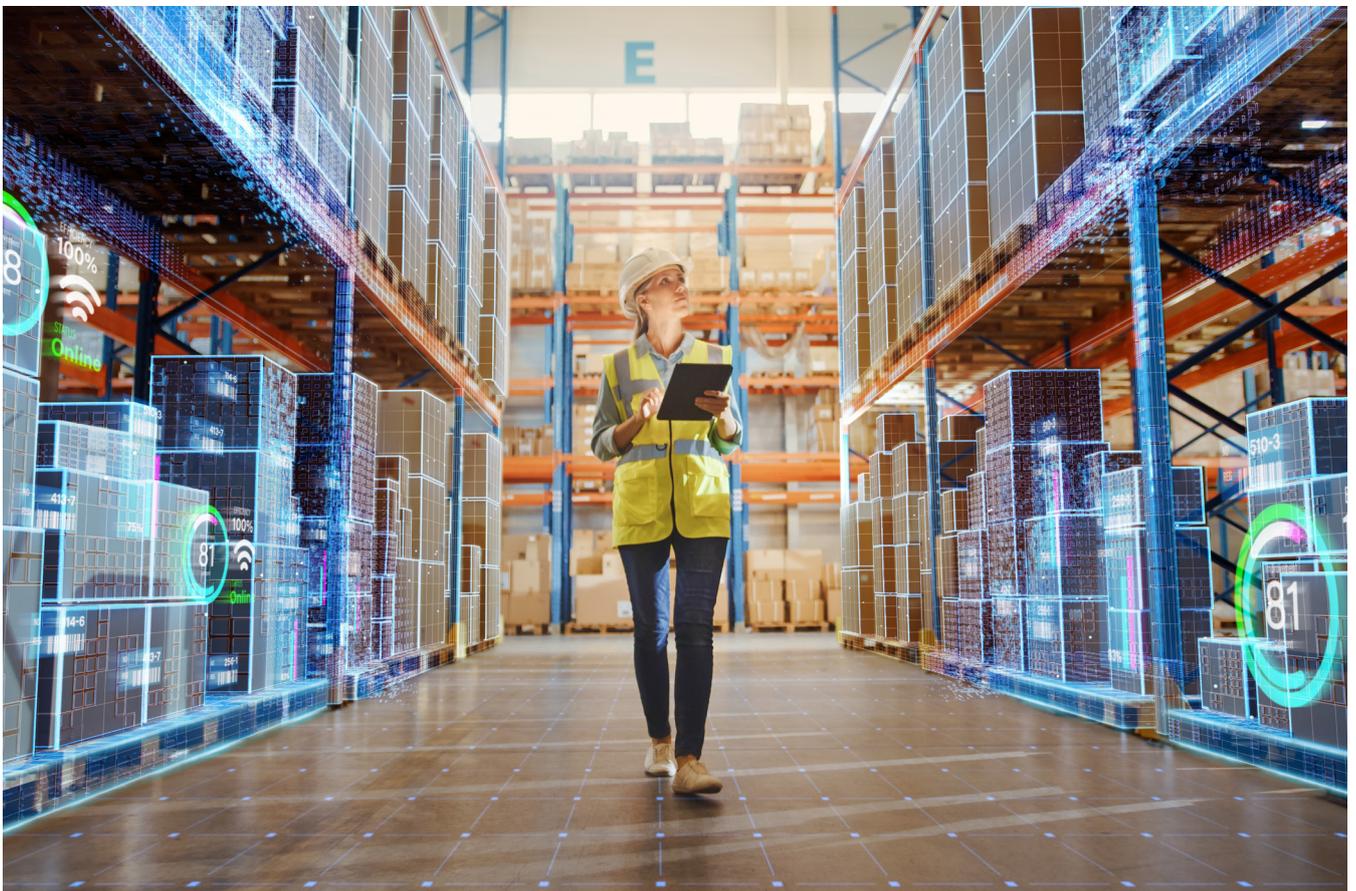


Edizione 2024

# 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 2024, 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

## Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia Edizione 2024

EDI: avanti tutta!	4
Il contesto di riferimento	5

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

Gli standard GS1 EDI, perché sono un beneficio per le imprese	6
L'EDI con gli standard GS1	6
I benefici e i vantaggi dell'EDI	7
La metodologia della ricerca	8
Le aziende che scambiano messaggi in EDI	9
I messaggi scambiati nel circuito Euritmo	11
Le transazioni attive	14
La maturità dell'EDI nel largo consumo: le relazioni interne	15
Conclusioni	17

Glossario	18
-----------	----

# EDI: avanti tutta!

Questa edizione del **Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo** evidenzia come questa tecnologia consolidata si confermi un pilastro fondamentale per l'efficienza e la digitalizzazione delle operazioni aziendali, contribuendo a snellire e ottimizzare i processi di scambio dei documenti del ciclo d'ordine tra le aziende in relazione commerciale.

Uno degli aspetti più interessanti è la **conferma di una tendenza positiva per l'adozione dell'EDI**. L'aumento del numero di aziende che utilizzano l'EDI per gestire la comunicazione commerciale, riducendo errori e inefficienze, è una testimonianza del suo valore strategico nel migliorare la gestione delle risorse e dei flussi informativi. L'EDI non è più una tecnologia di nicchia, ma una soluzione che sta diventando mainstream, e ciò è visibile anche nei numeri che indicano una crescente diffusione.

**Particolare attenzione va posta sul DESADV** (Despatch Advice o avviso di spedizione), uno dei messaggi EDI cruciali per la gestione della logistica. Questo messaggio sta acquisendo una rilevanza sempre maggiore, non solo nel contesto dell'efficienza logistica, ma anche nella digitalizzazione e nello scambio di informazioni di diversa natura sui prodotti gestiti. La sua capacità di ottimizzare la gestione delle spedizioni, migliorando la visibilità dei flussi e aumentando la precisione delle informazioni, lo rende uno strumento indispensabile per una gestione più precisa e tempestiva della supply chain. Ma il DESADV risulta anche un veicolo ideale per il trasferimento di informazioni anche di natura regolamentare che riguardano i prodotti. Basti pensare alla crescente attenzione alla tracciabilità delle merci, che sta interessando sempre più settori merceologici, o ai dati relativi alla sostenibilità come quelli richiesti dai regolamenti europei come EUDR e ESPR.

In **GS1 Italy i progetti EDI si stanno focalizzando sull'importanza di ampliare l'uso dei messaggi logistici all'interno dell'EDI con un maggiore coinvolgimento degli operatori specializzati**. La possibilità di integrare un numero maggiore di messaggi EDI non solo migliora l'efficienza operativa, ma offre anche alle aziende un vantaggio competitivo, permettendo loro di rispondere in maniera più rapida ed efficace alle richieste del mercato.

Infine, **l'EDI è una delle tecnologie su cui è focalizzato il piano triennale 2023-2026 di GS1 Italy**, con l'obiettivo di incrementare l'adozione di questo strumento tra le imprese italiane. Abbiamo introdotto numerosi progetti che intendono sviluppare e promuovere le relazioni EDI, spingendo verso una digitalizzazione sempre più ampia del settore aumentando la consapevolezza delle aziende sui vantaggi concreti che questa tecnologia può offrire. In particolare, si punta a migliorare la gestione dei flussi informativi e la collaborazione tra le aziende e i partner commerciali. L'EDI quindi è decisamente considerato uno strumento strategico per l'innovazione e la crescita delle aziende nel lungo periodo.



**Andrea Ausili**

CIO, standards & innovation  
director, GS1 Italy

## Il contesto di riferimento

A metà del 2024 il tessuto industriale italiano conta 5 milioni di Partite IVA che, nell'ambito degli scambi B2B, generano complessivamente 2.900 miliardi di euro di transato interno. Rispetto al 2022, nel 2023 l'e-commerce B2B di prodotto (legato ovvero allo scambio di sole merci fisiche), dato dal valore degli ordini scambiati tramite strumenti digitali tra aziende italiane, è passato da 242 a 265 miliardi di euro, registrando un incremento del +10%. L'incidenza sul transato complessivo si assesta sul 21%: un quinto del valore degli ordini totali nel B2B è scambiato in formato elettronico, in crescita rispetto al 19% del 2022.

Nonostante questi segnali di avanzamento positivo, la digitalizzazione nel B2B sembra trovarsi in una fase di stallo, incapace di trovare nuove direttrici di sviluppo se non in risposta a nuovi obblighi normativi. Questo rallentamento si riflette anche nelle scelte strategiche delle aziende italiane: il 49,2% delle imprese B2B dichiara di non avere progetti di investimento in ambito digitale o di non esserne consapevole.

In questo contesto, il ruolo delle associazioni di filiera si conferma ancor più cruciale. Queste organizzazioni, da sempre impegnate nella promozione di iniziative volte alla standardizzazione, digitalizzazione e sensibilizzazione sui vantaggi di tali progetti, hanno svolto un lavoro fondamentale nel diffondere soluzioni come l'EDI. Con standard di settore progettati per rispondere alle necessità delle imprese, l'EDI è il risultato dell'impegno delle associazioni nel promuovere ecosistemi collaborativi nelle principali filiere produttive.

Nel 2024, l'EDI risulta adottato dal 13% delle imprese italiane, confermandosi una tecnologia principalmente utilizzata dalle grandi aziende, dove la percentuale di adozione raggiunge il 31%. La diffusione presso le PMI continua invece a essere limitata, con il 21% delle medie imprese e solo l'11,5% delle piccole imprese che ne fa uso.

Un'analisi settoriale evidenzia che il commercio è il settore con la maggiore penetrazione dell'EDI: il 17% delle imprese di questo comparto ha attivato connessioni con i propri partner di business. Seguono, con un certo distacco, le imprese del settore manifatturiero, dove solo il 10% utilizza questa tecnologia. Tuttavia, nell'ambito della manifattura, l'EDI rimane lo strumento di e-commerce B2B più diffuso, superando altre soluzioni come i siti propri (9%) e i portali o marketplace B2B (8%).

Nonostante queste differenze di adozione, il contributo dell'EDI al valore complessivo dell'e-commerce B2B è significativo. Nel 2024, gli scambi gestiti tramite questa tecnologia nelle filiere di prodotto hanno generato oltre 62 miliardi di euro, sottolineando il ruolo centrale dell'EDI nel supportare le transazioni tra imprese italiane.

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 - Intesa, a Kyndryl Company, Procedo, Tekne e Tesisquare, ha l'obiettivo di comprendere il grado di diffusione dell'EDI tra le aziende italiane appartenenti al settore in termini di:

- Numerosità e tipologia degli 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 ultimo è quello di creare una maggiore consapevolezza dei trend in atto e delle opportunità di sviluppo del mercato.



**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

## **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**

---

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. 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 7.885 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**

## La metodologia della ricerca

La ricerca analizza il numero di aziende coinvolte, i messaggi scambiati, le transazioni effettuate e le relazioni instaurate, con l'obiettivo di offrire un quadro esaustivo sulla diffusione degli standard EDI di GS1 Italy.

Lo studio ha preso in esame diversi aspetti chiave, tra cui il numero delle aziende che utilizza EDI, sia nell'Industria sia nella Distribuzione e gli eventi legati al ciclo order to cash (O2C). Sono stati quantificati i volumi di messaggi, analizzati i tipi di documenti scambiati e valutate le tipologie di relazioni tra le aziende. Questi elementi hanno permesso di mettere in luce come la digitalizzazione del ciclo O2C stia effettivamente guadagnando terreno nel settore del largo consumo.

Nel dettaglio, l'analisi si è focalizzata sulle seguenti informazioni:

- **Numero di aziende** che scambiano messaggi utilizzando il canale EDI e gli standard GS1 ed Euritmo.
- **Numero di messaggi** scambiati e **tipologie di documenti** trasmessi.
- **Numero di transazioni** e **tipologie di documenti** associati.
- **Tipologie di relazioni** tra aziende e livello di **maturità** delle stesse.

Relativamente ai documenti trasmessi, il monitoraggio si è focalizzato su quelli rilasciati da **GS1 Italy** e utilizzati nelle relazioni tra le imprese operanti nel mercato italiano. I documenti monitorati sono suddivisi in due categorie principali:

### Documenti 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.

### Altri messaggi a standard GS1:

- 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.

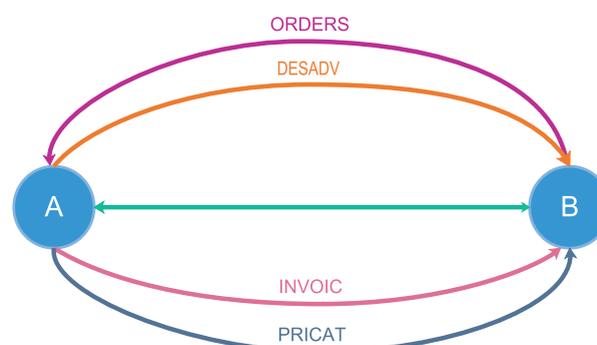
Questi messaggi sono monitorati a partire dal 2017 sebbene il loro utilizzo sia ancora limitato.

È fondamentale chiarire i concetti di **transazione** e **relazione** così come utilizzati all'interno di questo report. La transazione rappresenta l'interazione tra un'azienda mittente e un'azienda destinataria, mediata dal tipo di documento scambiato. Questo indicatore quantifica il volume dei documenti trasferiti tra le aziende e specifica quali tipi di documenti sono coinvolti. La **relazione** è il contatto tra un'azienda mittente e un'azienda destinataria indipendentemente dal tipo di documento scambiato. Si tratta di un indicatore del livello di collaborazione tra le aziende.

Il tipo di documenti scambiati tra due attori consente inoltre di qualificare la relazione stessa, fornendo informazioni aggiuntive sul grado e sulla natura della cooperazione. Ci possono essere relazioni (vedi Figura 1):

- **Elementari**: in cui i due attori scambiano almeno ORDERS & INVOIC oppure ORDERS & DESADV.
- **Mature**: in cui è scambiata almeno la tripletta principale di documento, quindi ORDERS & DESADV & INVOIC.
- **Complete** in cui oltre a ORDERS & DESADV & INVOIC è scambiato almeno un altro tipo di documento.

Figura 1 - 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.

## Le aziende che scambiano messaggi in EDI

Nel 2023, sono state 8.132 le aziende che hanno scambiato almeno un messaggio EDI utilizzando gli standard globali GS1, segnando una crescita del +3% rispetto all'anno precedente e confermando il trend positivo osservato nell'ultimo biennio (nel 2022 l'aumento era stato del +5,5%).

Tra queste, il 46% (pari a 3.740 imprese, inclusi 150 operatori della filiera degli elettrodomestici e dell'elettronica di consumo) è attivo all'interno del circuito Euritmo, mentre il restante 54%<sup>1</sup> comprende invece aziende esterne che, pur non facendo parte del circuito, utilizzano gli standard GS1 per scambiare messaggi con i propri partner commerciali (vedi Figura 2).

<sup>1</sup>Dato stimato a partire dai 7.004 UNB (punti di ricezione/invio codificati) attivi nel 2023 ma non afferenti all'ecosistema Euritmo.

Come evidenziato in Figura 3, delle 3.740 imprese attive nell'ecosistema Euritmo, la maggioranza è composta da produttori (3.593), seguiti da retailer (406) e terze parti logistiche (3PL, 3). Quest'ultima categoria risulta al momento sottostimata e di difficile rilevazione, probabilmente perché le imprese di logistica operano sempre più frequentemente in stretta integrazione con il produttore, il quale mantiene la titolarità e il controllo delle transazioni anche sul piano amministrativo, polarizzando quindi anche la rilevazione in questo monitoraggio.

Infine, per interpretare correttamente i dati complessivi, è importante evidenziare che alcune aziende possono cambiare categoria a seconda delle relazioni con specifici partner di business e/o del tipo di messaggi gestiti. Ad esempio, un distributore potrebbe essere classificato come tale nella maggior parte delle sue interazioni, ma venire identificato come produttore quando opera con un grande marketplace. Questa dinamica implica che la somma dei ruoli rilevati superi leggermente il numero effettivo di imprese uniche analizzate, riflettendo la complessità delle relazioni nel contesto considerato.

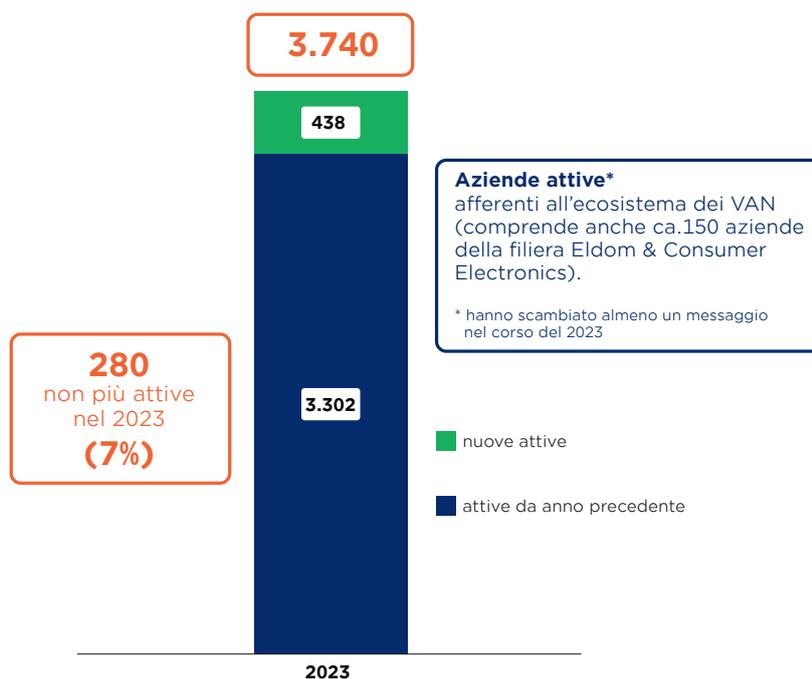
# 3.740

le aziende che operano nel circuito Euritmo

Figura 2 - Le aziende attive nel 2023 vs 2022



Figura 3 - Numero di aziende interne al monitoraggio: nuove e non più attive



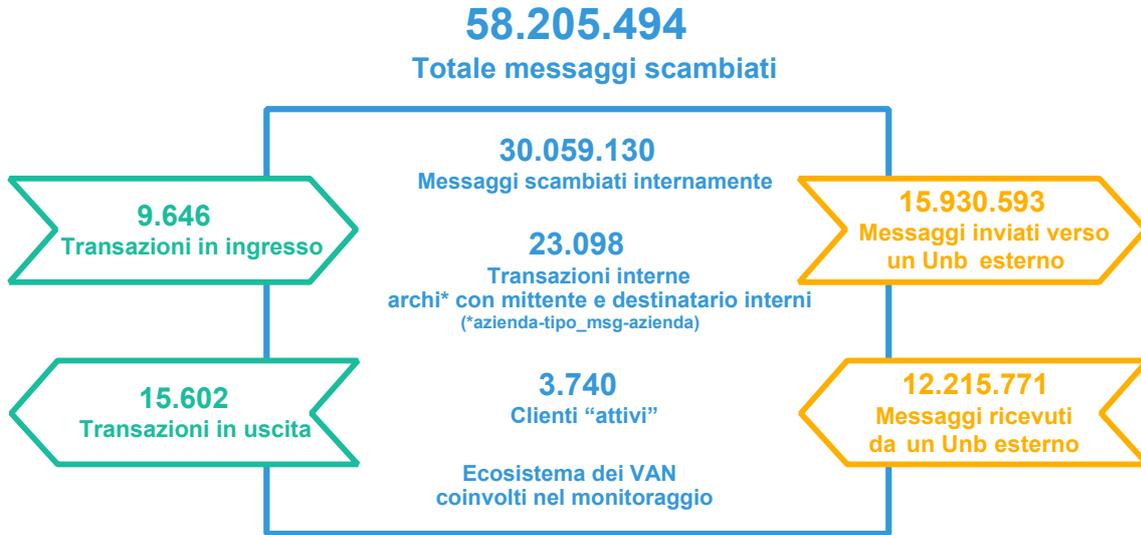
Alcuni dati significativi per analizzare la crescita netta e il consolidamento dell'ecosistema delle aziende connesse in EDI emergono dal confronto delle partite IVA tra il 2022 e il 2023. Delle 3.582 aziende attive nel 2022, ben 3.302 hanno continuato a utilizzare l'EDI per lo scambio di messaggi con i propri partner commerciali, consolidandone l'adozione. Si tratta con ogni probabilità di aziende molto grandi e strutturate, per le quali l'EDI è diventato imprescindibile per il coordinamento nella filiera. Ad ogni modo, l'ecosistema mostra dei movimenti fisiologici: a fronte di 280 aziende non più attive, se ne aggiungono 438 nuove, generando un saldo positivo di +158 unità. In maniera speculare a quanto descritto prima, in questo caso si tratta probabilmente di aziende più piccole che attivano il canale solo su richiesta di alcuni partner commerciali, per poi dismetterlo al termine di queste necessità o collaborazioni.

### I messaggi scambiati nel circuito Euritmo

Le oltre 8 mila imprese censite scambiano complessivamente 58,2 milioni di messaggi. Di questi 30 milioni (pari al 56% del totale) sono trasmessi internamente all'ecosistema, 15,9 milioni sono inviati a utenti esterni (24%) e 12,2 milioni sono ricevuti da UNB<sup>2</sup> esterni (20%). A questi messaggi corrispondono 23.098 transazioni interne, poco più di 9.600 transazioni in ingresso e circa 15.600 transazioni in uscita (vedi Figura 4).

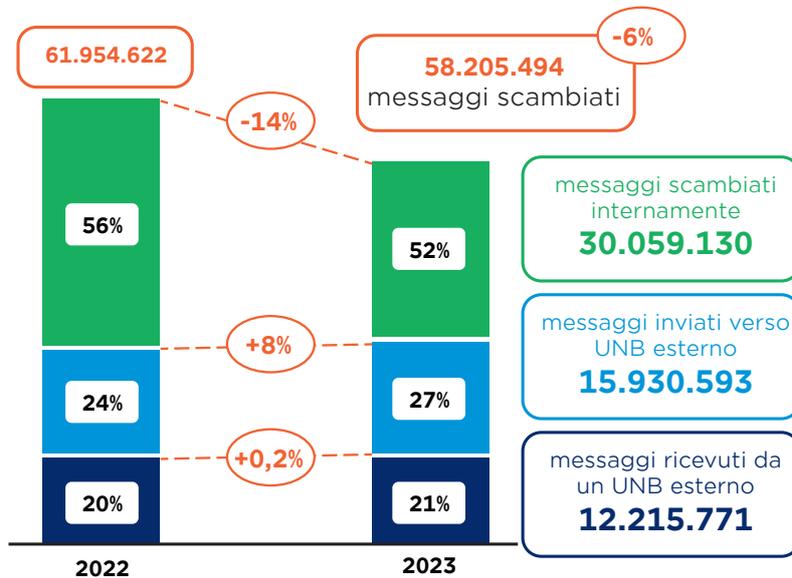
<sup>2</sup>L'elemento UNB rappresenta il segmento di intestazione (header) di un messaggio. Serve per identificare e controllare lo scambio dei dati tra due parti in una comunicazione EDI.

Figura 4 - Numero di messaggi scambiati nel 2023: dati aggregati



Rispetto al 2022, si osserva una diminuzione del 6% nel numero di messaggi scambiati (vedi Figura 5), imputabile principalmente alla chiusura di una relazione significativa all'interno dell'ecosistema. Di conseguenza, il numero di messaggi scambiati internamente all'ecosistema subisce una marcata contrazione (-14%), stabilizzandosi a poco più di 30 milioni, in parte bilanciata dalla crescita (+8%) dei messaggi inviati verso un UNB esterno. Il valore complessivo dei messaggi torna quindi allo stesso livello del 2021.

Figura 5 - Numero di messaggi scambiati nel biennio 2022-2023



# 13,5 milioni

di messaggi, in crescita del +3% rispetto all'anno precedente

Approfondendo le tipologie di messaggi scambiati nel 2023 (vedi Figura 6), la fattura (INVOIC) si conferma al primo posto con circa 15,9 milioni di scambi, un dato sostanzialmente stabile rispetto al 2022. Al secondo posto si trova l'ordine (ORDERS), con 13,5 milioni di messaggi, in crescita del +3% rispetto all'anno precedente, seguito dall'avviso di spedizione (DESADV), che raggiunge quasi 13 milioni di scambi. Quest'ultimo merita particolare attenzione, poiché rappresenta il fulcro di una rilevante crescita dei messaggi logistici: già nel 2022 aveva registrato un incremento del +14%, e quest'anno consolida la tendenza positiva con un ulteriore +8%.

Al contrario, si registra una significativa contrazione nell'utilizzo del messaggio relativo all'inventario (INVRPT), un fenomeno strettamente legato alla chiusura di una relazione particolarmente rilevante all'interno dell'ecosistema, focalizzata proprio su questo tipo di scambio.

Tabella 6 - Totale messaggi gestiti per tipo di documento

GESTITI	2022	2023	TREND
ORDERS	13.124.893	13.540.378	3%
ORDRSP	6.482.594	6.2664.059	(3%)
ORDCHG	158.706	169.301	7%
DESADV	12.077.527	12.985.140	8%
INVOIC	15.991.281	15.861.141	(-1%)
INVRPT	11.806.771	7.028.354	(-40%)
RECADV	431.797	356.078	(-18%)
REMADV	2.469	3.762	52%
PRICAT	158.036	156.453	(1%)
PRODAT	255.975	178.666	(30%)
<b>TOTALE</b>	<b>61.954.622</b>	<b>58.205.494</b>	<b>-6%</b>

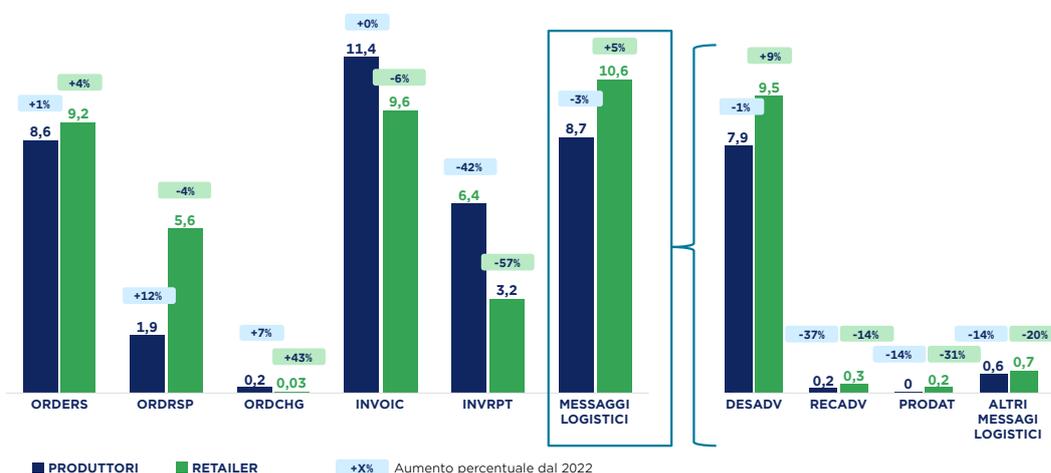
Pur rimanendo l'EDI uno strumento fondamentale per migliorare l'efficienza e la collaborazione tra le imprese, nel 2023 sia i produttori sia i distributori hanno scambiato complessivamente un numero inferiore di messaggi rispetto all'anno precedente, con flessioni di circa il -10% per entrambe le categorie. I produttori, infatti, sono passati da 41,1 milioni di messaggi a 36,7 milioni, mentre i distributori hanno registrato un calo da 41,7 milioni a 37,6 milioni (vedi Figura 7).

Nonostante questa contrazione generale, i distributori mostrano dinamiche di crescita più marcate rispetto ai produttori su specifiche tipologie di messaggi. In particolare, si osservano incrementi significativi negli scambi di ordini (ORDERS, +4%) e avvisi di spedizione (DESADV, +9%), che indicano una maggiore propensione dei distributori a sfruttare l'EDI per ottimizzare i processi logistici e operativi. Questo trend suggerisce che, sebbene il contesto economico o le chiusure di relazioni possano influire sui volumi complessivi, l'EDI continua a evolversi, confermandosi una tecnologia chiave per l'efficienza delle relazioni nel B2B.

Tabella 7 - Totale messaggi gestiti per tipo di documento e categoria di attore

GESTITI	2022	2023	TREND	2022	2023	TREND
	PRODUTTORI	PRODUTTORI		RETAILER	RETAILER	
ORDERS	8.440.069	8.568.654	1,5%	8.806.697	9.192.552	4%
ORDRSP	1.729.375	1.932.494	12%	5.816.251	5.583.779	(4%)
ORDCHG	156.528	167.763	7%	22.605	32.327	43%
DESADV	7.957.668	7.890.156	(1%)	8.718.330	9.483.725	9%
INVOIC	11.356.381	11.388.652	0%	10.203.090	9.595.207	(6%)
INVRPT	11.072.357	6.431.234	(42%)	7.435.719	3.190.762	(57%)
RECADV	245.336	155.331	(37%)	310.622	266.236	(14%)
REMADV	2.224	3.505	58%	578	1.256	117%
PRICAT	140.765	140.473	(0%)	119.405	122.858	3%
PRODAT	15.101	12.934	(14%)	245.881	168.780	(31%)
<b>TOTALE</b>	<b>41.115.804</b>	<b>36.691.196</b>	<b>(11%)</b>	<b>41.679.178</b>	<b>37.637.482</b>	<b>(10%)</b>

 Aumenta del +5% la gestione dei messaggi logistici da parte dei retailer, anche in questa vista spinta principalmente dal DESADV



Nel 2023, i produttori hanno registrato un calo complessivo nei messaggi scambiati, con una flessione del -11% rispetto all'anno precedente. Tra i messaggi inviati, quasi tutte le principali tipologie registrano minime flessioni. Si osservano, invece, alcune eccezioni positive: la risposta d'ordine (ORDRSP) è cresciuta dell'+8%, raggiungendo 1,4 milioni di scambi, mentre la fattura (INVOIC) ha segnato un lieve incremento del +1%, superando i 10,6 milioni di documenti.

Sempre per la categoria dei produttori, sul fronte dei messaggi ricevuti, le diminuzioni più significative si sono registrate per i documenti INVRPT (-50%) e RECADV (-38%). Al contrario, hanno visto una crescita la risposta d'ordine (ORDRSP), con un aumento del +22% che porta il totale a poco più di 557.000 messaggi, e l'informazione di pagamento (REMADV), che ha registrato un incremento del +59%, raggiungendo circa 3.400 scambi.

Anche per i distributori, il 2023 si è chiuso con una flessione complessiva, seppur contenuta rispetto a

quella dei produttori (-2%), principalmente dovuta alla forte riduzione del messaggio INVRPT ma ampiamente compensata dagli incrementi registrati nelle altre tipologie. Tra i messaggi inviati, infatti, l'ordine (ORDERS) ha continuato a crescere, con un incremento del +5% che lo porta a 8,8 milioni di messaggi, sostenuto probabilmente dalla necessità di gestire un maggior frazionamento degli ordini e da esigenze di flessibilità nell'approvvigionamento. Inoltre, l'avviso di spedizione (DESADV) ha registrato una crescita del +10%, raggiungendo 2,6 milioni di documenti, e allo stesso modo la modifica d'ordine (ORDCHG), pur con volumi contenuti, ha segnato un aumento significativo del +43%, attestandosi a 32.000 documenti. Oltre al messaggio INVRPT, si registra solamente un calo sull'avviso di ricezione (RECADV) pari a -16%, passando da 306.500 messaggi nel 2022 a 256.000 nel 2023.

Sempre per la categoria dei distributori, sul fronte dei messaggi ricevuti, nel 2023 continua la flessione sulla ricezione della fattura (-7%), con 8,6 milioni di documenti, in ulteriore calo rispetto al -6% del 2022,

quando si erano registrati 9,24 milioni di fatture. Diminuisce anche la ricezione della conferma d'ordine (ORDRSP), che segna un -9% rispetto al 2022. Cresce invece l'avviso di spedizione (DESADV), con un aumento del +10%, che porta il volume di scambi a 8,3 milioni di messaggi.

Figura 8 – Numero di messaggi inviati - Segmentazione per categoria di azienda

GESTITI	2022 PRODUTTORI	2023 PRODUTTORI	TREND	2022 RETAILER	2023 RETAILER	TREND
ORDERS	1.020.937	983.760	(4%)	8.425.843	8.840.282	5%
ORDRSP	1.273.150	1.376.273	8%	3.886.209	3.896.249	0%
ORDCHG	173	99	(43%)	22.602	32.296	43%
DESADV	6.977.861	6.939.848	(1%)	2.344.896	2.571.455	10%
INVOIC	10.549.657	10.608.457	1%	2.433.310	2.334.222	(4%)
INVRPT	4.815.884	4.318.977	(10%)	6.727.094	2.497.838	(63%)
RECADV	17.792	11.735	(34%)	306.507	256.346	(16%)
REMADV	60	75	25%	496	1.161	134%
PRICAT	138.410	138.187	(0%)	13.669	13.491	(1%)
PRODAT	14.889	12.787	(14%)	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>24.808.813</b>	<b>24.390.198</b>	<b>(2%)</b>	<b>24.160.626</b>	<b>20.443.340</b>	<b>(15%)</b>

Figura 9 – Numero di messaggi ricevuti - Segmentazione per categoria di azienda

GESTITI	2022 PRODUTTORI	2023 PRODUTTORI	TREND	2022 RETAILER	2023 RETAILER	TREND
ORDERS	7.851.630	7.943.054	1%	1.939.068	1.924.209	(1%)
ORDRSP	456.992	557.251	22%	4.883.683	4.441.191	(9%)
ORDCHG	156.355	167.664	7%	3	31	933%
DESADV	1.652.554	1.550.919	(6%)	7.539.012	8.314.381	10%
INVOIC	2.382.102	2.114.325	(11%)	9.241.042	8.586.387	(7%)
INVRPT	8.776.778	4.349.715	(50%)	713.114	697.099	(2%)
RECADV	231.950	144.717	(38%)	37.698	39.565	5%
REMADV	2.164	3.430	59%	129	153	19%
PRICAT	30.169	21.730	(28%)	117.363	120.823	3%
PRODAT	212	147	(31%)	245.881	168.780	(31%)
<b>TOTALE</b>	<b>21.540.906</b>	<b>16.852.952</b>	<b>(22%)</b>	<b>24.716.993</b>	<b>24.292.619</b>	<b>(2%)</b>

### Le transazioni attive

Esaminando le transazioni (vedi Figura 10), ovvero l'interazione tra azienda mittente, azienda destinataria e la tipologia di documento scambiato, nel 2023 sono state registrate complessivamente 48.282 transazioni, di cui 23.098 (circa il 48%) interne, riguardanti le 3.740 aziende dell'ecosistema Euritmo. Questo indicatore continua a mostrare un trend positivo anche nel 2023, con un incremento del +2% rispetto alle 47.405 transazioni del 2022.

Anche in questo caso, i messaggi logistici guidano la crescita, in particolare l'avviso di spedizione (DESADV), che segna il maggiore aumento nelle relazioni, pari al +14%. Per quanto riguarda gli altri messaggi, si conferma quanto osservato in precedenza: una lieve flessione della fattura (INVOIC), con un -3%, e un leggero incremento dell'ordine (ORDERS), con un +3%.

Tabella 10 – Numero di transazioni attive e trend rispetto al 2022

	2022	2023	TREND
ORDERS	16.356	16.897	3%
ORDRSP	4.697	4.760	1 %
ORDCHG	129	143	11%
DESADV	6.165	7.013	14%
INVOIC	17.733	17.200	(3%)
INVRPT	799	816	2%
RECADV	291	264	(9%)
REMAADV	32	32	0 %
PRICAT	1.007	961	(5%)
PRODAT	20	21	5%
<b>TOTALE</b>	<b>47.405</b>	<b>48.282</b>	<b>2 %</b>

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

Nel 2023, le relazioni interne ammontano a 13.477, generate da 3.740 imprese attive all'interno dell'ecosistema.

Questo valore rappresenta un lieve calo rispetto alle 13.621 relazioni registrate nel 2022. Tra queste, il 64% (pari a 8.655 relazioni) si trova ancora in una fase iniziale di utilizzo dell'EDI, essendo limitato allo scambio di un solo tipo di documento. In particolare, il 44% di queste relazioni è legato alla fattura, il 35% all'ordine, il 14% all'avviso di spedizione e il 7% ad altri documenti.

Più interessante è l'analisi del restante 36% delle relazioni, che si distingue per un uso più avanzato dell'EDI, coinvolgendo da due a cinque tipologie di messaggi. In particolare, 4.102 di queste relazioni sono considerate elementari, in quanto basate sullo scambio di una coppia di documenti. Nel 66% dei casi, queste coppie includono almeno ORDERS & INVOIC o ORDERS & DESADV, ossia i documenti fondamentali del ciclo dell'ordine. Il restante 34% scambia altre combinazioni di messaggi.

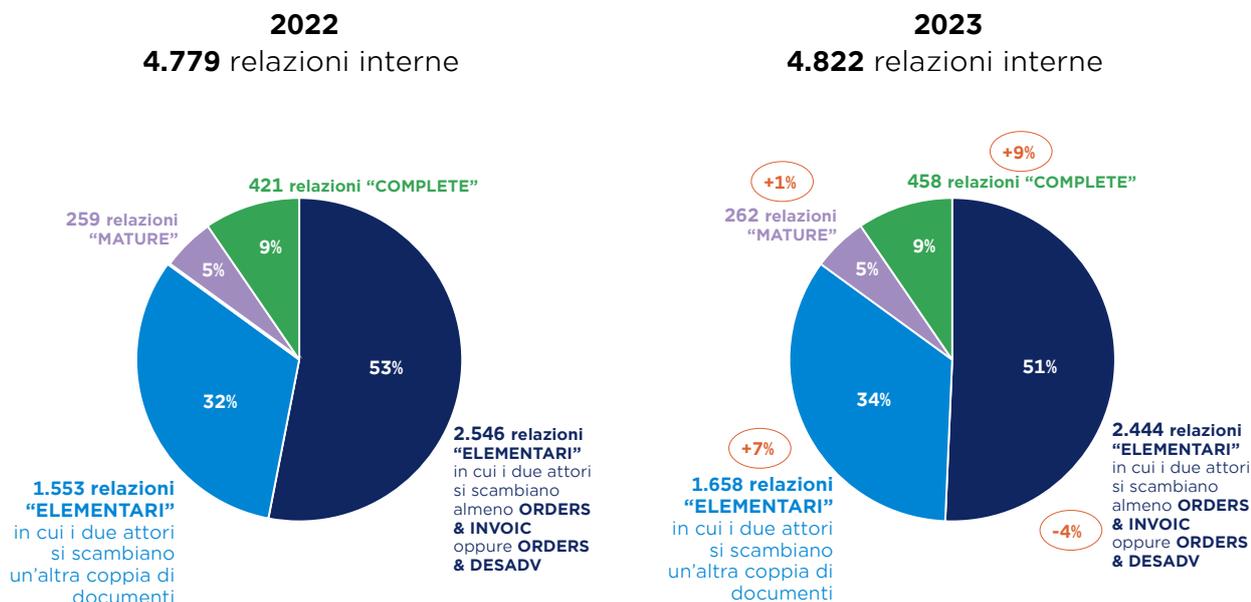
Rispetto al 2022, si osserva una diminuzione del 4% nelle relazioni elementari legate ai documenti tipici del ciclo dell'ordine, a favore di un incremento nelle relazioni considerate mature e complete. Questo trend suggerisce che le imprese che adottano l'EDI per i documenti principali stanno progredendo verso un utilizzo più avanzato.

Le relazioni mature, ossia quelle che includono la tripletta ORDERS, DESADV e INVOIC, registrano una crescita dell'1%, passando da 259 nel 2022 a 262 nel 2023. Le relazioni complete, che aggiungono almeno un altro tipo di messaggio, mostrano invece un incremento più significativo (+9%), passando da 421 nel 2022 a 458 nel 2023. La maggior parte di queste relazioni (425, pari al 93% della categoria) include l'aggiunta di un solo documento, mentre in 31 casi vengono aggiunti due documenti e in soli 2 casi se ne aggiungono tre, raggiungendo così lo scambio complessivo di sei diverse tipologie di messaggi.

## +9%

Incremento delle relazioni complete, che aggiungono almeno un altro tipo di messaggio

Figura 11 - Le relazioni interne all'ecosistema: numeri e tendenze rispetto al 2022



Le imprese coinvolte in queste relazioni si distribuiscono come segue: 1.348 sono quelle partecipanti alle relazioni elementari, che, come già anticipato, registrano una leggera flessione del -1% rispetto al 2022. 887 imprese, invece, sono coinvolte nello scambio di almeno ORDERS & INVOIC oppure ORDERS & DESADV, con una diminuzione del -4% rispetto all'anno precedente. Al contrario, cresce il numero di imprese appartenenti a categorie con un maggior livello di maturità: le 127 imprese coinvolte nello scambio della triade base di documenti ORDERS & DESADV & INVOIC aumentano del +2%, mentre le 334 imprese che partecipano a relazioni complete vedono un incremento del +8%.

In sintesi, l'adozione dell'EDI continua a mostrare un trend positivo di adozione e di evoluzione verso una crescente maturità all'interno del settore del largo consumo. Le aziende che utilizzano EDI in maniera strutturale stanno progredendo verso una sempre maggiore consapevolezza dei suoi benefici, con un numero crescente di relazioni che scambiano più documenti e una maggiore integrazione dei messaggi afferenti alle fasi principali del ciclo dell'ordine.

Tuttavia, nonostante questi progressi, i numeri complessivi restano ancora limitati e sono concentrati su una porzione ristretta del mercato potenziale del settore. Per favorire un'ulteriore diffusione dell'EDI e un consolidamento dell'ecosistema, è fondamentale intensificare gli sforzi per coinvolgere un numero maggiore di aziende, incluse le PMI, che oggi rimangono ancora in una fase iniziale o limitata di

utilizzo. Da un'analisi parallela sull'adozione da parte delle aziende della filiera, infatti, questo rappresenta una dei fattori maggiormente bloccanti per una diffusione dell'EDI più estesa e pervasiva nella filiera.

L'ingresso di un numero maggiore di aziende nell'ecosistema EDI, infatti, genererebbe un valore significativo per tutti i soggetti coinvolti, creando meccanismi di network che favorirebbero scambi più rapidi e faciliterebbero l'attivazione di nuove relazioni, riducendo i costi operativi e aumentando la competitività. Innescando un circolo virtuoso di crescita ed efficienza, l'ampliamento dell'ecosistema permetterebbe alle imprese di beneficiare di una maggiore visibilità e di un migliore allineamento dei processi lungo tutta la catena del valore.

Un altro importante cantiere di lavoro riguarda il consolidamento delle relazioni già esistenti attraverso l'aggiunta di ulteriori messaggi, che permetterebbero di valorizzare in modo più maturo l'utilizzo dell'EDI. Tuttavia, su questo fronte le aziende si trovano ad affrontare diverse difficoltà. Tra le principali menzionate, vi è l'indisponibilità da parte della controparte nello scambio, che spesso percepisce l'aggiunta di messaggi come un fattore di "rigidità" nelle dinamiche della relazione. In altri casi, la necessità di interfacciarsi con un team IT ubicato all'estero, soprattutto nel caso di multinazionali, può complicare ulteriormente il processo. A ciò si aggiunge la carenza di risorse economiche o di competenze tecniche, che in alcune organizzazioni rappresentano ostacoli significativi alla piena adozione dell'EDI.

## Conclusioni

---

Il Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo edizione 2024 evidenzia un consolidamento costante dell'utilizzo di questa tecnologia, con un progressivo miglioramento soprattutto nelle aziende che hanno già un utilizzo più maturo. Queste imprese non solo scambiano una varietà maggiore di documenti, ma si relazionano anche con un numero più ampio di partner di business.

Questo trend positivo dimostra che l'EDI sta diventando una risorsa sempre più integrata nelle operazioni quotidiane delle aziende attive, contribuendo a una maggiore efficienza e a una gestione dei processi più fluida e collaborativa nella filiera.

Il numero delle aziende connesse continua a crescere, superando quest'anno la soglia delle 8.000 unità. In aggiunta, si è registrato un consolidamento nell'uso di messaggi logistici come l'avviso di spedizione (DESADV), che completano le relazioni basate su EDI e rappresentano la prossima grande sfida per la digitalizzazione della filiera.

Anche se alcuni trend mostrano un lieve rallentamento rispetto al 2022, i retailer si confermano come i principali promotori dell'adozione dell'EDI. La loro propensione a consolidarne l'utilizzo, in particolare per lo scambio di messaggi logistici, è probabilmente il risultato

della consapevolezza acquisita dopo le difficoltà affrontate durante l'emergenza pandemica e le successive crisi delle supply chain. Questi eventi hanno infatti accelerato la digitalizzazione dei processi di relazione nelle catene di fornitura, rivelando i benefici tangibili di un sistema più connesso e integrato.

Tuttavia, il monitoraggio ha anche evidenziato che, nonostante l'adozione crescente, molte aziende continuano a sottoutilizzare l'EDI. In questi casi, infatti, gli scambi sono limitati a una sola tipologia di documento, solitamente la fattura (che peraltro già viaggia sul flusso SdI), spesso solo per soddisfare i requisiti imposti dai partner di business più grandi, dimostrando una scarsa consapevolezza del potenziale dell'EDI. La vera sfida in questi casi è sensibilizzare queste aziende -già connesse all'ecosistema- verso una valorizzazione più piena di questo canale, per massimizzare i benefici che possono derivare da un uso più ampio e maturo.

Infine, è importante sottolineare che le oltre 8 mila aziende identificate nel monitoraggio, per quanto in crescita lenta e costante negli ultimi anni, sono ancora poche rispetto al numero potenziale di attori della filiera. Nonostante i progressi, quindi, sussistono ancora ampi margini di miglioramento. Le strategie per i prossimi anni dovranno concentrarsi su un allargamento della base di aziende aderenti all'ecosistema EDI, con particolare attenzione alle PMI, che rappresentano una parte fondamentale del tessuto imprenditoriale domestico. La digitalizzazione dei processi è, infatti, un fattore abilitante per la competitività delle imprese: specialmente nel contesto italiano, che sta attraversando da anni difficoltà economiche, diventa ancor più cruciale per il rilancio e la crescita del sistema produttivo nel suo complesso.

# Glossario

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

**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).

**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

**Molto più 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 più di 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 Paleocapa, 7

20121, Milano

**T** +39 02 7772121

**E** info@gs1it.org

**gs1it.org**

