

COMUNICATO STAMPA

Un anno di Tendenze 2013 Esce il volume che raccoglie i contributi, le opinioni, i progetti e i cambiamenti di un anno del mondo del largo consumo e dell'economia italiana.

Milano, 9 gennaio 2014 – Esce “Un anno di Tendenze 2013”, la terza edizione della pubblicazione che propone il meglio di *Tendenze online*, il webmagazine di GS1 Italy | Indicod-Ecr.

E quello che *Tendenze online* ha pubblicato nel corso del 2013 racconta di un anno ricco di avvenimenti, di complessità, di proposte e di progetti, per il largo consumo e per l'economia del nostro paese. Il 2013 è anche l'anno in cui si festeggia il 40esimo anniversario del codice a barre, a cui è dedicata la copertina del volume.

“Quanti cambiamenti, differenze, assonanze nel confronto del 1973 con il 2013” scrive il direttore responsabile Marco Cuppini nell'introduzione al volume. “Le cose cambiano e continueranno a cambiare ancora nei prossimi anni. *Tendenze online* sarà lì a raccontarli”.

I contenuti sono suddivisi in 5 capitoli:

1/ECONOMIA E CONSUMI, UN PUZZLE DA RICOMPORRE

Un anno vissuto in territorio negativo, che solo nell'ultimo trimestre sembra aprire prospettive positive, anche se fragili. Ma rimangono ancora irrisolti tutti i nodi strutturali che possono ridare slancio al sistema dei consumi, in un tessuto sociale che si sta indebolendo.

2/IN UN BEEP LA NOSTRA STORIA

Adottato nel mondo da più di 2 milioni di imprese, il bar code è il mattone che ha permesso di costruire un linguaggio comune, che non solo connette le aziende tra di loro oltre i confini geografici e culturali, ma permette anche di sfruttare il potere delle informazioni per migliorare la vita delle persone.

3/SUPPLY CHAIN, SOSTENIBILITÀ, COLLABORAZIONE

Recuperare efficienza nella supply chain ha un impatto positivo non solo sui costi aziendali, ma anche sulla società nel suo insieme, sui consumatori, sull'ambiente. Le relazioni tra le imprese lungo la filiera, sostenute dall'utilizzo di tecnologie e processi a standard GS1, aprono nuovi fronti di collaborazione.

4/L'INDIVIDUO È MOBILE E MULTITASKING

Le relazioni sempre più strette tra computer e dispositivi mobili, social network e New Internet si intrecciano a disegnare nuovi percorsi nel dialogo delle imprese con gli utenti. E obbligano le aziende a riconsiderare le strategie di comunicazione verso la ricerca di un maggiore coinvolgimento dei consumatori.



5/LA RIVOLUZIONE DEL CLIENTE

Mai come oggi i comportamenti dei consumatori e dei clienti, anche nella loro non linearità, rappresentano un punto di riferimento per l'innovazione da parte dell'industria e della distribuzione. Le tendenze emergenti a livello globale indicano che il sapiente utilizzo delle tecnologie digitali è una strada obbligata.

“Un anno di Tendenze 2013” è [consultabile online](#), come le precedenti edizioni.

Per informazioni
Ufficio Stampa GS1 Italy | Indicod-Ecr
Eidos – Filippo Ferrari
Tel. 028900870 - Cell. 3394954174
E-mail: fferrari@eidos.net

GS1 Italy | 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 le relazioni 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. È presente in Italia con GS1 Italy ed ECR Italia, che rappresentano i due organismi internazionali GS1 ed ECR Europe.

web: indicod-ecr.it - tendenzeonline.info

twitter: @GS1Italy - @tendenzeonline