

Edizione 2025

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 2025, 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 2025

Nuove sfide per l'EDI	4
Il contesto di riferimento	5

Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia 6

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	10
I messaggi scambiati nel circuito Euritmo®	11
Le transazioni attive	15
La maturità dell'EDI nel largo consumo: le relazioni interne	16
Conclusioni	18

Glossario 20

Nuove sfide per l'EDI



Andrea Ausili

CIO, standards & innovation
director, GS1 Italy

Il monitoraggio annuale sull'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia non rappresenta solo un consuntivo statistico, ma si conferma, edizione dopo edizione, uno strumento essenziale per misurare la temperatura digitale del nostro sistema produttivo. Analizzando i dati di questa edizione 2025, che fotografano le performance dell'anno appena trascorso, ci troviamo di fronte a uno scenario caratterizzato da una evidente dicotomia.

Da un lato, i numeri confermano la solidità strutturale dell'ecosistema: i volumi di interscambio tengono e la tecnologia EDI si dimostra, ancora una volta, l'infrastruttura critica che garantisce la continuità operativa della filiera del largo consumo. Dall'altro, tuttavia, emerge una stazionarietà qualitativa che deve far riflettere. Troppe aziende continuano a interpretare l'adozione dell'EDI come un mero adempimento tecnico o un obbligo di "compliance" imposto dai partner commerciali più grandi. Questo approccio difensivo si traduce in una prevalenza ancora troppo marcata di relazioni "mono-documento", limitate spesso alla sola fattura o all'ordine, lasciando inesplorato il vasto potenziale di efficienza che deriva dalla digitalizzazione dell'intero ciclo dell'ordine.

È fondamentale comprendere che lo scenario esterno sta cambiando con una rapidità senza precedenti. Se fino a ieri l'efficienza operativa era il driver principale, oggi la spinta decisiva arriva dalla **compliance normativa europea**, che sta alzando l'asticella su due fronti paralleli:

1. **Sostenibilità e Tracciabilità (EUDR):** Il Regolamento europeo sulla deforestazione impone agli operatori di raccogliere e trasmettere dati granulari lungo tutta la catena di fornitura, fino all'origine delle materie prime. Gestire questa complessità con processi manuali è impensabile; l'EDI standardizzato diventa l'unico veicolo capace di trasportare queste informazioni in modo massivo e sicuro.
2. **Logistica e Trasporti (eFTI):** Il Regolamento eFTI (Electronic Freight Transport Information) sta accelerando la transizione verso la completa digitalizzazione dei documenti di trasporto. L'obiettivo è creare un ambiente interoperabile in cui le informazioni viaggino digitalmente tra operatori economici e autorità competenti, rendendo l'adozione di standard condivisi non più un'opzione, ma un requisito strutturale.

La sfida che GS1 Italy pone all'intero comparto per il prossimo futuro è dunque chiara: dobbiamo sbloccare il livello successivo. È necessario superare le barriere culturali e investire nell'estensione dei flussi, passando dalla semplice gestione dell'ordine all'integrazione dell'Avviso di Spedizione (DESADV) e alla gestione completa degli stati di avanzamento. Solo così le aziende potranno trasformare l'adeguamento normativo da costo puro a vantaggio competitivo, abilitando una logistica predittiva e realmente sostenibile.

Il contesto di riferimento

La trasformazione digitale dei processi aziendali sta ridefinendo le modalità con cui le organizzazioni gestiscono e scambiano documenti, spingendo verso soluzioni sempre più integrate ed efficienti. In questo scenario, il mercato italiano del Digital Document Management & Exchange ha raggiunto nel 2024 un valore di 2,3 miliardi di euro, registrando una crescita del 13% rispetto ai 2,03 miliardi del 2021. Questo sviluppo testimonia una crescente consapevolezza da parte delle imprese circa l'importanza strategica della digitalizzazione documentale, non solo per migliorare l'efficienza operativa interna, ma anche per ottimizzare gli scambi con i partner commerciali.

La ripartizione del mercato evidenzia come la gestione interna dei documenti rappresenti ancora la quota maggioritaria con 1.238 milioni di euro (54% del totale), mentre lo scambio esterno – che include l'Electronic Data Interchange (EDI) – ammonta a 894 milioni di euro (39%)¹. Questa distribuzione evidenzia come la digitalizzazione non possa limitarsi ai soli processi interni, ma debba necessariamente estendersi anche alle relazioni esterne con partner commerciali e lungo tutta la filiera per generare valore reale, abilitare l'integrazione tra organizzazioni e costruire una competitività sistemica.

All'interno di questo ecosistema, l'EDI rappresenta una delle tecnologie più mature e strategiche per l'automazione dei flussi documentali B2b. Le aziende che hanno adottato questa soluzione ne riconoscono chiaramente i benefici: il 67% evidenzia la velocizzazione dei processi, il 41% la semplificazione dell'integrazione con i partner commerciali e il 34% vantaggi nel controllo e nella previsione dei flussi. Tra i documenti più frequentemente scambiati tramite EDI figurano fatture, ordini e conferme d'ordine, seguiti da messaggi logistici e richieste di modifica dell'ordine, confermando come la tecnologia sia particolarmente efficace nella gestione delle transazioni core della supply chain.

Nonostante questi vantaggi tangibili, l'adozione dell'EDI nel tessuto imprenditoriale italiano rimane ancora limitata: solo il 25% delle imprese ha implementato questa tecnologia nel 2024, con un divario significativo tra grandi aziende (57% di adozione) e PMI (25%)². La scarsa diffusione non riflette una mancanza di valore – l'EDI ha infatti generato oltre 62 miliardi di euro negli scambi B2b nel 2024 – quanto piuttosto una diffusa mancanza di consapevolezza sui benefici dell'adozione: il 65% delle imprese non ha nemmeno valutato l'ipotesi di introdurre questa tecnologia. In questo contesto, il settore del largo consumo rappresenta un comparto di analisi particolarmente interessante, dove GS1 Italy svolge un ruolo chiave come facilitatore del dialogo tra aziende, associazioni e istituzioni. Anche quest'anno GS1, 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® – Comarch, 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:

1. Numerosità e tipologia degli attori coinvolti negli scambi.
2. Numerosità dei messaggi scambiati classificati per singola tipologia di attore.
3. Trend di sviluppo degli ultimi tre anni
4. 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

¹ Il restante 7% fa riferimento ad altre soluzioni come ad esempio l'automazione di processo.

² Il dato di adozione del 25% fa riferimento a un campione focalizzato su filiere particolarmente rilevanti per l'EDI, con particolare attenzione al largo consumo e ai settori manifatturieri dove la tecnologia ha maggiore maturità e diffusione. Rispetto al dato del 13% riportato nell'edizione precedente della ricerca, che considerava l'universo complessivo delle imprese italiane includendo anche settori con adozione marginale dell'EDI, il perimetro di analisi è stato ridefinito per concentrarsi sulle filiere dove il digitale rappresenta effettivamente uno strumento strategico per la gestione dei flussi documentali B2b.

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.

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.

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.
- INSDES: istruzioni di spedizione.
- RETINS: istruzioni per il reso.
- PRODAT: dati di prodotto.
- PARTIN: anagrafica delle parti.
- IFTCCA: costo della spedizione del trasporto.

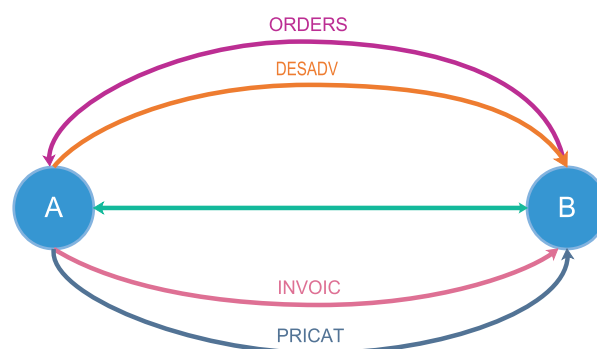
Questi messaggi sono monitorati a partire dal 2017 sebbene il loro utilizzo sia ancora limitato.

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 solo due documenti.
- **Mature**: in cui i due attori scambiano solo tre documenti.
- **Complete** in cui i due attori scambiano quattro o più documenti.

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.

I provider Euritmo

All'edizione 2025 del Monitoraggio hanno partecipato i seguenti provider certificati:

Comarch

Comarch è una software house internazionale con oltre 30 anni di esperienza, specializzata nel supportare le imprese nella trasformazione digitale. Soluzioni IT proprietarie, semplici, scalabili e flessibili. Offre una piattaforma di ultima generazione che automatizza i processi di Supply Chain e di Fatturazione Elettronica, sia a livello italiano che internazionale. La piattaforma consente alle aziende di gestire la comunicazione interna ed esterna con tutti i partner, inclusi fornitori, clienti e operatori logistici, su scala globale. Grazie a questa soluzione, è possibile ottimizzare lo scambio di dati commerciali, logistici, finanziari e di prodotto, migliorando i risultati e aumentando la competitività aziendale.

Intesa (a Kyndryl company)

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

Tekne (a Vargroup company)

Tekne è presente da oltre 30 anni nel mercato delle soluzioni e dei servizi per le aziende della GDO. Dal 2020 è parte della famiglia Var Group, leader italiano ICT. Grazie all'esperienza e alle competenze acquisite nei processi B2b di scambio di informazioni tra gli attori della filiera alimentari, oggi la piattaforma di Tekne per la Supply Chain Collaboration gestisce i principali flussi tra partner commerciali (compresa la PA) come quelli amministrativi, logistici, bancari, fiscali e contrattuali, supportati da tecnologie innovative come Intelligenza Artificiale, Blockchain e Internet of Thing, nel rispetto degli standard italiani ed europei di comunicazione digitale.

Tesisquare®

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

Al monitoraggio partecipa anche:

Procedo

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

Le aziende attive che hanno scambiato messaggi nel 2024

Nel 2024, sono state 8.042 le aziende che hanno scambiato almeno un messaggio EDI utilizzando gli standard globali GS1, registrando una lieve contrazione del -1% rispetto all'anno precedente, dopo la crescita del +3% registrata nel 2023. Questo rallentamento, pur minimo, segnala una fase di sostanziale stabilità dell'ecosistema di aziende coinvolte, che appare ormai consolidato ma che fatica a espandersi.

Analizzando la composizione di queste 8.042 imprese, il 47% (pari a 3.755 imprese, inclusi 150 operatori della filiera degli elettrodomestici e dell'elettronica di consumo) è attivo all'interno del circuito Euritmo®, mentre il restante 53%³ comprende aziende che, pur non facendo parte formalmente del circuito, utilizzano gli standard GS1 per scambiare messaggi con i propri partner commerciali (vedi figura 2).

³ Dato stimato a partire dai 6.614 UNB (punti di ricezione/invio codificati) attivi nel 2024 ma non afferenti all'ecosistema dei VAN.

Dal punto di vista della composizione per tipologia di operatore, come evidenziato in Figura 3, delle 3.755 imprese attive nell'ecosistema Euritmo®, la netta prevalenza è rappresentata dai produttori (4.490), seguiti dai retailer (538) e dalle terze parti logistiche (3PL, 10). Quest'ultima categoria risulta significativamente sottorappresentata 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, accentrando di conseguenza anche la rilevazione in questo monitoraggio.

Inoltre, alcune aziende possono assumere ruoli differenti a seconda delle relazioni con specifici partner di business e della tipologia di messaggi gestiti. Ad esempio, un distributore potrebbe essere classificato come tale nella maggior parte delle sue interazioni, ma venire identificato come produttore nell'interfaccia con un grande marketplace. Questa flessibilità di categorizzazione implica che la somma dei ruoli rilevati superi il numero effettivo di imprese uniche analizzate, riflettendo la complessità e la versatilità delle relazioni commerciali nel contesto del largo consumo.

Figura 2 – Le aziende attive nel 2023 vs 2022

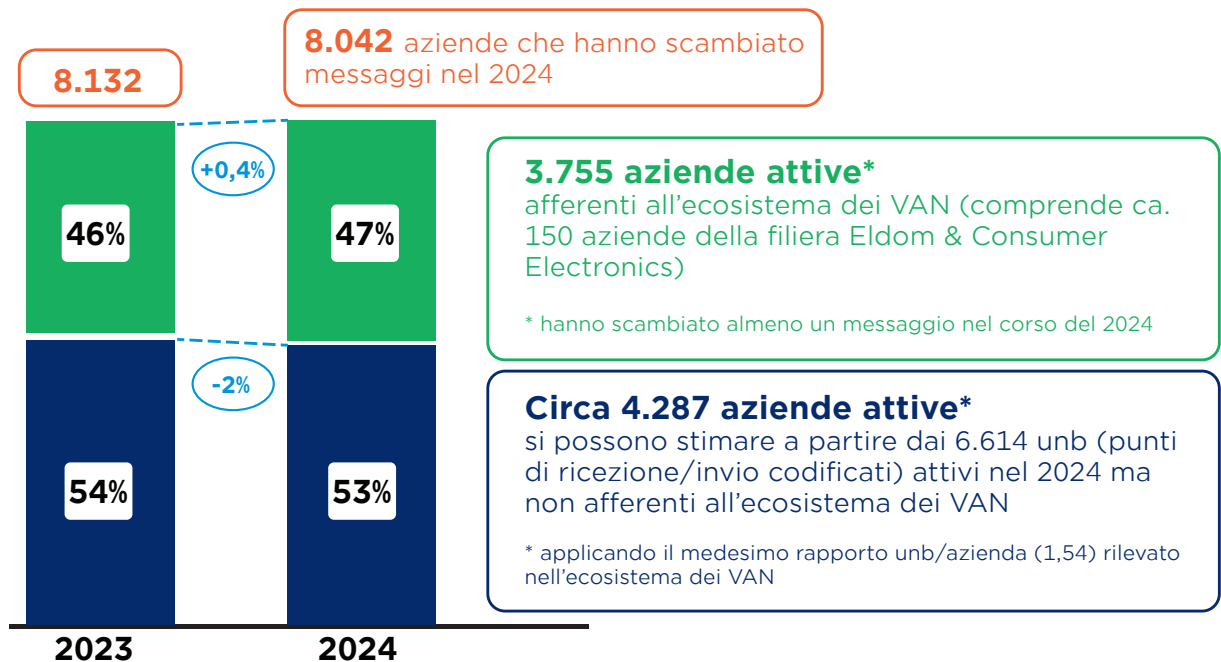
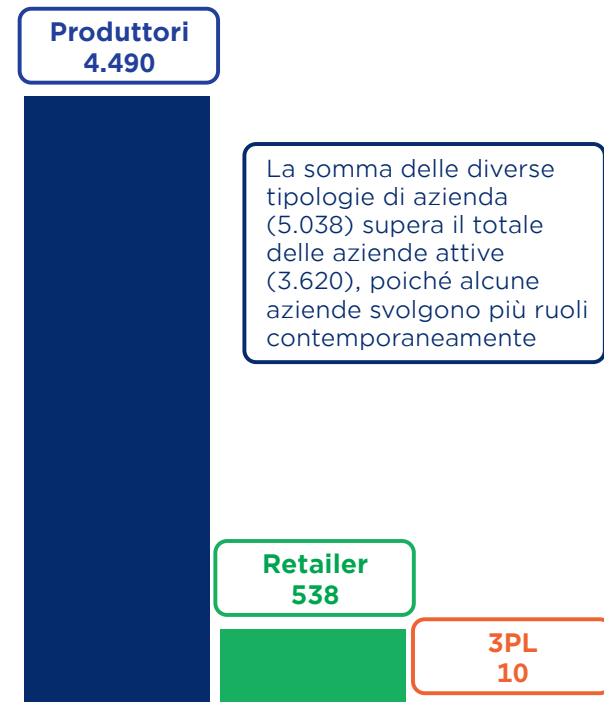


Figura 3 – I ruoli delle aziende attive all'interno dell'ecosistema



Guardando la tendenza nell'ultimo biennio, delle 3.740 aziende attive nel 2023, ben 3.392 hanno continuato a utilizzare l'EDI per lo scambio di messaggi con i propri partner commerciali nel 2024, consolidandone l'adozione. Questo dato, che corrisponde a un tasso di continuità del 91%, dimostra che **la grande maggioranza degli utilizzatori riconosce concretamente i benefici dell'EDI e sceglie di mantenerlo come strumento strategico** per le proprie relazioni di filiera. Si tratta con ogni probabilità di aziende molto grandi e strutturate, per le quali l'EDI è diventato ormai imprescindibile per il coordinamento operativo lungo la filiera, confermando che una volta implementato, lo strumento diventa parte integrante dei processi aziendali e difficilmente viene abbandonato.

Tuttavia, l'ecosistema mostra anche movimenti fisiologici che meritano attenzione: a fronte di 348 aziende non più attive nel 2024, se ne aggiungono 363 nuove, generando un saldo positivo di 15 unità. Questa dinamica suggerisce che **il numero di aziende utilizzatrici dell'EDI sembra aver raggiunto un plateau**, con un ecosistema consolidato nel suo

nucleo centrale ma con difficoltà di coinvolgimento di nuovi operatori. Per ampliare la base di adozione, **saranno necessarie strategie mirate** che affrontino le barriere più frequentemente segnalate dalle aziende (scarsa consapevolezza, difficoltà a sostenere e/o giustificare l'investimento per l'attivazione del canale o l'estensione del numero di messaggi, carenza di competenze tecnologiche e organizzative), che comunichino efficacemente i benefici concreti della tecnologia e, soprattutto, che **facilitino l'integrazione dell'EDI nei processi e nei sistemi gestionali già in uso** dalle imprese, riducendo la complessità percepita dell'implementazione.

In maniera speculare a quanto descritto per le aziende "fedeli" all'EDI, le 348 imprese uscite e, in parte, anche le 363 nuove entranti sono probabilmente aziende di dimensioni più contenute che attivano il canale EDI solo su richiesta specifica di alcuni partner commerciali strategici, per poi dismetterlo al termine di queste necessità o collaborazione. Questa volatilità selettiva evidenzia come per le PMI l'EDI rappresenti ancora un investimento percepito come non essenziale o troppo oneroso da mantenere nel lungo periodo, confermando il divario strutturale nell'adozione tra grandi imprese e piccole-medie realtà.

Tabella 1 – numero di aziende 2024

Totale aziende 2024	3.755
Di cui rimaste attive dal 2023	3.392
Di cui nuove attivate nel 2024	363
Aziende 2023 non più attive nel 2024	348

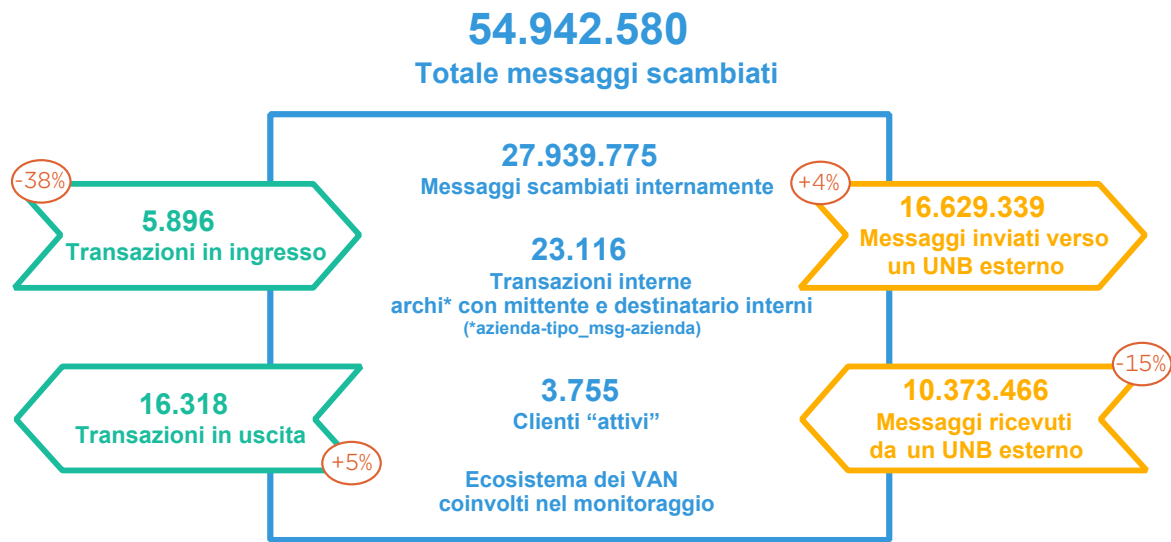
I messaggi scambiati nel circuito Euritmo®

Le 8.042 imprese censite scambiano complessivamente circa 55 milioni di messaggi. Di questi circa 28 milioni (pari al 51% del totale) sono trasmessi internamente all'ecosistema, 16,6 milioni sono inviati a utenti esterni (30%) e 10,3 milioni sono ricevuti da UNB⁴esterni (19%).

A questi messaggi corrispondono 23.116 transazioni interne, poco più di 5.800 transazioni in ingresso e circa 16.000 transazioni in uscita (vedi figura 4).

⁴ 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.

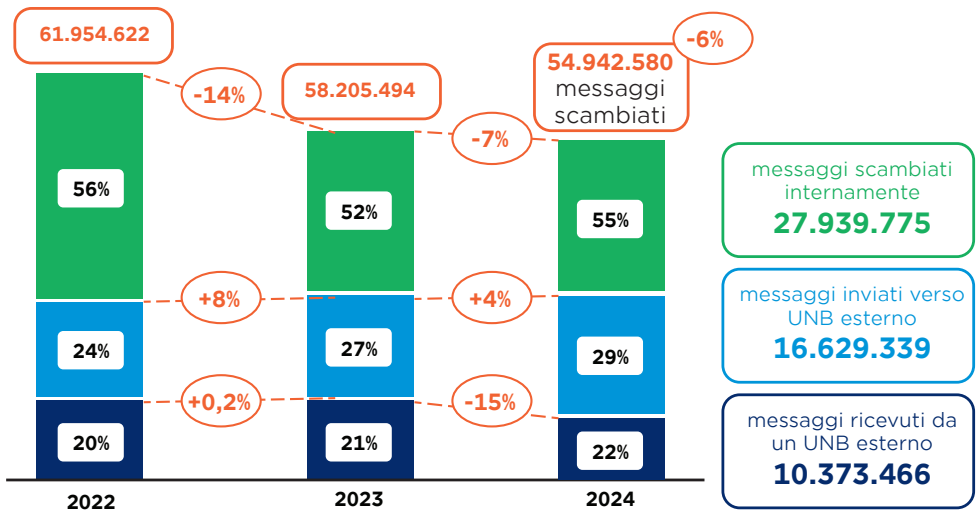
Figura 4 – Numero di messaggi scambiati nel 2024: dati aggregati



Rispetto al 2023, si osserva una diminuzione del -6% nel numero complessivo di messaggi scambiati (vedi figura 5). La contrazione è imputabile principalmente al decremento del -15% dei messaggi ricevuti da UNB esterni all'ecosistema, una flessione marcata che non viene compensata dalla crescita, decisamente più contenuta, del +4% dei messaggi inviati verso UNB esterni. Questa asimmetria tra flussi in entrata e in uscita suggerisce diverse riflessioni.

Da un lato, la forte riduzione dei messaggi in ingresso da operatori esterni all'ecosistema dei VAN monitorati potrebbe indicare una variazione nell'utilizzo dell'EDI da parte di questi attori. Dall'altro lato, la moderata crescita dei messaggi in uscita (+4%) verso partner esterni testimonia una sostanziale tenuta dell'operatività delle imprese dell'ecosistema verso l'esterno, suggerendo che le aziende all'interno del circuito mantengono un livello di attività stabile o in leggera espansione nelle relazioni con operatori non inclusi nell'ecosistema dei VAN.

Figura 5 – Numero di messaggi scambiati nell'ultimo triennio



Nel complesso, queste dinamiche evidenziano fisiologiche variazioni nello stack tecnologico utilizzato dalle aziende per connettersi all'interno della filiera, riflettendo una fase di trasformazione tecnologica e organizzativa più che un declino dell'EDI. Un elemento chiave riguarda l'emergere di portali collaborativi come alternativa crescente all'EDI tradizionale, soprattutto per le relazioni con operatori di dimensioni più contenute. I portali offrono vantaggi concreti in termini di semplicità di accesso (web app, link via email o altre soluzioni di messaggistica senza necessità di installazioni) e si rivelano particolarmente efficaci nel mondo trasporti e logistica, dove è necessario ingaggiare referenti in mobilità. Per le piccole imprese, l'accesso a un portale risulta spesso più immediato e meno oneroso rispetto all'attivazione di un progetto EDI completo, generando una graduale sostituzione di alcune relazioni EDI con modalità collaborative alternative.

Parallelamente, si osserva un crescente interesse verso l'integrazione dell'EDI con tecnologie emergenti, in particolare l'Intelligenza Artificiale, con l'obiettivo di sfruttare i dati strutturati scambiati via EDI per generare capacità analitiche e predittive avanzate, arricchendo la comprensione dei fenomeni di filiera e rivitalizzando il valore strategico dell'EDI alla luce delle nuove possibilità tecnologiche.

Approfondendo le tipologie di messaggi EDI scambiati nel 2024 (vedi figura 6), emerge un quadro di contrazione generalizzata che interessa la maggior parte delle categorie documentali. Fanno eccezione alcune tipologie in controtendenza, principalmente legate ai processi logistici, come i messaggi di avviso di spedizione (DESADV, +2%) e i messaggi di conferma di ricezione merci (RECADV, +1%), insieme a cataloghi elettronici (PRICAT, +3%) e schede prodotto (PRODAT, +32%). I messaggi che registrano le flessioni più significative sono i report di inventario (INVRPT, -29%) e gli avvisi di pagamento (REMADV, -42%), sebbene per quest'ultima tipologia si tratti di volumi complessivamente contenuti.

Approfondendo le cause dietro queste variazioni, emergono dinamiche specifiche per ciascuna tipologia documentale.

La riduzione delle fatture è direttamente collegata alla volontà di dismettere il doppio flusso da parte di alcuni attori. Infatti, sebbene molte aziende decidano comunque di mantenerlo per consentire lo scambio di informazioni ulteriori oltre il tracciato XML, altre ritengono sufficiente il solo Sistema di Interscambio

e stanno progressivamente rinunciando al messaggio EDI. Questa dinamica rende particolarmente fragili le relazioni mono-documento basate sulla sola fattura, con il rischio concreto di interruzione nei prossimi anni.

Al contrario, la tenuta e la crescita dei messaggi logistici trovano spiegazione in spinte normative verso una maggiore digitalizzazione di questi processi e una crescente sensibilità sulla tracciabilità di filiera. Si osservano incrementi significativi nelle attivazioni degli avvisi di spedizione, concentrati in settori come ittico e carni, dove le normative richiedono informazioni puntuali che devono arrivare fino al consumatore finale e dove l'EDI diventa il veicolo naturale per portare a valle queste informazioni. La digitalizzazione dei trasporti a livello normativo sta inoltre spingendo molte aziende a considerare l'EDI come primo passo per gestire la digital delivery, con un'attenzione crescente verso la bolla elettronica come punto di partenza per prepararsi ai nuovi adempimenti.

La forte contrazione dei report di inventario (INVRPT) è invece attribuibile a un cambiamento nelle modalità di condivisione delle giacenze: molte relazioni stanno sostituendo i messaggi strutturati con portali collaborativi che offrono visibilità real-time sugli stock in modo più immediato e interattivo specialmente nelle relazioni con attori di dimensione media.

Analizzando nel dettaglio i volumi assoluti, la fattura si conferma al primo posto con circa 14,5 milioni di scambi, sebbene si registri un'importante flessione (-1,3mln di messaggi, pari a -8% rispetto al 2023). Nonostante la parallela esistenza del Sistema di Interscambio per finalità fiscali, si conferma comunque il ruolo centrale di questo documento nell'ecosistema EDI, specialmente perché molte relazioni tra aziende sono basate proprio su questo messaggio (cfr. Capitolo. La maturità dell'EDI nel largo consumo: le relazioni interne).

Al secondo posto si colloca l'ordine (ORDERS), con 13,4 milioni di messaggi, in diminuzione del -1% rispetto all'anno precedente, seguito dall'avviso di spedizione (DESADV), che raggiunge i 13,3 milioni di scambi. Quest'ultima categoria rappresenta un caso particolarmente interessante: dopo una crescita significativa del +14% nel 2022 e un ulteriore incremento del +8% nel 2023, nel 2024 l'espansione prosegue ma con un ritmo più contenuto (+2%). Questo andamento suggerisce che, anche per i principali messaggi logistici, si sia ormai raggiunto un soddisfacente livello di adozione consolidato tra le imprese.

Tabella 6 – Totale messaggi gestiti per tipo di documento

GESTITI	2023	2024	TREND
ORDERS	13.540.378	13.434.699	(1%)
ORDRSP	6.264.059	5.696.098	(9%)
ORDCHG	169.301	141.324	(17%)
DESADV	12.985.140	13.276.810	2%
INVOIC	15.861.141	14.540.185	(8%)
INVRPT	7.028.354	4.956.561	(29%)
RECADV	356.078	359.810	1%
REMADV	3.762	2.188	(42%)
PRICAT	156.453	160.401	3%
PRODAT	178.666	234.964	32%
TOTALE	58.205.494	54.942.580	-6%

Pur rimanendo l'EDI uno strumento fondamentale per migliorare l'efficienza e la collaborazione tra le imprese, nel 2024 emerge un segnale di rallentamento. I distributori registrano infatti una riduzione del volume di messaggi scambiati del -4%, passando da 37,6 a 36 milioni, mentre i produttori mostrano una contrazione più marcata del -11%, da 36,7 a 32,7 milioni di messaggi.

Analizzando nel dettaglio le dinamiche, la forte riduzione dei produttori è largamente attribuibile al crollo dei report di inventario (INVRPT, -59%), che passano da 6,4 a 2,6 milioni di messaggi. Questa contrazione viene solo parzialmente compensata dalla crescita degli ordini ricevuti (ORDERS, +7,4%) e dei messaggi di ricezione merci (RECADV, +4%), che testimoniano una sostanziale tenuta dei messaggi "core" alla base delle transazioni (vedi figura 7).

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

GESTITI	2023 PRODUTTORI	2024 PRODUTTORI	TREND	2023 RETAILER	2024 RETAILER	TREND
ORDERS	8.568.654	9.201.903	7,4%	9.192.552	7.892.266	(14%)
ORDRSP	1.932.494	1.603.992	(17%)	5.583.779	4.832.740	(13%)
ORDCHG	167.763	139.200	(17%)	32.327	37.666	17%
DESADV	7.890.156	7.955.673	1%	9.483.725	9.740.942	3%
INVOIC	11.388.652	10.852.428	(5%)	9.595.207	8.506.201	(11%)
INVRPT	6.431.234	2.648.723	(59%)	3.190.762	4.348.708	36%
RECADV	155.331	160.939	4%	266.236	270.250	2%
REMADV	3.505	2.049	(42%)	1.256	1.071	(15%)
PRICAT	140.473	144.987	3%	122.858	123.003	0%
PRODAT	12.934	3.724	(71%)	168.780	224.623	33%
TOTALE	36.691.196	32.713.618	(11%)	37.637.482	35.977.470	(4%)

Sul fronte dei retailer, i cali più significativi riguardano le fatture ricevute (INVOIC, -11%) e gli ordini emessi (ORDERS, -14%). Interessante notare come i retailer, al contrario dei produttori, aumentino i report di inventario (INVRPT, +36%) e i dati prodotto (PRODAT, +33%).

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

GESTITI	2023 PRODUTTORI	2024 PRODUTTORI	TREND	2023 RETAILER	2024 RETAILER	TREND
ORDERS	983.760	2.887.351	194%	8.840.282	7.603.248	(14%)
ORDRSP	1.376.273	1.187.701	(14%)	3.896.249	3.609.700	(7%)
ORDCHG	99	12.819	12848%	32.296	37.653	17%
DESADV	6.939.848	7.022.249	1%	2.571.455	3.032.687	18%
INVOIC	10.608.457	10.121.835	(5%)	2.334.222	2.296.431	(2%)
INVRPT	4.318.977	397.468	(91%)	2.497.838	4.346.000	74%
RECADV	11.735	20.706	76%	256.346	264.731	3%
REMADV	75	264	252%	1.161	1.017	(12%)
PRICAT	138.187	143.336	4%	13.491	13.788	2%
PRODAT	12.787	13.653	7%	-	-	-
TOTALE	24.390.198	21.807.382	-11%	20.443.340	21.205.255	4%

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

GESTITI	2023 PRODUTTORI	2024 PRODUTTORI	TREND	2023 RETAILER	2024 RETAILER	TREND
ORDERS	7.943.054	7.417.420	(7%)	1.924.209	1.970.459	2%
ORDRSP	557.251	580.038	4%	4.441.191	3.737.330	(16%)
ORDCHG	167.664	126.381	(25%)	31	13	(58%)
DESADV	1.550.919	1.560.340	1%	8.314.381	8.076.682	(3%)
INVOIC	2.114.325	2.098.726	(1%)	8.586.387	7.377.505	(14%)
INVRPT	4.349.715	2.306.308	(47%)	697.099	847.969	22%
RECADV	144.717	151.706	5%	39.565	36.639	(7%)
REMADV	3.430	1.869	(46%)	153	129	(16%)
PRICAT	21.730	22.544	4%	120.823	121.336	0%
PRODAT	147	71	(31%)	168.780	224.623	(31%)
TOTALE	16.852.952	14.265.403	(15%)	24.292.619	22.392.685	(8%)

Le transazioni attive

Esaminando le transazioni (vedi figura 8), ovvero l'interazione univoca tra azienda mittente, azienda destinataria e tipologia di documento scambiato, nel 2024 sono state registrate complessivamente 45.330 transazioni, di cui 23.116 (circa il 52%) interne all'ecosistema dei VAN e riguardanti le 3.755 aziende attive. Questo indicatore mostra un trend negativo nel 2024, con un decremento del -7% rispetto alle 48.282 transazioni del 2023, confermando una fase di riassetto delle relazioni commerciali che si riflette non solo sui volumi di messaggi ma anche sulla numerosità e sulla varietà delle partnership attive. Essendo strettamente correlato ai flussi di messaggi, risente infatti in modo diretto dei trend di flessione già osservati.

L'analisi delle singole tipologie documentali rivela che le transazioni di ordini (ORDERS) subiscono una contrazione del -6%, passando da 16.897 a 15.916, segnalando che un numero minore di coppie azienda-fornitore sta gestendo tramite EDI questo messaggio. Analogamente, gli scambi di fatture (INVOIC) calano del -12%, scendendo da 17.200 a 15.139, rappresentando la riduzione più significativa in termini assoluti. Questo dato è particolarmente rilevante perché la fattura è storicamente il documento più scambiato e la sua contrazione nelle transazioni suggerisce una riduzione effettiva del numero di relazioni commerciali attive.

Tabella 10 – Numero di transazioni attive nel 2024 e trend rispetto al 2023

	2023	2024	TREND
ORDERS	16.897	15.916	(6%)
ORDRSP	4.760	4.556	(4%)
ORDCHG	143	116	(19%)
DESADV	7.013	7.371	5%
INVOIC	17.200	15.139	(12%)
INVRPT	816	829	2%
RECADV	264	245	(7%)
REMA DV	32	24	(25%)
PRICAT	961	842	(12%)
PRODAT	21	15	(29%)
TOTALE	48.282	45.330	(6%)

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

Nel 2024, le relazioni interne – definite come le coppie formate da un'azienda mittente e un'azienda destinataria, indipendentemente dal tipo di documento scambiato – ammontano a 13.535, generate dalle 3.755 imprese attive all'interno dell'ecosistema dei VAN.

Questo valore rappresenta un lieve incremento rispetto alle 13.477 relazioni registrate nel 2023, segnalando comunque una sostanziale stabilità nella rete di partnership commerciali che utilizzano l'EDI, nonostante la contrazione nei volumi complessivi di messaggi e transazioni evidenziata in precedenza.

L'analisi della maturità delle relazioni EDI rivela però un quadro caratterizzato da ampi margini di miglioramento. Il 64% delle relazioni (pari a 8.664 coppie di aziende) si trova ancora in una fase iniziale di utilizzo dell'EDI, essendo limitato allo scambio di un solo tipo di documento. Questa elevata concentrazione di relazioni “mono-documento” testimonia come l'adozione dell'EDI rimanga spesso parziale e poco sfruttata, non cogliendone appieno le potenzialità. È probabile, infatti, che molte di queste relazioni nascano per esplicita volontà di uno dei due attori coinvolti – tipicamente una grande azienda– che richiede ai propri partner commerciali di utilizzare l'EDI per lo scambio di specifici documenti. In questi casi, le controparti attivano il canale EDI più per adempiere a una richiesta che per una reale scelta strategica di integrazione digitale.

All'interno di queste relazioni base, la distribuzione per tipologia documentale evidenzia alcune priorità strategiche: il 42% è focalizzato sulla fattura, confermando il ruolo centrale di questo documento anche nelle implementazioni EDI più elementari, probabilmente come primo passo verso la digitalizzazione. Segue l'ordine con il 38%, l'avviso di spedizione con il 13% e altri documenti con il 7%.

Alla luce della flessione del messaggio fattura evidenziata in precedenza, queste relazioni mono-documento – che costituiscono la maggioranza dell'ecosistema – risultano particolarmente “fragili” e a rischio di abbandono. Molte di esse, infatti, basandosi principalmente sullo scambio della fattura, che oggi viaggia parallelamente sia su canale EDI sia attraverso il Sistema di Interscambio, rischiano di essere progressivamente razionalizzate. Numerose aziende, infatti, potrebbero iniziare a valutare se mantenere attivo il canale EDI per un singolo documento abbia ancora un senso economico e organizzativo, con il concreto rischio di “spegnere” una grande quantità di connessioni tra imprese.

Diventa quindi strategicamente essenziale spingere verso l'evoluzione di queste relazioni, promuovendo l'aggiunta di ulteriori tipologie documentali – come ordini, avvisi di spedizione e conferme – che consentano una gestione end-to-end completa della transazione commerciale. Solo valorizzando l'EDI come strumento di integrazione di processo, e non come semplice adempimento documentale, sarà possibile consolidare e preservare la base di relazioni digitali già attivata.

Il restante 36% delle relazioni, invece, si distingue per un uso più avanzato e strategico dell'EDI, coinvolgendo da due a sei tipologie di messaggi.

Tra queste, 3.151 relazioni sono considerate “elementari”, basate sullo scambio di una coppia di documenti. Nel 51% dei casi, queste coppie includono le combinazioni fondamentali del ciclo dell'ordine: ORDERS & INVOIC (40%) o ORDERS & DESADV (11%). Il rimanente 49% scambia altre combinazioni di messaggi, segnalando approcci personalizzati basati su esigenze specifiche di filiera.

Le relazioni mature, in cui sono scambiati 3 messaggi, sono 1.246, rappresentando quindi un segmento significativo ma già più ridotto. Di queste, il 28% utilizza la triade ORDERS, DESADV e INVOIC, che consente di gestire in modo completamente integrato l'intero ciclo dalla richiesta alla fatturazione, passando per la logistica. Le rimanenti relazioni combinano altre triadi di messaggi.

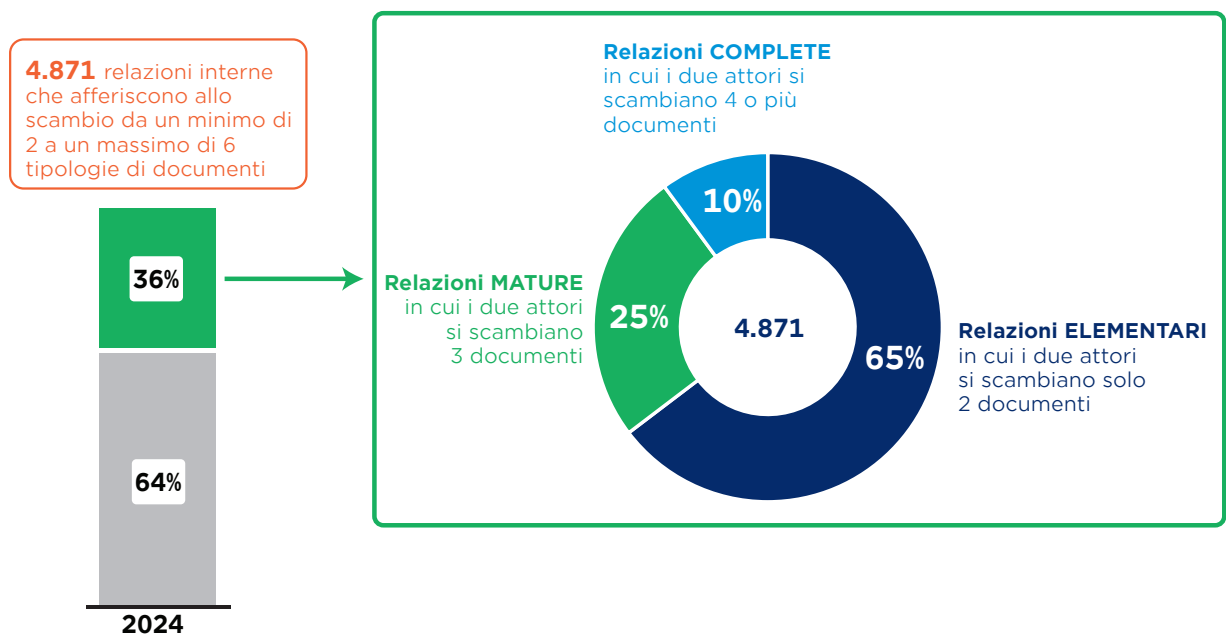
Le relazioni complete — ossia quelle che prevedono lo scambio di almeno quattro tipologie di messaggi e possono arrivare fino a un massimo di sei — sono 474. Questo dato evidenzia come l'adozione

completa delle potenzialità dell'EDI sia ancora un traguardo distante per la grande maggioranza delle partnership, che continuano a utilizzare la tecnologia in modo limitato.

La maggior parte di queste relazioni, 450 (pari al 91% della categoria), include l'aggiunta di un solo documento per un totale di 4 tipologie scambiate, mentre in 40 casi vengono scambiati 5 documenti e in soli 5 casi si raggiunge lo scambio di 6 diverse tipologie di messaggi.

Questa progressiva rarefazione verso relazioni più complete delinea chiaramente la curva di maturità dell'ecosistema: se oltre il 60% delle relazioni rimane ancorato a uno scambio mono-documento, solo il 4% raggiunge livelli di integrazione avanzata di tipo completo. Il potenziale di crescita qualitativa dell'EDI nel largo consumo appare quindi significativo, con ampi spazi per evolvere le relazioni esistenti verso un utilizzo più completo e strategico della tecnologia.

Figura 6 – Le relazioni interne all'ecosistema



Le imprese coinvolte nelle diverse tipologie di relazioni EDI si distribuiscono in modo coerente con la stratificazione evidenziata nelle relazioni: 1.434 aziende partecipano a relazioni elementari (scambio di due documenti), 739 imprese sono coinvolte in relazioni mature (scambio di tre documenti), 357 in relazioni complete (da quattro a sei documenti).

Un dato particolarmente significativo emerge dall'analisi delle relazioni complete: le aziende coinvolte aumentano del +7% e cresce anche la quantità di messaggi scambiati rispetto al 2023 (+27%), con incrementi marcati negli ordini, nelle conferme d'ordine e negli avvisi di spedizione. Questo dato dimostra come, una volta raggiunto un livello maturo di integrazione EDI, le partnership tendano a consolidarsi e intensificarsi, generando volumi crescenti di scambi e sfruttando pienamente i benefici della digitalizzazione.

Tuttavia, nonostante questi segnali positivi nel segmento più evoluto, i numeri complessivi restano ancora limitati e concentrati su una porzione ristretta del mercato potenziale del settore del largo consumo. La sostanziale stabilità delle relazioni complessive nel 2024, unita alla contrazione dei volumi complessivi di messaggi e alla difficoltà di attrarre nuove imprese, sottolinea come l'ecosistema EDI si trovi in una fase di plateau, dove il nucleo consolidato cresce lentamente in intensità e comunque fatica a espandersi verso nuovi operatori.

Per favorire una spinta significativa nella diffusione dell'EDI e un effettivo consolidamento dell'ecosistema, la strategia da implementare è duplice.

Da un lato, è fondamentale intensificare gli sforzi per coinvolgere un numero maggiore di aziende, in particolare le PMI, che oggi rimangono ancora in una fase iniziale o del tutto esterne all'adozione. L'ingresso di un numero maggiore di aziende nell'ecosistema EDI genererebbe infatti un valore significativo grazie agli effetti di rete: più operatori utilizzano lo standard, più diventa conveniente per altri adottarlo, creando meccanismi virtuosi che facilitano l'attivazione di nuove relazioni, riducono i costi operativi unitari e aumentano la competitività complessiva del sistema.

Dall'altro, un secondo importante cantiere di lavoro riguarda il consolidamento delle relazioni già esistenti attraverso l'aggiunta di ulteriori messaggi, che permetterebbe alle 8.664 coppie di aziende oggi ferme a uno scambio mono-documento di evolvere verso un utilizzo più maturo e completo

dell'EDI. Questa linea d'azione rappresenta un "quick win" strategico, poiché coinvolge imprese che già conoscono la tecnologia e dispongono di un canale attivo, e che quindi potrebbero attivare nuovi messaggi, moltiplicando i benefici derivanti da una gestione end-to-end dei processi di relazione tramite EDI, ed estendere al contempo l'utilizzo della tecnologia a nuove relazioni con altri partner di business, favorendo una diffusione più capillare e matura dell'intero ecosistema.

Tuttavia, su questo fronte le imprese si trovano ad affrontare diverse difficoltà concrete. Tra le principali barriere menzionate emerge l'indisponibilità della controparte nello scambio, che spesso percepisce l'aggiunta di messaggi come un fattore di rigidità nelle dinamiche della relazione o come un onere organizzativo non giustificato dai benefici attesi. In altri casi, la necessità di interfacciarsi con team IT ubicati all'estero, soprattutto nel caso di multinazionali, complica significativamente i processi decisionali e rallenta l'implementazione. A ciò si aggiunge la persistente carenza di risorse economiche e di competenze tecniche interne, che in molte organizzazioni, specialmente PMI, rappresentano ostacoli strutturali alla piena valorizzazione delle potenzialità dell'EDI.

Conclusioni

Il Monitoraggio 2025 dell'adozione dell'EDI con 8.042 aziende attive, in lieve calo dello -1% rispetto al 2024, il mercato si conferma maturo e consolidato nel suo nucleo centrale, come testimonia l'eccellente tasso di continuità del 91% (3.392 imprese che mantengono l'adozione), ma fatica ad espandersi verso nuovi operatori, con un saldo positivo di sole 15 unità tra uscite (348) e nuovi ingressi (363).

Nel 2024 emerge un rallentamento complessivo nei volumi di messaggi scambiati. I produttori registrano una contrazione del -11% mentre i retailer mostrano una flessione più contenuta del -4%. Nel complesso, questi dati delineano uno scenario di stabilizzazione, con aziende che utilizzano l'EDI in modo più selettivo e mirato.

Nonostante questo quadro di contrazione, emergono anche segnali positivi. Un elemento incoraggiante riguarda i messaggi logistici, che mostrano una sostanziale tenuta e stabilità: gli avvisi di spedizione (DESADV) rimangono stabili nei volumi con circa 13 milioni di messaggi complessivi, mentre le transazioni DESADV crescono del +5%, segnalando che un numero maggiore di coppie di aziende utilizza questo strumento per il coordinamento delle consegne. Anche i dati prodotto (PRODAT) mostrano dinamiche positive, con una crescita del +33% nelle transazioni gestite dai retailer, testimoniando una crescente attenzione alla digitalizzazione della gestione del catalogo.

Segnali positivi testimoniano inoltre il consolidamento dell'EDI nelle relazioni più strutturate. Le relazioni complete, che rappresentano il 4% del totale interno all'ecosistema, hanno registrato un incremento del +27% nel numero di messaggi scambiati, con crescite sostanziali su ordini, conferme d'ordine e avvisi di spedizione. Questi dati dimostrano come, nelle imprese con un utilizzo maturo dell'EDI, le partnership tendano a consolidarsi e intensificarsi, generando volumi crescenti di scambi ed estendendo la digitalizzazione anche ai processi logistici e di gestione informativa.

Tuttavia, il potenziale dell'EDI nella filiera del largo consumo è ancora ampiamente inespresso: il 64% delle relazioni rimane limitato allo scambio di un solo documento (spesso la fattura), mentre anche le relazioni elementari, che rappresentano il 36% del totale, implicano che molte aziende pur avendo un canale già attivo e la possibilità di ampliare il perimetro degli scambi scambiano solo due tipologie di messaggi. Molte aziende continuano quindi ad adottare l'EDI in modo minimale, principalmente per soddisfare requisiti imposti dai partner di business più grandi, senza cogliere appieno i benefici di efficienza ed efficacia che deriverebbero da un utilizzo più completo e strategico della tecnologia. Inoltre, normative emergenti come la Sugar Tax stanno generando nuove richieste di trasmissione dati via EDI, mentre a livello europeo il Regolamento eFTI2 potrebbe rilanciare il ruolo strategico dell'EDI nella gestione digitale delle informazioni sul trasporto merci, con iniziative di standardizzazione in corso per garantire interoperabilità transfrontaliera.

In un contesto economico caratterizzato da pressioni competitive crescenti e dalla necessità di ottimizzare le supply chain, la digitalizzazione dei processi di scambio documentale rappresenta un fattore abilitante irrinunciabile per la competitività delle imprese. La vera sfida consiste dunque, da un lato, nel sensibilizzare le imprese già connesse all'ecosistema EDI affinché valorizzino pienamente questo canale, facendo evolvere le 8.664 relazioni mono-documento verso configurazioni più mature e integrate; e, dall'altro, nel promuovere l'EDI come leva strategica di rilancio per il sistema produttivo italiano. Grazie alla sua capacità di generare efficienza, visibilità e integrazione lungo l'intera catena del valore, l'EDI può infatti contribuire in modo decisivo alla competitività delle imprese — a condizione, però, di superare le barriere culturali, organizzative e tecnologiche che ancora ne ostacolano la diffusione capillare.

La sfida per i prossimi anni non sarà più soltanto tecnologica, ma culturale e normativa. Come evidenziato in apertura, l'onda regolatoria europea — dal **Regolamento sulla deforestazione (EUDR)** alle nuove specifiche per il trasporto merci digitale (**eFTI**) — sta ridisegnando le regole del gioco.

Per colmare il divario attuale e preparare il sistema a queste sfide, le priorità d'azione sono due:

- 1. Approfondire le relazioni esistenti:** È necessario accompagnare le aziende “connesse ma non integrate” verso l'adozione del ciclo dell'ordine completo. Passare dalla gestione del singolo documento alla gestione del processo significa abbattere i costi occulti e abilitare una tracciabilità reale.
- 2. Democratizzare l'accesso:** Occorre intensificare gli sforzi per l'onboarding delle PMI. L'ecosistema EDI non può essere un club esclusivo per grandi player; la capillarità delle filiere italiane richiede soluzioni inclusive che permettano anche agli attori più piccoli di dialogare digitalmente senza barriere tecnologiche insormontabili.

In conclusione, l'EDI si conferma il linguaggio comune del largo consumo, pronto a evolversi da strumento di transazione a piattaforma abilitante per la sostenibilità e la trasparenza di filiera.

Glossario

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 multisettoriale, 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

GS1 Italy, molto più del codice a barre.

Dall'introduzione del codice a barre nel 1973, GS1 sviluppa standard globali e servizi per la condivisione automatizzata e affidabile dei dati tra imprese e con i consumatori, per l'efficienza e la trasformazione digitale.

In Italia, GS1 Italy riunisce 42 mila aziende dei settori largo consumo, sanitario, foodservice, marketplace, costruzioni, logistica, tessile, bancario e ferroviario. Con gli standard GS1, i processi ECR, i servizi, la formazione e le ricerche, GS1 Italy rafforza la fiducia tra le imprese e tra gli attori della filiera.

GS1 Italy

Via Paleocapa, 7

20121, Milano

T +39 02 7772121

E info@gs1it.org

gs1it.org

