

COMUNICATO STAMPA

Un anno di Tendenze 2015

Esce il quinto volume della raccolta annuale del meglio di Tendenze online, il web magazine di GS1 Italy.

Racconta il 2015 col proposito di interpretare i cambiamenti in atto nel mondo del largo consumo e nell'economia italiana.

Milano, 27 gennaio 2016 – Esce **"Un anno di Tendenze 2015"**, il quinto volume della raccolta annuale del meglio di [Tendenze online](#), il webmagazine di GS1 Italy.

Un anno di Tendenze 2015 racconta un anno molto importante, l'anno di Expo, che ha visto GS1 Italy protagonista con i propri standard, con le soluzioni di efficienza per la filiera, ma anche con una nuova proposta di rafforzamento del sistema agroalimentare italiano, fondata su dialogo, collaborazione e condivisione con tutti gli attori che compongono l'ecosistema, confluita nel manifesto di [Fare Meglio Italiano](#).

"Ora è tempo di chiederci come "Fare Meglio", come apprendere a collaborare ancora di più, in che modo disegnare un paesaggio aperto – scrive nella sua introduzione **Marco Pedroni**, presidente GS1 Italy e presidente Coop Italia - ripartendo dalla consapevolezza della trasformazione in atto da filiera lineare (con tutti i limiti) a ecosistema (con tutte le conseguenze) e dalla creazione di un patto tra i soggetti dell'ecosistema, che si basi su valori fondanti come la condivisione, la collaborazione, la trasparenza, la visibilità, la sicurezza, la legalità, la formazione, il lavoro e la sostenibilità".

"L'invito - aggiunge **Bruno Aceto**, ceo di GS1 Italy - è quello di estendere la partecipazione a questo sistema e al nostro modello collaborativo anche alle imprese del mondo agricolo che insieme alle imprese dell'industria di trasformazione e alla grande distribuzione possono delineare nuovi obiettivi progettuali a beneficio delle imprese e dei consumatori".

Un anno di Tendenze 2015 vuole essere uno strumento per comprendere meglio i principali cambiamenti in atto nell'economia del nostro Paese.

"I social media hanno aperto tantissime porte da far entrare così tante informazioni, che il rischio è quello di perdersi e di non riuscire ad individuare quelle davvero rilevanti. Un Anno di Tendenze - scrive il direttore responsabile di Tendenze online, **Marco Cuppini** - ha l'ambizione di essere un utile strumento per contribuire a raccogliere e ad interpretare i principali fenomeni che caratterizzano i cambiamenti in atto. Non a caso consumi che cambiano, shopping senza barriere, rivoluzione dell'omnicanalità, trasformazione digitale, lotta allo spreco sono anche alcuni dei titoli dei capitoli dell'edizione 2015".

I contenuti del volume sono suddivisi in 4 capitoli:

1/ CONSUMI E DISTRIBUZIONE, VERSO LA NUOVA NORMALITÀ

In un quadro di lenta ripresa, i mutati stili di consumo imposti dagli anni di crisi si trasformano in una nuova normalità e mettono in discussione molte delle certezze maturate nel corso degli anni nelle imprese che fanno distribuzione. Nel Non Food la sfida è l'integrazione tra fisico e digitale. Nell'alimentare è ancora il rapporto con le marche a essere sotto la lente.

2/ RETAIL IN EVOLUZIONE

I confini tra fisico e digitale diventano sempre più sfumati e impalpabili e per il retail la sfida dell'omnicanalità entra nella fase in cui tutti i processi sono coinvolti. In particolare nel punto vendita, dove lo smartphone è protagonista assoluto.

3/ LA FILIERA AGROALIMENTARE VERSO L'ECOSISTEMA

Nella transizione verso l'era della conoscenza globale, il modello di filiera lineare e dell'integrazione verticale ha fatto il suo tempo, lasciando il posto a ecosistemi dove le relazioni tra le imprese si arricchiscono di un nuovo vocabolario: collaborazione, condivisione, valore, tracciabilità, sostenibilità.

4/ LA COLLABORAZIONE FA LA DIFFERENZA

La collaborazione tra produzione e distribuzione è vitale in termini di efficacia e di efficienza dei processi. Gli studi e le analisi confermano che i risultati economici sono consistenti. Le soluzioni e i servizi di GS1 Italy anche. Ora è il momento per le imprese di prendere la situazione in pugno, reingegnerizzare i processi interni, cambiare mentalità e aprirsi. A beneficio anche del consumatore.

[Un anno di Tendenze 2015 è consultabile online](#), come le precedenti edizioni.

* * *

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

GS1 Italy / Indicon-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: gs1it.org - tendenzeonline.info
twitter: [@GS1Italy](https://twitter.com/GS1Italy) - [@tendenzeonline](https://twitter.com/tendenzeonline)