

COMUNICATO STAMPA

1° STUDIO INDICOD-ECR E PRICEWATERHOUSECOOPERS SUL LARGO CONSUMO

La sincronizzazione dei dati come strumento globale per ottimizzare lo scambio d'informazioni, ridurre i costi per le aziende e migliorare l'efficienza della catena logistica.

Milano, 3 Marzo - Presentato oggi il 1° studio **INDICOD-ECR e PWC** sul largo consumo (sintesi allegata). Focus dell'incontro il networking distribuzione-produzione e l'efficientamento costi ottenibile grazie al nuovo sistema di sincronizzazione dati (Catalogo Elettronico GS1 GDSN), adottato da oltre 70 nazioni e capace in alcuni casi di far risparmiare fino a 2.500 giorni di lavoro l'anno.

Tra i vantaggi segnalati dalle aziende:

- 30% del margine di errore
- 37% nei costi di fatturazione
- 20/60% del "time to market"
- 10% di risorse impiegate per il trattamento dati
- resi e più disponibilità di prodotti

In Italia, **10 distributori** - Auchan, Carrefour, Conad, Coop Italia, Crai, Esselunga, Finiper, Selex, Sisa, Autogrill - che rappresentano il **72,7% del mercato** della grande distribuzione, hanno deciso d'implementare questo sistema. Anche tra i produttori italiani la sua adozione è in crescita, in aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Cameo, Granarolo, Sutter, ItaliaPizza, Sofidel, Henkel.

Nei casi aziendali - **Coop, Kraft, SC Johnson** - sono stati presentati i benefici riscontrati in termini di efficienza su: costi di trasporto, "time to market" e vendite.

Coop ha evidenziato una riduzione dei tempi di inserimento dei codici articolo pari all'80%, una riduzione del "time to maket" di 10 giorni ed un incremento della consistenza dei dati e dell'allineamento delle anagrafiche pari al 35%.

SC Johnson ha rilevato una riduzione del 30% dei costi di gestione amministrativa e dei resi.

Kraft ha testimoniato la riduzione del 20% del margine di errore nel riordino e del 27% nella codifica dei codici prodotto.

Di seguito brevi commenti degli intervenuti:

Bruno Aceto, Direttore Generale Indicod-Ecr: *"In un momento così critico, l'intera filiera del largo consumo ha dato un forte impulso all'adozione di standard e modelli per incrementare efficienza e risparmio di costi nella relazione tra industria e distribuzione. In particolare oggi puntando sul catalogo elettronico il cui impatto va ben oltre l'IT, toccando a 360 gradi il business aziendale e il suo sviluppo. Entro il 2012 tutte le imprese di distribuzione utilizzeranno il Catalogo Elettronico come strumento esclusivo per il processo di introduzione dei nuovi prodotti.*

Martino Stefanoni, Director Advisory PricewaterhouseCoopers, Retail & Consumer: *"PWC ha deciso di sviluppare questo progetto per portare la propria esperienza e best practice alle aziende produttrici e distributrici del largo consumo. L'obiettivo è il miglioramento dei loro processi operativi (referenziamento, promozioni, assortimento) e in particolare di quelli logistici veicolando il cambiamento in azienda."*



Indicod-Ecr è l'associazione italiana che raggruppa 35mila aziende industriali e distributive operanti nel settore dei beni di largo consumo. Il suo obiettivo è di facilitare relazioni, rapporti, scambi di informazioni tra le imprese e rendere più efficiente tutta la filiera produttore/distributore/consumatore. E lo realizza attraverso la diffusione di standard e modelli adottati a livello mondiale: dal ben conosciuto codice a barre, alla comunicazione elettronica B2B fino alle nuove etichette in radiofrequenza. www.indicod-ecr.it - www.tendenzeonline.info.

Per informazioni:

Ufficio Stampa - Eidos

Eugenia Montanaro

Tel 028900870 - Cell. 3939113155

E-mail: emontanaro@eidos.net