le imprese italiane del settore pari al 20%.

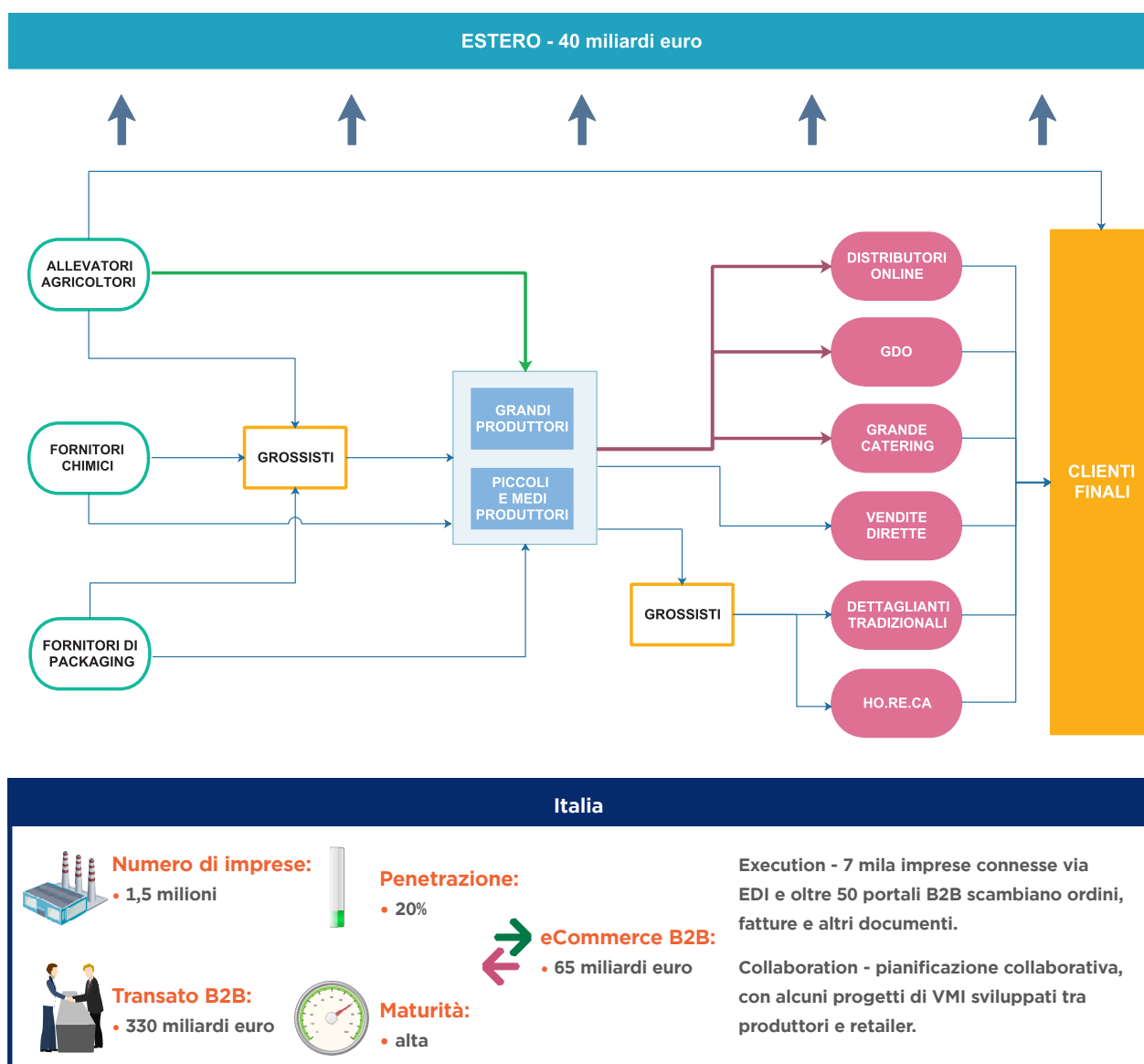
+70%

le imprese connesse

+400%

i documenti elettronici scambiati in otto anni

Figura 1 - L'e-commerce B2B nella filiera del largo consumo



Fonte: Osservatorio fatturazione elettronica & eCommerce B2b, School of Management Politecnico di Milano

L'integrazione tramite strumenti digitali in questo settore si ha principalmente nella relazione tra produttori e retailer, in particolare tra quelli di grandi dimensioni.

Ciò costituisce decisamente materia di riflessione per gli attori della filiera, considerando che l'Osservatorio calcola che nel caso di una completa integrazione

e dematerializzazione dell'intero ciclo dell'ordine si realizza una **riduzione dell'82%** del costo di processo nel largo consumo.

Ed è proprio sul largo consumo che si concentra il monitoraggio, commissionato da **GS1 Italy** alla School of Management del Politecnico di Milano, giunto alla terza edizione.

Figura 2 - I benefici della digitalizzazione dell'intero ciclo dell'ordine

La digitalizzazione dell'intero ciclo dell'ordine? Benefici compresi tra i **25 e 65** €/ciclo

Tempo di *payback* < 1 anno

Fonte beneficio: **produttività, accuratezza, spazio, materiale.**

Gli studi del caso: **ca 200 casi approfonditi**
ca 400 quick ROI Assessment

Nel caso di completa integrazione e dematerializzazione dell'intero ciclo dell'ordine c'è una **riduzione del costo di processo fino all'80%**



Fonte: Osservatorio Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, School of Management Politecnico di Milano

Il trend di sviluppo dell'EDI nel largo consumo: una fotografia

Da tre anni GS1 Italy promuove un monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo all'interno del circuito Euritmo considerando le aziende coinvolte e i documenti scambiati a standard GS1.

Il "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia" è stato promosso da **GS1 Italy** tre anni fa (la prima edizione è stata nel 2015 su dati 2014, ndr) con l'intento di produrre una **fotografia dettagliata, aggiornabile ogni anno**, per offrire all'intero comparto una documentazione che riassume i principali *trend* in atto e colga le diverse opportunità di sviluppo del mercato.

In particolare l'indagine ha coinvolto i provider, attualmente, certificati **Euritmo (In.te.sa, Tesisquare, Ditech)** e la piattaforma **Procedo**, tutti parte dell'ecosistema Euritmo, il modello di servizio EDI creato da **GS1 Italy** per favorire l'estensione dell'utilizzo dello scambio dati in formato elettronico strutturato nel settore del largo consumo in Italia in particolare alle piccole e medie aziende.

La metodologia della ricerca

Sono state prese in considerazione il numero delle aziende utenti EDI, lato Industria e Distribuzione, e gli eventi del ciclo ordine-fattura quantificando i volumi di messaggi scambiati, 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 ordine-fattura** stia cominciando a diffondersi.

Nel largo consumo la digitalizzazione del ciclo ordine-fattura nel circuito Euritmo si sta diffondendo sempre di più.

Più in dettaglio l'analisi condotta ha riguardato le informazioni relative a:

- **Quante aziende** scambiano messaggi utilizzando il canale EDI e gli standard GS1 EANCOM ed Euritmo.
- **Quanti messaggi** vengono scambiati.
- **Quali documenti** vengono scambiati.
- **Il tipo di relazioni** tra aziende e il livello di maturità delle stesse.

I provider partecipanti

Di seguito i provider certificati Euritmo che hanno partecipato al monitoraggio - edizione 2017:

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.

In.te.sa (gruppo IBM)

Da 30 anni accompagna i clienti nella trasformazione digitale dei processi aziendali, aiutandoli a collaborare in rete in modo sicuro e integrando i processi tra partner commerciali a livello mondiale. I servizi SaaS includono: scambio dati e portali di collaboration, gestione documentale, fatturazione elettronica, conservazione a norma, firme elettroniche, tracciabilità merci e certificazione consegne.

Tesisquare

Svilupa un'offerta di software collaborativo per portare innovazione sui processi di business aiutando i clienti a crescere. Le soluzioni sviluppate sono pensate con l'obiettivo di supportare i clienti nella gestione delle relazioni collaborative, al fine di migliorare efficacia ed efficienza non solo verso l'interno ma anche verso gli altri attori coinvolti.

Inoltre al monitoraggio partecipa anche:

Procedo

Una soluzione web 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), in maniera automatica, sicura ed economica, grazie allo standard internazionale GS1 EANCOM e a quello italiano Euritmo promossi da **GS1 Italy**. Procedo è un servizio fornito in collaborazione con la società **Antecs**.

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 le **tipologie di documenti** considerate nel monitoraggio:

- PRICAT: catalogo prodotti.
- ORDERS: ordine.
- ORDRSP: conferma d'ordine.
- ORDCHG: conferma d'ordine del distributore.
- DESADV: avviso di spedizione.
- RECADV: avviso di ricezione.
- INVOIC: fattura.
- INVRPT: inventario.
- REMADV: informazione di pagamento.

Al riguardo è 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.

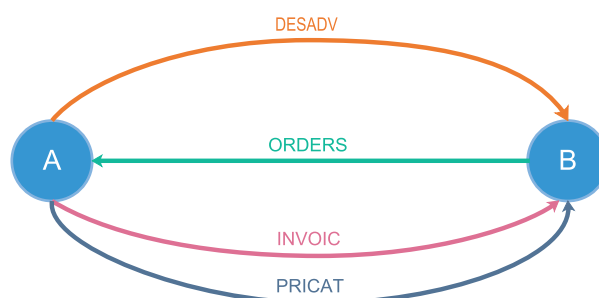
La relazione è il contatto tra azienda mittente e azienda destinataria indipendentemente dal tipo di documento scambiato. In altri termini è un indicatore del grado di collaborazione tra le aziende.

Infatti dal tipo di documenti scambiati da due attori la relazione si può definire:

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

Figura 3 - Transazioni vs relazioni

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



Quali aziende scambiano messaggi via EDI

Ampiamente diffuso tra i retailer, l'EDI a standard GS1 è parte dei processi di business di oltre 7.700 aziende produttrici, di cui circa 3.500 sono censite all'interno del circuito Euritmo. E sono in costante crescita.

Sono **7.715** le imprese che nel corso del 2016 hanno scambiato almeno un messaggio elettronico in standard EANCOM o Euritmo. Di queste, **3.589** (pari al 47%, di cui circa 150 imprese della filiera elettrodomestici ed elettronica di consumo) sono quelle all'interno del circuito Euritmo: 3.096 sono produttori, 7 operatori logistici (3PL) e 486 retailer, un numero decisamente elevato se si considera l'universo dei retailer in Italia. Come si vedrà in seguito, ognuno di questi tre gruppi di operatori utilizza prevalentemente alcuni tipi di messaggi. Il restante 53%, cioè **4.126** aziende, sono quelle che utilizzano gli standard GS1 per lo scambio dei messaggi, ma non fanno parte del bacino degli utenti di provider certificati Euritmo. Questo risultato si ottiene attraverso una stima a partire dai **5.801** punti di ricezione/invio codificati (UNB) attivi nel 2016 ma non afferenti al circuito Euritmo, applicando lo stesso rapporto UNB/azienda di 1,41 presente nell'ecosistema dei provider certificati.

Il trend dei tre anni considerati indica chiaramente una **costante crescita del numero di aziende che utilizzano l'EDI a standard GS1 e di quelle che adottano Euritmo.**

Figura 4 - Ripartizione delle aziende attive nel circuito Euritmo per ambito di attività

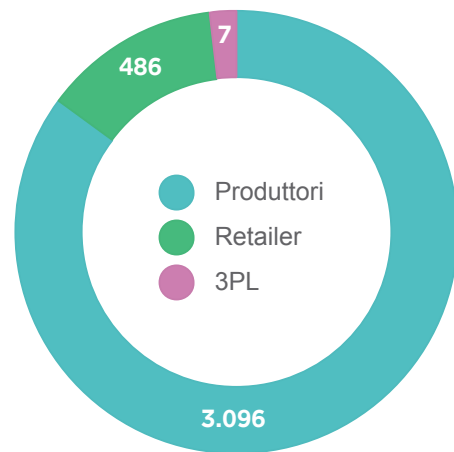
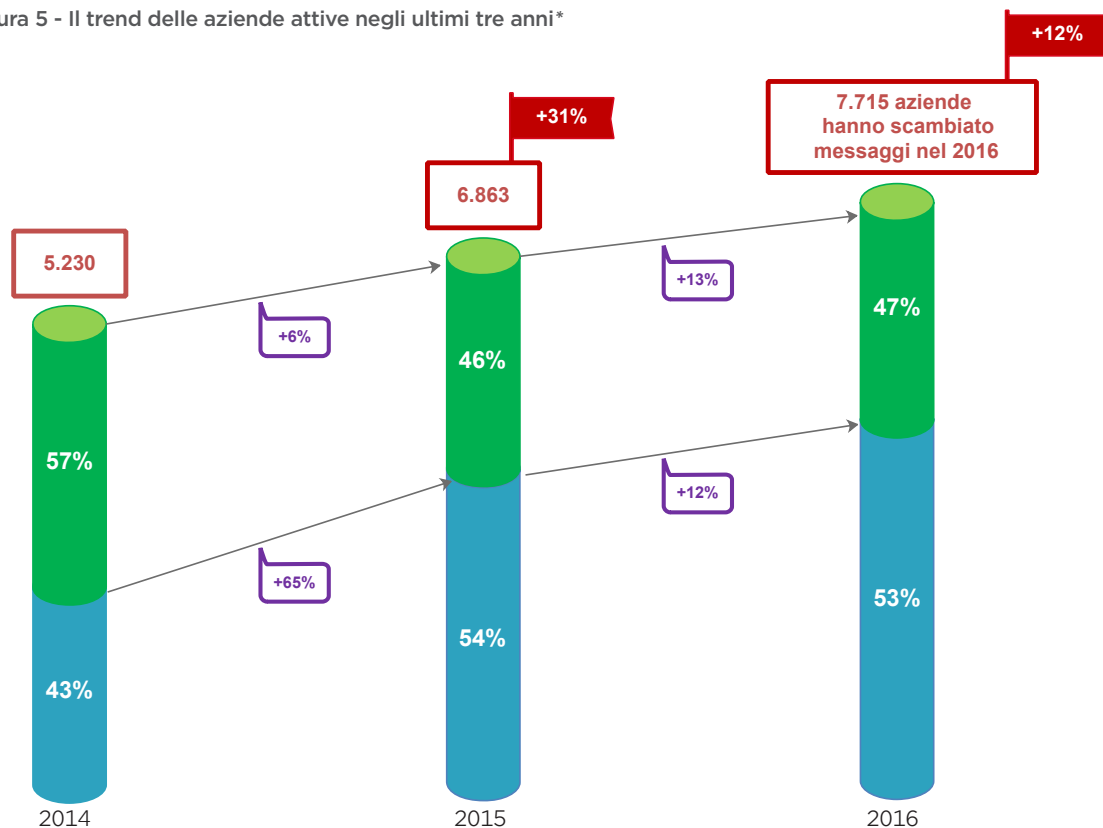


Figura 5 - Il trend delle aziende attive negli ultimi tre anni*



* in verde quelle del circuito Euritmo

Tabella 1 – Trend di diffusione dell'EDI per settore

ANNO	DISTRIBUTORI	PRODUTTORI	3PL	NC	TOTALI
2014	324	2.664	3	2.239	5.230
	+15%	+5%	0%	+65%	+31%
2015	374	2.790	3	3.696	6.863
	+30%	+11%	+133%	+12%	+12%
2016	486	3.096	7	4.126	7.715

Più nel dettaglio, la tabella 1 mostra i tassi di crescita delle diverse categorie operanti all'interno del circuito Euritmo (con NC sono indicate le aziende che operano a standard GS1 ma al di fuori del circuito Euritmo). Come si può vedere, mentre le aziende produttrici registrano un trend di crescita nell'ultimo anno quasi allineato con quello medio del circuito Euritmo (+11% vs +13%), interessante è il **+30% dei distributori**, in linea con quello generale e balza agli occhi il **+133% delle terze parti logistiche**, che ancora sono in valori assoluti poche aziende, ma rappresentano una tendenza di integrazione in corso, in particolare con le imprese fornitrici di maggiori dimensioni.

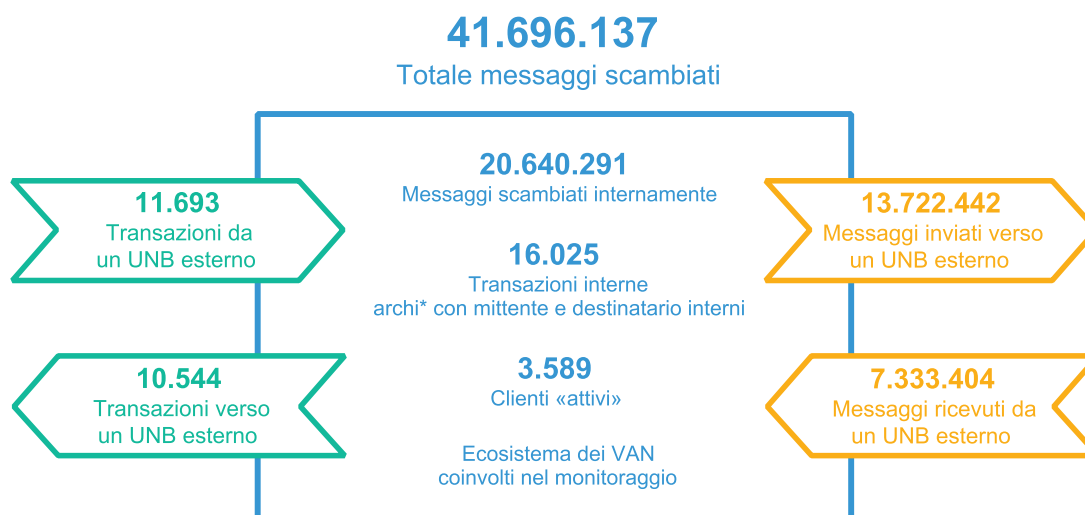
Tra il 2015 e il 2016 il saldo positivo delle nuove aziende attive nell'ecosistema Euritmo con quelle non più attive è di 422, a indicare che il sistema delle imprese del largo consumo si sta orientando sempre di più verso l'adozione di soluzioni elettroniche per lo scambio dei dati.

I messaggi scambiati: ordini e fatture in cima a tutti

Parallelamente con l'aumentato numero di imprese attive nell'EDI, anche il numero dei messaggi scambiati cresce, arrivando vicino ai 42 milioni. Questa cifra complessiva è il risultato di dinamiche diverse.

Sono più di **40 milioni i messaggi scambiati elettronicamente**: agli oltre 20 milioni di messaggi scambiati internamente al circuito Euritmo si aggiungono i 21 milioni di messaggi provenienti da o inviati a un destinatario UNB esterno. Ugualmente alle **16 mila transazioni** tra mittente e destinatario interni si aggiungono le oltre **22 mila transazioni** verso o da un destinatario UNB esterno.

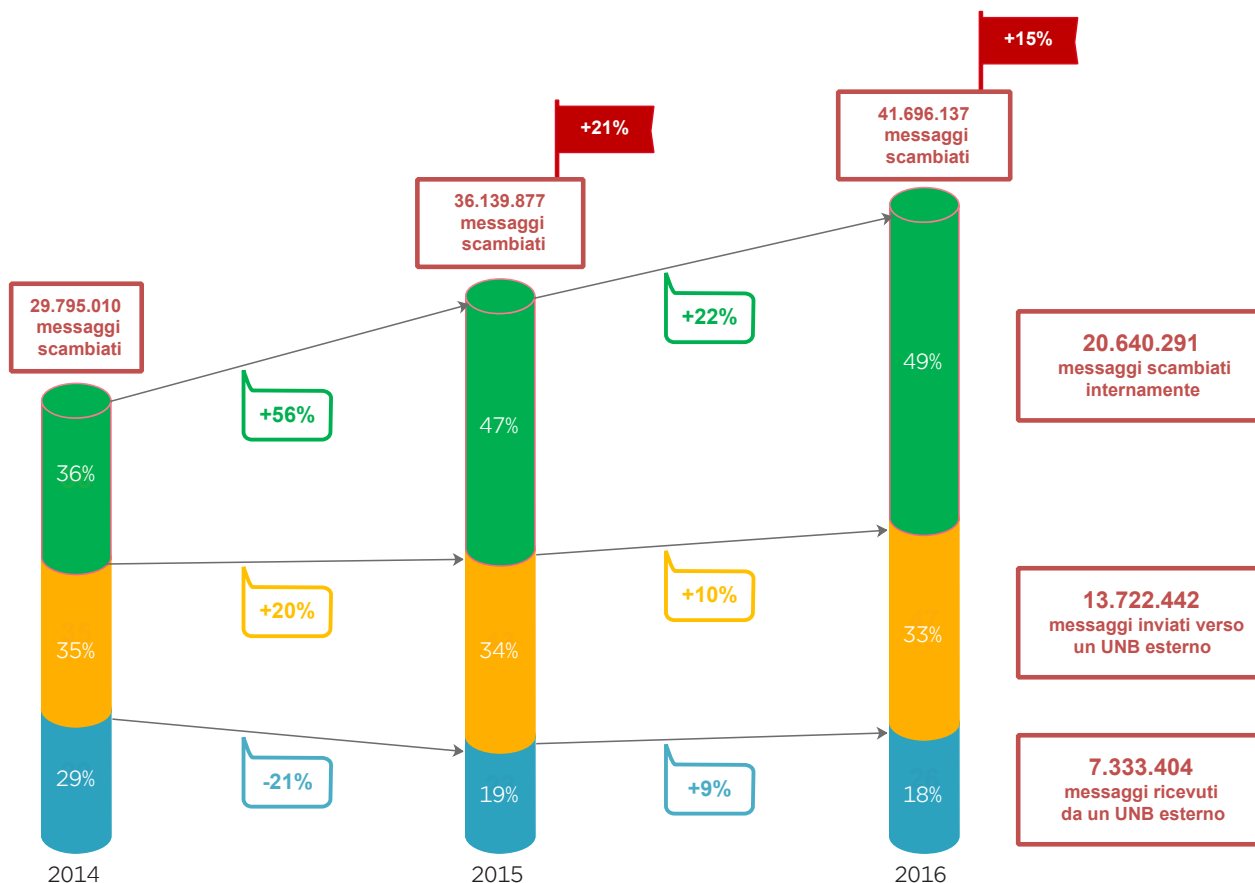
Figura 6 - I messaggi scambiati e le transazioni: dati aggregati



Analizzando la scomposizione dei messaggi negli ultimi tre anni, in un andamento complessivamente in aumento, si rileva una crescita significativamente superiore alla media totale del numero di messaggi scambiati nell'ecosistema Euritmo, laddove quelli provenienti da o inviati a un "destinatario UNB" esterno crescono in misura inferiore.

I messaggi scambiati all'interno di Euritmo crescono più della media complessiva.

Figura 7 - Trend dei messaggi scambiati negli ultimi tre anni



Dall'analisi dei messaggi più significativi inviati e ricevuti si possono ricavare alcune considerazioni su come l'EDI stia prendendo piede tra le imprese del largo consumo.

Tabella 3 – Messaggi inviati per categoria di azienda

	ANNO	AZIENDE UTENTI	ORDINI (ORDERS)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	CONFERMA ORDINE	
					DISTRIBUTORE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)
DISTRIBUTORI	2014	324	3.055.778	119.537	1.417	9.355
			+52%	+4004%	+226%	-5%
	2015	374	4.657.152	4.905.583	4.751	8.866
			+13%	+21%	+368%	+20%
	2016	486	5.245.934	5.919.268	22.246	10.667
NUMERO DOCUMENTI INVIATI						

	ANNO	AZIENDE UTENTI	FATTURE (INVOIC)	ORDINI (ORDERS)	CONFERME ORDINE (ORDRSP)	AVVISI SPEDIZIONE (DESADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)
		+22%	+31%	+10%	+28%	+26%	
2015	2.790	10.606.712	483.615	693.862	4.268.317	1.443.715	
			+16%	-25%	-6%	+23%	+45%
	2016	3.096	12.271.298	364.452	650.102	5.236.294	2.089.932
NUMERO DOCUMENTI INVIATI							

	ANNO	AZIENDE UTENTI	CONFERME ORDINE (ORDRSP)	AVVISI SPEDIZIONE (DESADV)	INVENTORY REPORT (INVRPT)
		+5%	+84%	-60%	
2015	3	49.725	6.473	18.036	
			-15%	+1123%	-60%
	2016	7	42.079	79.186	7.181
NUMERO DOCUMENTI INVIATI					

La prima è che i documenti ordine inviati dai retailer nel corso del 2016 sono numericamente rilevanti, oltre 5 milioni, quasi la metà delle fatture inviate nello stesso periodo dalle aziende produttrici, ovvero oltre **12 milioni di fatture**. Infatti ORDERS & INVOIC insieme a ORDERS & DESADV sono la coppia di messaggi convenzionalmente assunta come base. Pur se non rilevante in termini assoluti, **la conferma d'ordine del distributore (ORDCHG) ha un trend in fortissima ascesa**, probabilmente a indicare un più attento controllo delle dinamiche della domanda e per non appesantire le scorte di prodotti o formati con bassa

rotazione. Anche l'**Inventory report (INVRPT)**, dopo aver avuto un incremento a quattro cifre percentuali nel 2015, nel corso del 2016 ha registrato un aumento considerevole, ma nella media generale.

Nel 2016 si diffonde l'uso del messaggio avviso di spedizione (DESADV).

Quanto ai messaggi ricevuti si ha una situazione speculare, con **la fattura in cima a tutti i messaggi** per quanto riguarda i retailer e gli ordini per i produttori.

Tabella 4 - Messaggi ricevuti per categoria di azienda

	ANNO	AZIENDE UTENTI	FATTURE (INVOIC)	CONFERME ORDINE (ORDRSP)	AVVISI SPEDIZIONE (DESADV)	CATALOGO PRODOTTI (PRICAT)
DISTRIBUTORI	2014	324	6.657.963	1.045.219	2.247.254	96.002
			+43%	+6%	+53%	+77%
	2015	374	9.490.739	1.108.387	3.427.395	169.858
			+19%	-6%	+32%	+25%
	2016	486	11.274.890	1.037.263	4.540.525	212.743
NUMERO DOCUMENTI RICEVUTI						

	ANNO	AZIENDE UTENTI	ORDINI (ORDERS)	INVENTORY REPORT (INVRPT)	CONFERMA ORDINE DISTRIBUTORE (ORDCHG)	AVVISO DI RICEZIONE (RECADV)	INFORMAZIONE DI PAGAMENTO (REMAADV)
PRODUTTORI	2014	2.664	4.146.317	1.926.611	43.977	44.461	1.494
			+2%	+43%	+3%	+61%	-39%
	2015	2.790	4.228.032	2.747.653	45.243	71.446	916
			+26%	+25%	+114%	+8%	+31%
	2016	3.096	5.340.668	3.435.288	96.682	77.237	1.202
NUMERO DOCUMENTI RICEVUTI							

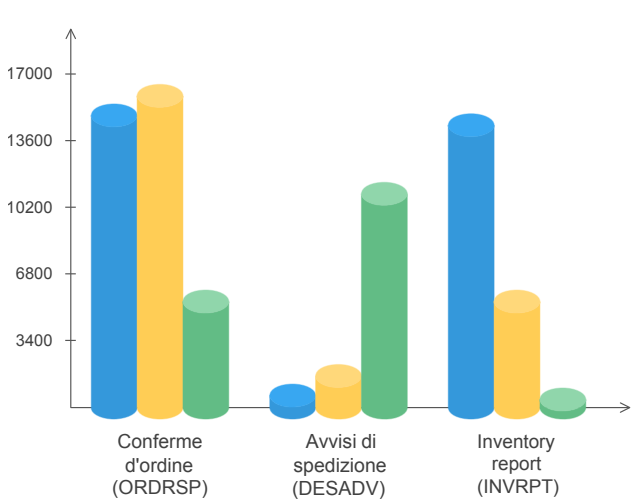
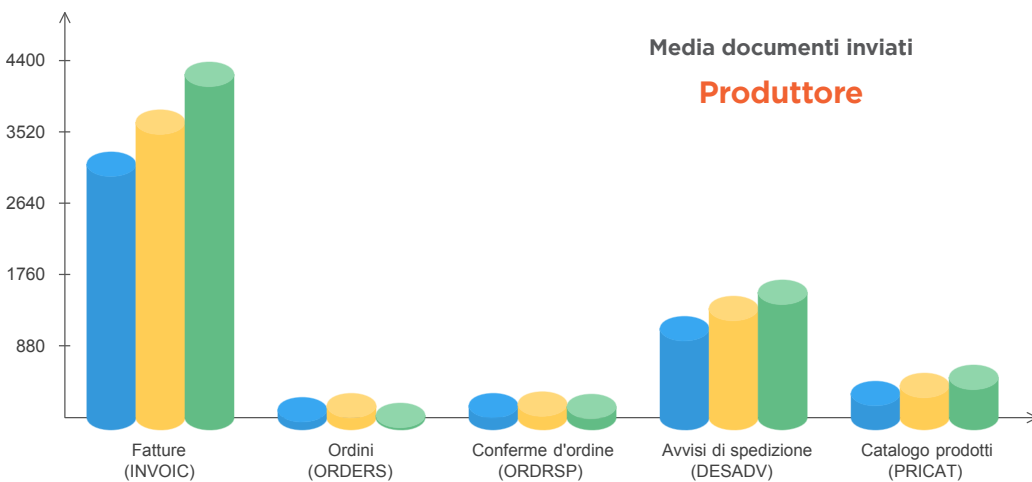
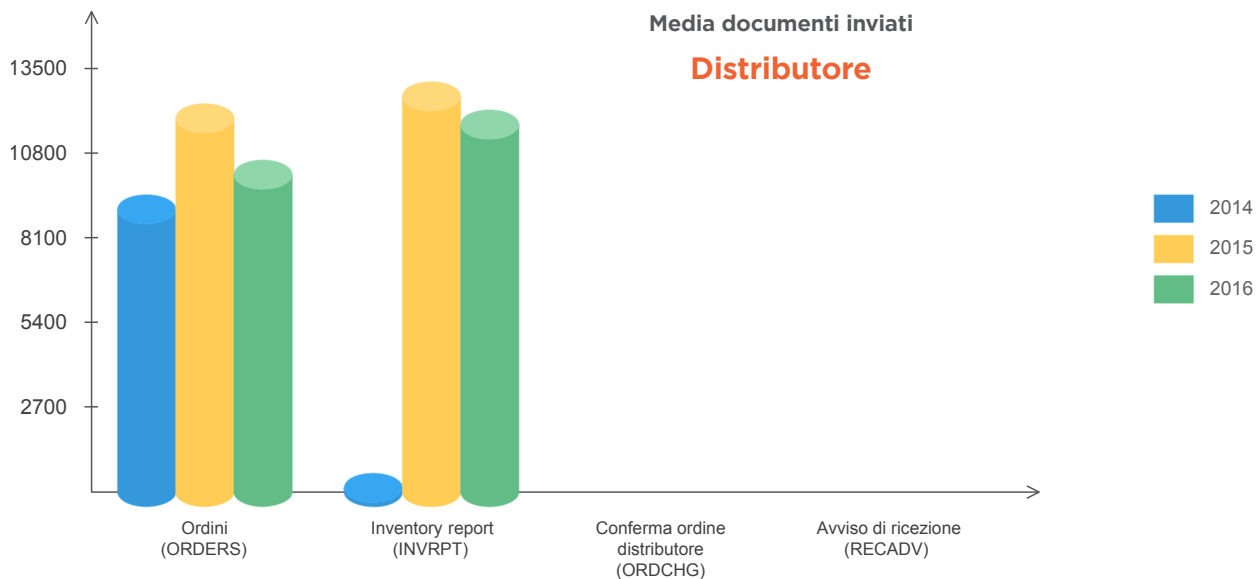
	ANNO	AZIENDE UTENTI	CONFERME ORDINE (ORDRSP)	AVVISI SPEDIZIONE (DESADV)
TERZE PARTI LOGISTICHE	2014	3	17.747	3.664
			+47%	-100%
	2015	3	26.053	1
			-51%	+621000%
	2016	7	12.807	6.211
NUMERO DOCUMENTI RICEVUTI				

L'analisi sul numero medio di messaggi scambiati per categoria di azienda mostra più chiaramente le variazioni di intensità nell'utilizzo dell'EDI da parte dei differenti gruppi di aziende, anche se per alcuni tipi di messaggi si registra un numero medio inferiore nel 2016 rispetto all'anno precedente, frutto, probabilmente, di percorsi di **consolidamento delle relazioni** con alcuni fornitori a scapito di altri e anche di un cambiamento della composizione dell'offerta nei punti vendita con l'ingresso, come fornitori, di piccole aziende nel biologico, nel free from, nelle produzioni regionali

e del territorio (rimandiamo a quanto rilevato dall'[Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy](#)), che non hanno ancora colto le opportunità offerte dall'EDI.

Il numero medio di messaggi scambiati mostra chiaramente le diverse intensità di utilizzo dell'EDI da parte di differenti gruppi di aziende.

Figura 8 - Media dei documenti inviati per categoria di azienda



La media è calcolata sul totale clienti attivi per tipologia.

- 2016: 3.096 produttori, 486 retailer, 7 3PL
- 2015: 2.790 produttori, 374 retailer, 3 3PL
- 2014: 2.664 produttori, 324 retailer, 3 3PL

Le transazioni attive

Dall'analisi delle transazioni attive si rileva la crescita costante degli scambi di documenti legati a fatture e ordini, sia per i produttori, sia per i retailer.

Come abbiamo visto le transazioni misurano il rapporto tra mittente e destinatario attraverso una tipologia di documento o, anche, **l'intensità di adozione dell'EDI per tipo di documento**. È una sorta di cartina al tornasole del numero dei messaggi scambiati, ma con la variabile delle aziende interessate. Per esempio dai grafici, che considerano le transazioni gestite totali senza la suddivisione in ingresso e uscita, si rileva che la fattura è effettivamente il documento più utilizzato e diffuso, mentre l'Inventory report (INVRPT), che in termini di messaggi scambiati registra un valore importante, è molto utilizzato da un numero ridotto di aziende.

Al contrario per il DESADV i numeri sono ancora bassi, forse perché è stata appena rilasciata la versione più completa.

La fattura è il documento elettronico più utilizzato e diffuso.

Fatture elettroniche: presto obbligatorie tra privati?

Le **fatture elettroniche rappresentano il 30% del totale dei documenti scambiati in Italia**. Sebbene la fattura elettronica sia solo una parte minima della digitalizzazione delle relazioni tra le imprese, rappresenta tuttavia un punto di partenza importante per la **semplificazione nella gestione documentale delle imprese** sia per la **lotta all'evasione**. Intervenendo alla presentazione dell'Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b della School of Management del Politecnico di Milano, il **viceministro dell'Economia e delle Finanze Luigi Casero** ha detto: «Crediamo nella fattura elettronica tanto che è già stata richiesta una deroga europea per farla diventare obbligatoria per cinque milioni di imprese italiane già dall'anno prossimo. **L'obbligatorietà è l'unica via** per rendere operativi tutti i benefici sia in termini di minori oneri per le imprese, sia di lotta all'evasione. La fatturazione elettronica costituisce anche un avanzamento verso la semplificazione.

Sarà inoltre necessario trovare delle formule incentivanti e dei sostegni soprattutto alle PMI e alle microimprese per portare a compimento questa grande battaglia culturale per la digitalizzazione del paese».

Secondo **Umberto Zanini**, commercialista e coordinatore area tecnico-normativa dell'Osservatorio, l'obbligo di fatturazione elettronica deve essere introdotto gradualmente, l'ideale sarebbe spalmarlo su almeno due anni, inoltre deve essere presente una forte semplificazione fiscale e amministrativa, devono essere previsti un aumento dei benefici, il supporto pubblico per imprese e professionisti e altri benefici se vengono digitalizzati tutti i documenti rilevanti ai fini fiscali.

30%

Le fatture elettroniche sul totale dei documenti scambiati in Italia.

Figura 9 - Transazione attive: distributori

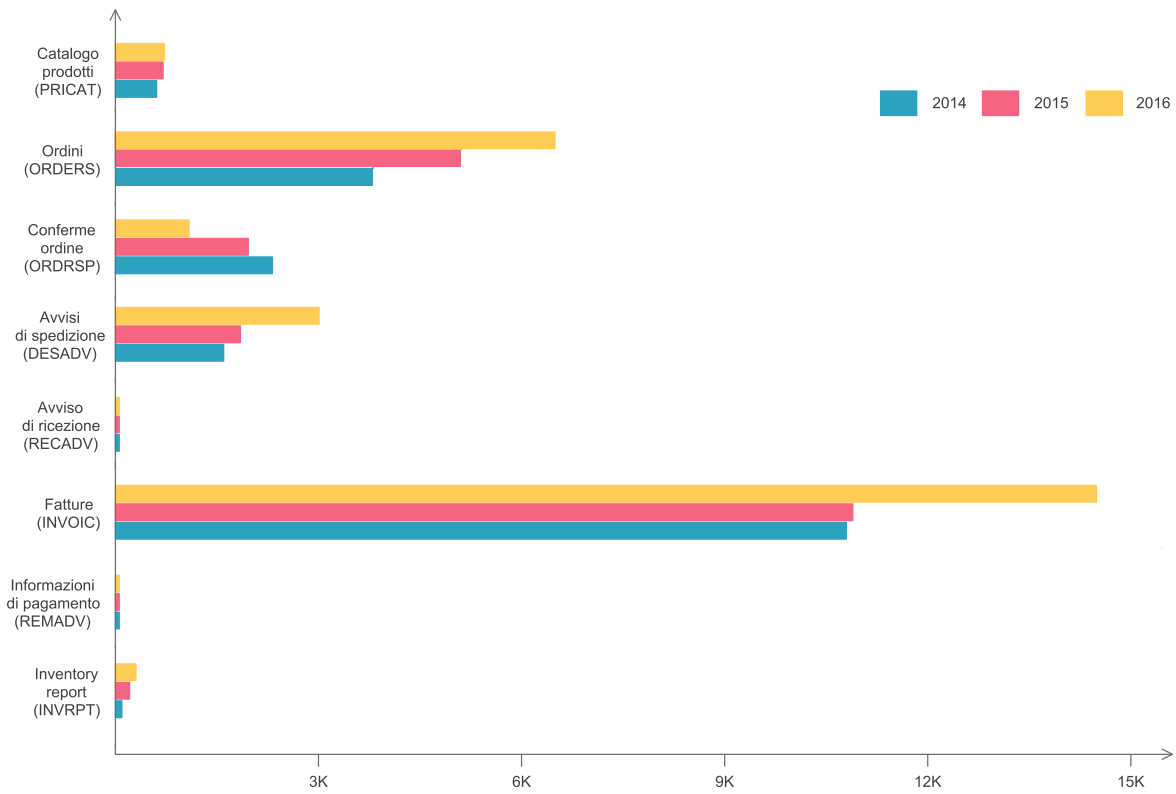
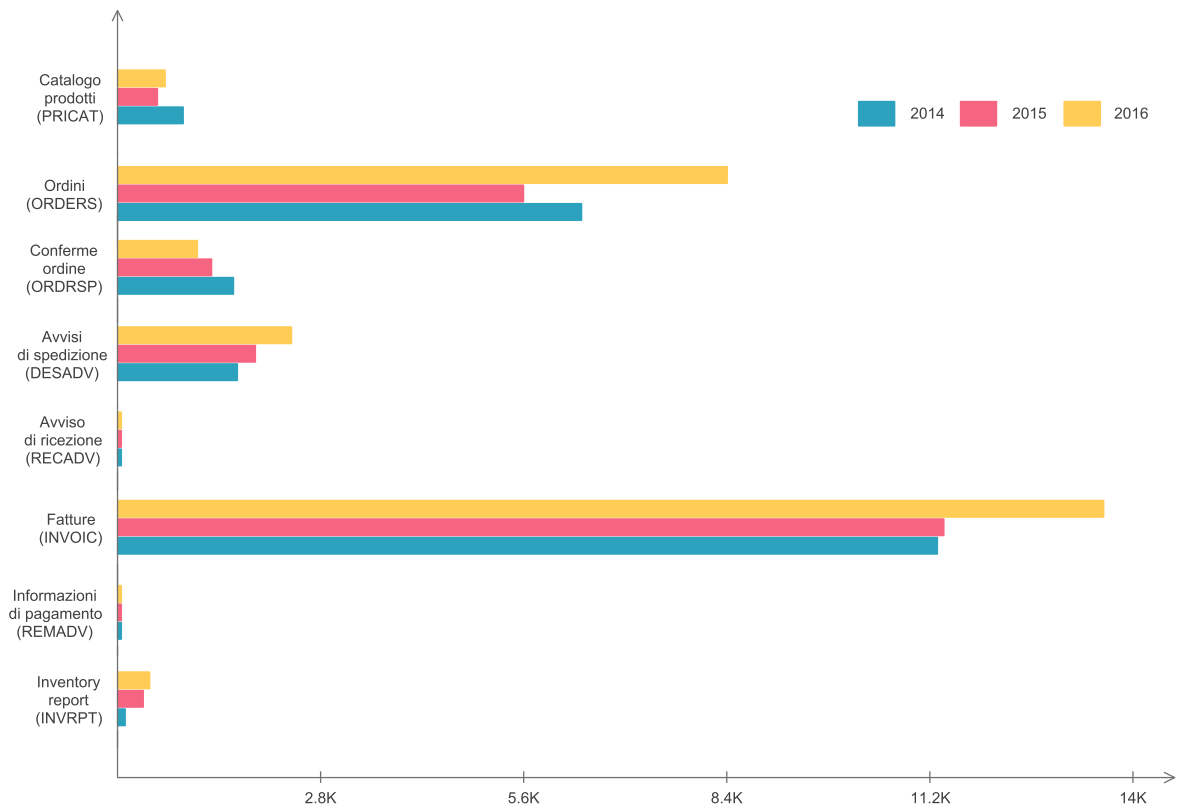


Figura 10 - Transazioni attive: produttori



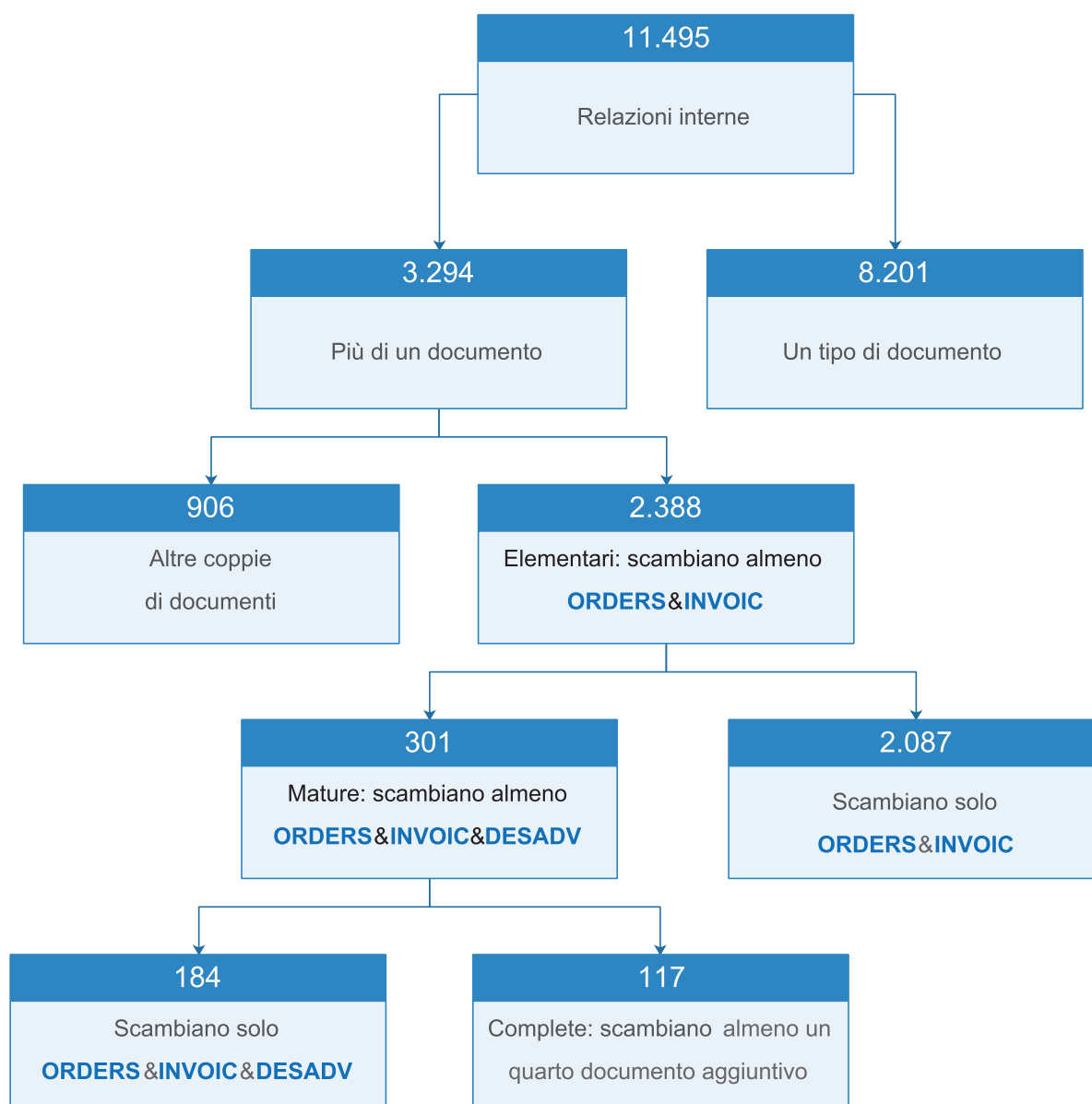
Le relazioni da elementari a complete

Aumentano le relazioni elementari in cui si scambiano almeno due documenti fondamentali: l'ordine e la fattura. Meno deciso, ma sempre positivo, è il trend delle relazioni mature, con lo scambio di almeno tre documenti.

Delle 11.495 relazioni interne ai clienti dei provider dell'ecosistema Euritmo, 8.201 afferiscono allo **scambio di un solo tipo di documento** (di cui la fattura costituisce il 74%), mentre 3.294 riguardano lo scambio da due a cinque documenti. Di queste, 2.388 relazioni sono quelle definite **elementari**, cioè in cui si scambia almeno la coppia di messaggi ORDERS&INVOIC.

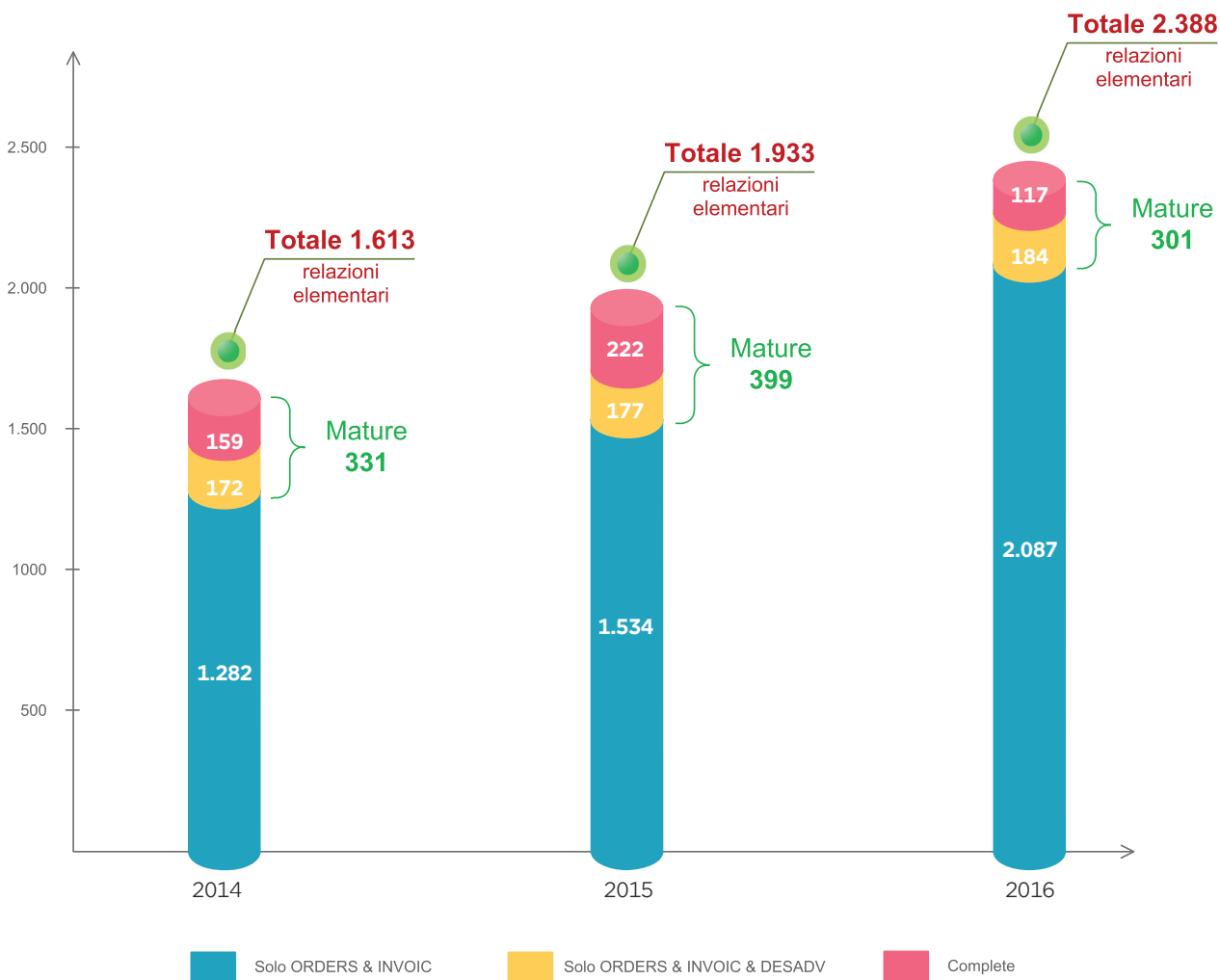
Tra queste ce ne sono 301 definite **mature** in cui i due attori si scambiano almeno ORDERS, DESADV e INVOIC. Di queste, 117 sono relazioni in cui viene scambiato almeno un quarto messaggio e quindi sono definite **complete**.

Figura 11 - Numero delle aziende coinvolte e grado di maturità delle relazioni



Nell'arco dei tre anni considerati dal monitoraggio dell'uso dell'EDI promosso da **GS1 Italy**, il numero delle aziende coinvolte nelle relazioni interne all'ecosistema Euritmo è costantemente aumentato, in modo significativo per quanto riguarda gli scambi elementari, almeno ORDERS & INVOIC.

Figura 12 - Trend delle relazioni interne al circuito Euritmo



Conclusioni

Dalla terza edizione del “Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia” condotto dalla School of Management del Politecnico di Milano per conto di **GS1 Italy** si rileva un trend positivo nella diffusione e nell'utilizzo dello scambio elettronico dei documenti relativi al ciclo ordine-fattura tra le imprese della filiera.

In particolare – è questo l'ambito dell'indagine – all'interno dell'ecosistema Euritmo, circuito dei provider EDI certificati da **GS1 Italy**. Pur essendo in crescita, però, il **tasso di penetrazione dell'EDI nelle imprese italiane del largo consumo è ancora contenuto**.

Tra le ragioni che contribuiscono alla tendenza positiva possiamo citare i bassi investimenti necessari per l'implementazione e la sua facilità di utilizzo. Inoltre, con l'entrata a regime della fatturazione elettronica **obbligatoria per la pubblica amministrazione** è stato fatto un grande passo in avanti, anche se permangono alcuni problemi per le piccole e le micro imprese.

La limitata adozione è dovuta a questioni organizzative.

Per contro, la limitata adozione è dovuta a questioni organizzative. Le aziende conoscono adeguatamente i benefici dell'EDI e la facilità di approccio, sono infatti tante e diverse le offerte di servizi EDI presenti nel mercato italiano. Tuttavia sono frenate dalla necessità di dovere cambiare i processi interni, strette come sono tra la volontà di migliorarli e il **timore di intervenire su tutto ciò che, per abitudine consolidata, alla fine funziona ed è efficace**. Anche a scapito dell'efficienza.

In questa situazione di stallo, sono necessari degli elementi esterni che spingano verso la digitalizzazione dei processi. Come l'obbligo di tipo legislativo o la decisione presa da un cliente (un retailer che decide di passare all'EDI). Il vero elemento di spinta arriva, in questo senso, dai **retailer stranieri** con un riflesso sui grandi fornitori, ma anche sulle minuscole realtà industriali italiane iperspecializzate nei segmenti del food di qualità.

Un altro risultato della ricerca che occorre evidenziare è il percorso di integrazione in corso da parte degli **operatori logistici (3PL)** nel ciclo ordine-spedizione-fattura, che può rappresentare un ulteriore punto di svolta nel miglioramento dell'efficienza con l'utilizzo dell'EDI. Il coinvolgimento delle terze parti logistiche diventa un fattore agevolante per il completamento del ciclo dell'ordine, soprattutto nei casi in cui le aziende terziarizzano la logistica.

Un tema di riflessione riguarda il fatto che diversi operatori logistici coinvolti nell'EDI non adottano ancora gli **standard GS1** e ciò comporta una non completa integrazione con i back office delle imprese e dei retailer, riducendo i benefici economici della digitalizzazione. Occorrerà in questo senso spingere sempre più terze parti logistiche ad adottare le **regole condivise dalla filiera**, che sono ancora troppo focalizzate sui messaggi fattura e ordine, mentre vi è meno diffusione nei messaggi logistici. Il tema si riallaccia con quanto visto in precedenza riguardo al timore di cambiare processi e procedure ormai consolidate, ma è uno degli snodi cruciali per ottenere i maggiori benefici dalla digitalizzazione dei documenti e per ampliarli ad altri messaggi.

Export: la richiesta di attivazione EDI proveniente dall'estero è un fattore determinante per la digitalizzazione in Italia.

Ne è un esempio l'Inventory Report (INVRPT), adottato in alcuni casi da aziende che hanno relazioni complete, che prevede una predisposizione alla collaborazione verticale, alla condivisione di informazioni che solo dieci anni fa era impensabile. Ma per arrivare alla maturazione dei rapporti EDI **occorre molta apertura mentale**, occorre comprendere che l'EDI è un ciclo di messaggi che parte dall'ordine e arriva al pagamento. In questo caso si ottengono benefici seri.

Il timore di intervenire sui processi esistenti è il maggior freno nelle aziende per una maggiore diffusione dell'EDI.

Per ottenere questi risultati sarà necessario che all'interno delle aziende, una volta stabilita la volontà di affrontare la digitalizzazione dei processi, venga svolto **un grande lavoro di sensibilizzazione sulle persone**, la reale variabile del cambiamento.

Inoltre l'ipotesi di rendere obbligatoria la fatturazione elettronica anche per le aziende private può costituire un ulteriore passo avanti in questa direzione, anche se è prevedibile che ci vorrà diverso tempo prima che diventi realmente effettiva. In questo caso lo Stato dovrà prevedere però **soluzioni alla portata di tutti**.

Va da sé che le sfide che attendono le imprese del largo consumo sono importanti. I mercati cambiano molto velocemente (vedi ad esempio la forte spinta alla digitalizzazione, aspetto che impatta molte aziende di questo settore), tanto da richiedere una pari velocità di adeguamento alle aziende. Che però procedono lentamente.

La velocità dovrebbe essere tra le prime cinque parole del vocabolario di un'azienda.

Integrare gli strumenti con la digitalizzazione dei processi è il compito principale che attende le imprese del largo consumo (e non solo). Dei passi avanti sono stati fatti, per esempio con [Immagino](#), il servizio di **GS1 Italy** per la digitalizzazione delle informazioni in etichetta, ma spesso non vi è allineamento con l'anagrafica dei prodotti gestita con sistemi tradizionali dalle imprese, questo può avvenire tramite un altro standard di GS1, ovvero il [GDSN®](#). In altri termini da un lato si adottano soluzioni digitali per necessità commerciali, dall'altro si continua con la gestione tradizionale dei processi reiterando duplicazioni di informazioni, passaggi intermedi, trascrizioni, in un percorso che man mano perde pezzi di informazioni o le interpreta in maniera errata, sottovalutando il fatto che se l'adozione di strumenti digitali genera fatturato, la **digitalizzazione dei processi interni** ha riflessi consistenti sul conto economico.

La digitalizzazione dei processi interni fa sentire i benefici sul conto economico.

I prossimi passi di GS1 Italy

GS1 Italy, nella sua attività di supporto alle imprese e nella divulgazione dei benefici dell'EDI, prevede molteplici campi di intervento:

- La **formazione** con giornate dedicate.
- La **disponibilità** di ulteriori tipologie di messaggi per completare il ciclo dell'ordine.
- L'**ampliamento** della base di provider certificati.
- Il costante **aggiornamento** sull'evoluzione di queste tematiche a livello nazionale e internazionale.
- Giornate/eventi finalizzati a diffondere la **conoscenza dell'EDI**.

Glossario

CIRCUITO EURITMO

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

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.

GS1 EDI

(GS1 Electronic Data Interchange)

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

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).

PROVIDER

Azienda fornitrice di servizi EDI.

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.

VAN

(Value Added Network)

Provider di servizi di rete.

WEB-EDI

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

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.

GS1 Italy è l'associazione senza scopo di lucro che riunisce 35 mila imprese di beni di consumo. Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni, istituzioni per creare valore, efficienza, innovazione, per dare più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore.

GS1 Italy sviluppa e mantiene gli standard più usati al mondo per la comunicazione tra imprese. Siamo conosciuti per il codice a barre, definito dalla BBC come una delle "50 cose che hanno reso globale l'economia". Gli standard GS1 migliorano l'efficienza, la sicurezza e la visibilità delle supply chain attraverso i canali fisici e digitali in 25 settori.

Il network GS1 è presente in 112 paesi, con 1,5 milioni di aziende utenti e 6 miliardi di transazioni ogni giorno: dimensioni che dimostrano come gli standard GS1 abbiano creato un linguaggio comune che supporta sistemi e processi in tutto il mondo.

GS1 Italy inoltre propone i processi condivisi **ECR** che hanno come obiettivo l'efficienza e l'innovazione nella filiera e che nascono dal dialogo e dal confronto tra Industria e Distribuzione. Scopo di ECR è di rendere l'offerta più reattiva rispetto alla domanda dei consumatori e di promuovere la rimozione dei costi non necessari all'interno della filiera.

GS1 Italy

Via P. Paleocapa, 7

20121, Milano

T +39 02.777.21.21

E info@gs1it.org

gs1it.org

