

COMUNICATO STAMPA

Non più solo efficienza ed efficacia: le nuove sfide dell'Electronic Data Interchange (EDI) in Italia

L'edizione 2025 del **"Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia"** di GS1 Italy ne conferma la diffusione e il ruolo di linguaggio comune del largo consumo, evidenziandone numeri ed evoluzione. Dall'analisi emerge anche che l'EDI è **pronto a diventare una piattaforma capace di abilitare la sostenibilità e la trasparenza della filiera**.

In programma ad aprile il convegno del **primo "Osservatorio EDI nel largo consumo"**.

Milano, 26 febbraio 2026 – Un ecosistema dalla struttura solida, con una tenuta dei volumi di documenti interscambiati e la conferma del ruolo dell'EDI (Electronic Data Interchange). Ma che funziona ancora a scartamento ridotto, perché è spesso considerato un mero adempimento tecnico o un obbligo di "compliance" imposto dai partner commerciali. Una visione parziale che priva dell'opportunità di beneficiare del potenziale di efficienza derivato dalla digitalizzazione dell'intero ciclo dell'ordine. Ma anche di rispondere alle nuove richieste imposte dalla normativa europea sul fronte della sostenibilità e della tracciabilità (regolamento UE 2023/1115 EUDR) e della logistica e dei trasporti (regolamento UE 2020/1056 eFTI). È lo scenario distopico delineato dall'**edizione 2025 del "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia"**, l'analisi annuale realizzata da **GS1 Italy** con la collaborazione della **School of Management del Politecnico di Milano** per misurare l'adozione e l'utilizzo dell'EDI in Italia nella gestione del ciclo dell'ordine tra Industria e Distribuzione.

Questa nuova edizione delinea una situazione di **stabilizzazione nell'adozione dell'EDI**, con aziende che lo usano in modo più selettivo e mirato. Si accentua, infatti, la distanza tra i tanti utilizzatori che vi ricorrono in "modalità basic" e i pochi che invece lo adottano in modo più ampio, con un volume di messaggi scambiati in riduzione per i primi e in forte crescita per i secondi.

«La sfida che GS1 Italy pone all'intero comparto per il prossimo futuro è chiara: dobbiamo sbloccare il livello successivo» dichiara **Andrea Ausili, Chief information officer and standard director di GS1 Italy**. «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».

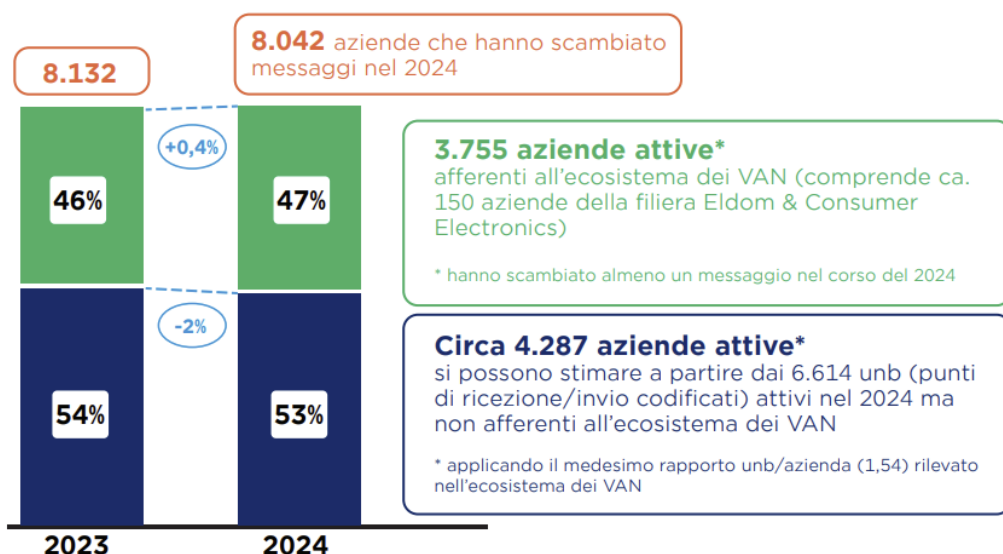
L'uso dell'EDI a standard GS1 nel largo consumo

La nuova edizione del "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia" rivela che, nel corso del 2024, **8.042 aziende del largo consumo hanno usato l'EDI secondo gli standard globali GS1**. Il 47% di queste imprese è attivo all'interno dell'**ecosistema Euritmo, la soluzione web-EDI ideata da GS1 Italy** per le aziende

italiane del largo consumo, in particolare per le PMI. Ad aver adottato questa soluzione, che resta **la più diffusa in Italia**, sono **3.755 imprese** (Figura 1).

L'analisi annua mostra da un lato una **lieve contrazione del numero delle aziende** che hanno scambiato almeno un messaggio EDI utilizzando gli standard globali GS1 (-1%), e dall'altro conferma l'**elevato tasso di fedeltà degli user**, con il 91% delle aziende rimaste attive rispetto al 2023. Dunque, lo scenario mostra una fase di sostanziale stabilità dell'ecosistema delle aziende coinvolte, che appare ben consolidato ma che fatica però a espandersi, come si evince anche dal saldo positivo di sole 15 unità tra uscite (348 aziende) e nuovi ingressi (363).

Figura 1. Le aziende attive in EDI standard GS1 nel 2024 vs 2023



Fonte: GS1 Italy "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia" ed. 2025

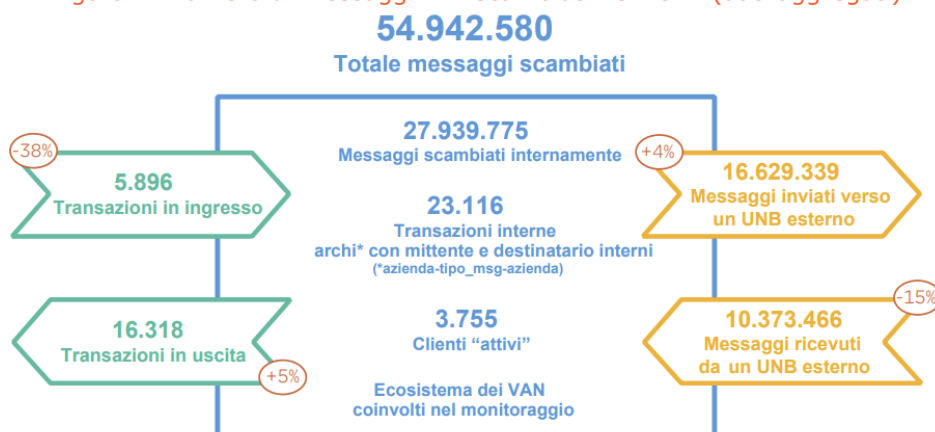
Gli scambi e le transazioni

Nel 2024 le aziende si sono scambiate complessivamente circa **55 milioni di messaggi**. Nel dettaglio circa 28 milioni (51% del totale) sono stati trasmessi all'interno del circuito Euritmo, 16,6 milioni sono stati inviati a utenti esterni (30%) e 10,3 milioni sono stati ricevuti da punti di ricezione/invio (Unb¹) esterni (Figura 2).

Nel corso del 2024 il numero complessivo dei messaggi scambiati è diminuito del -6% su base annua, principalmente a causa della forbice tra la marcata riduzione dei messaggi ricevuti da UNB esterni all'ecosistema (-15%) e la modesta crescita dei messaggi inviati verso UNB esterni (+4%). Un'asimmetria che suggerisce un diverso utilizzo dell'EDI da parte degli operatori esterni ma che attesta anche la sostanziale tenuta dell'operatività delle imprese dell'ecosistema verso l'esterno.

¹ UNB - INTERCHANGE HEADER: segmento obbligatorio per la trasmissione di un messaggio in standard GS1 EDI. Questo 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).

Figura 2. Numero di messaggi EDI scambiati nel 2024 (dati aggregati)



Fonte: GS1 Italy "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia" ed. 2025

L'analisi per tipologia di messaggi scambiati nel 2024 conferma la predominanza della **fattura (INVOIC)** con circa 14,5 milioni di scambi, ma ne evidenzia anche un'importante flessione rispetto all'anno precedente (-8%). L'**ordine (ORDERS)** rimane in seconda posizione, con 13,4 milioni di messaggi, anch'esso in calo rispetto al 2023 (-1%). A seguire si colloca l'**avviso di spedizione (DESADV)**, con 13,3 milioni di scambi e in crescita (+2%), sebbene a tassi più contenuti rispetto al biennio precedente.

Serve un maggior uso strategico dell'EDI

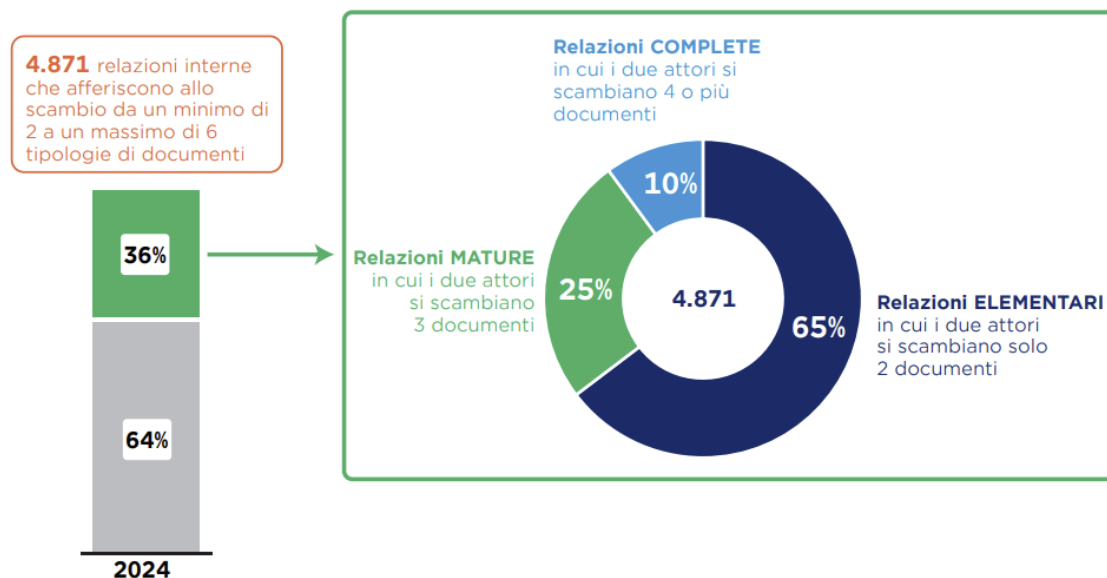
Nel 2024 sono state **13.535 le relazioni interne dirette** stabilite dalle 3.755 imprese attive nella rete di partnership commerciali che utilizzano l'EDI. Un dato rimasto sostanzialmente stabile rispetto al 2023 (+0,4%), nonostante la contrazione nei volumi complessivi di messaggi e transazioni. Ma l'analisi più approfondita mostra un quadro caratterizzato da ampi margini di miglioramento, poiché **il 64% delle relazioni si limita allo scambio di un solo tipo di documento** - soprattutto fatture (42%), ordine (38%) e avviso di spedizione (13%) - mostrando di trovarsi ancora in una fase iniziale di utilizzo dell'EDI.

«Questa elevata concentrazione di relazioni "mono documento" testimonia come l'adozione dell'EDI rimanga spesso parziale e poco sfruttata poiché non ne vengono colte appieno le potenzialità mentre la predominanza della fattura ne acuisce la fragilità e il rischio di abbandono a favore di altri sistemi di trasmissione di questo documento contabile» aggiunge **Ausili**. «Quindi, è strategicamente essenziale spingere verso l'evoluzione di queste relazioni, promuovendo l'aggiunta di ulteriori tipologie documentarie (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 sarà possibile consolidare e preservare la base di relazioni digitali già attivata».

Un segnale positivo arriva quel **36%** di relazioni che mostra un uso più avanzato e strategico dell'EDI, **coinvolgendo da due a sei tipologie di messaggi** (Figura 3). In 3.151 casi lo scambio ha riguardato una coppia di documenti, principalmente 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 - ossia quelle in cui sono scambiati **3 messaggi** - **sono state 1.246** e sono rappresentate perlopiù dalla triade ORDERS, DESADV e INVOIC (28%), mentre quelle **complete - ossia con 4-6 tipologie di documenti - sono state 474**. Ma in 450 casi lo scambio ha riguardato 4 tipologie di messaggi mentre solo in 5 casi si è arrivati a 6 diverse tipologie di messaggi.

Figura 3. Le relazioni interne dell'ecosistema



Fonte: GS1 Italy "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia" ed. 2025

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

L'analisi delle relazioni complete evidenzia un altro aspetto interessante: **le aziende coinvolte sono aumentate del +7% rispetto al 2023 ed è cresciuta anche la quantità di messaggi scambiati (+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.

GS1 Italy e il futuro dell'EDI alla luce delle nuove regole di mercato

Per l'EDI la sfida per i prossimi anni non sarà più soltanto tecnologica, ma soprattutto culturale e normativa, anche alla luce delle **nuove disposizioni europee** che stanno ridisegnando le regole del gioco, come il Regolamento sulla deforestazione (EUDR) e le nuove specifiche per il trasporto merci digitale (eFTI).

Per preparare il sistema a queste sfide, favorire una spinta significativa nella diffusione dell'EDI e contribuire al consolidamento dell'ecosistema, il "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia" ha individuato due priorità d'azione: da un lato

intensificare gli sforzi per coinvolgere un numero maggiore di aziende (in particolare PMI) e dall'altro **consolidare le relazioni già esistenti attraverso l'aggiunta di ulteriori messaggi per un utilizzo più maturo e completo dell'EDI.**

Sul primo fronte l'ingresso di un numero maggiore di aziende nell'ecosistema EDI genererebbe 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.

Sul secondo fronte il consolidamento delle relazioni già esistenti attraverso l'aggiunta di ulteriori messaggi permetterebbe alle 8.664 coppie di aziende oggi ferme a uno scambio di un solo documento di realizzare un efficace "upgrading". Queste imprese 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.

[Sul sito web di GS1 Italy è possibile scaricare gratuitamente l'edizione 2025 del "Monitoraggio dell'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia" e trovare approfondimenti su GS1 EDI ed Euritmo.](#)

Il prossimo il **21 aprile 2026 a Milano**, in occasione del [convegno dedicato alla prima edizione dell'Osservatorio EDI nel Largo consumo](#), sarà presentata una **nuova ricerca** congiunta tra **Osservatorio Digital B2b della School of Management del Politecnico di Milano** e **GS1 Italy**, che monitora la composizione dell'ecosistema delle aziende connesse e il loro livello di adozione, stimando i benefici quali-quantitativi derivanti dall'uso capillare dell'EDI.

Per informazioni:

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione

Noemi Cervi – Tel. 3468433966

Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334

email: nuagecomunicazione@libero.it

Pressroom e approfondimenti: <https://gs1it.org/chi-siamo/pressroom/>

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.

web: gs1it.org - tendenzeonline.info

twitter: [@GS1Italy](https://twitter.com/GS1Italy) - [@tendenzeonline](https://twitter.com/tendenzeonline)



The Global Language of Business

facebook: [@GS1Italy](#)
instagram: [@GS1Italy](#)
linkedin: [@GS1Italy](#)