

COMUNICATO STAMPA

Al via la partnership tra GS1 Italy e Alibaba Italia

Iniziativa congiunta di GS1 Italy e Alibaba Italia per promuovere l'adozione degli standard GS1 da parte dei *merchant* italiani presenti sulla piattaforma. Obiettivo: aiutare i consumatori a trovare, confrontare e comprare i prodotti più facilmente

Milano, 27 marzo 2017 – Alleanza tra **GS1 Italy** e **Alibaba Italia** per sensibilizzare le aziende italiane ad adottare gli standard GS1 che permettono di allineare le anagrafiche e le informazioni di prodotto, consentendo così di gestire il flusso delle vendite in modo efficiente e sicuro e di offrire a 443 milioni di consumatori cinesi la certezza di un acquisto garantito e senza sorprese.

GS1 Italy e Alibaba Italia hanno sottoscritto un accordo di collaborazione per informare i brand italiani presenti sul portale cinese riguardo i benefici derivanti dall'adozione degli standard GS1 e per affiancarli nel percorso di implementazione.

Quest'iniziativa segna un ulteriore importante *step* dell'accordo globale, siglato lo scorso settembre, tra **Alibaba Group**, **GS1** e **GS1 China**, con cui il *leader* cinese dell'e-commerce ha aderito agli standard GS1 [Global Trade Item Number \(GTIN\)](#) e [Global Data Synchronisation Network - GDSN®](#) e ha invitato le aziende proprietarie dei brand a fare altrettanto, per dare una "carta d'identità" unica e condivisa ai loro prodotti venduti nell'e-commerce *worldwide* e condividere online ogni informazione di prodotto.

«La collaborazione tra GS1 Italy e Alibaba Italia» ha dichiarato **Bruno Aceto**, ceo di GS1 Italy e presidente di GS1 in Europe «nasce dalla comune volontà di promuovere la standardizzazione delle informazioni sui prodotti e di supportare i *merchant* italiani presenti su quest'importante portale, dando loro gli strumenti indispensabili per trasferire ai consumatori cinesi informazioni complete e accurate sui loro prodotti».

Rodrigo Cipriani Foresio, Managing Director Alibaba per il Sud Europa, ha commentato: «Siamo molto lieti di aver siglato questo accordo con GS1, che rinforza il nostro impegno a supporto di tutte le aziende italiane che vogliono accedere al mercato cinese attraverso Alibaba. Sono oltre un migliaio i marchi italiani già presenti sulle nostre piattaforme e circa 150 le aziende italiane che hanno aperto un *flagship store* su Tmall o Tmall Global, e siamo certi che questo accordo sosterrà ulteriormente

gli scambi commerciali col mercato cinese, aumentando le opportunità di business con gli oltre 440 milioni di acquirenti che utilizzano le nostre piattaforme ogni anno. I consumatori cinesi si fanno sempre più sofisticati e guardano con crescente interesse ai prodotti internazionali, e italiani in particolare, sinonimo di qualità e di autenticità: questa intesa per promuovere la diffusione di standard GS1 permetterà loro di acquistare i nostri prodotti in un modo ancora più sicuro e trasparente».

GS1 Italy e Alibaba Italia svilupperanno una serie di iniziative di comunicazione e di marketing per migliorare la conoscenza presso le aziende italiane delle soluzioni GS1 adottate dal portale cinese: il codice a barre **GTIN** (Global Trade Item Number), per identificare ogni prodotto in maniera univoca, il **GS1 GDSN® - Global Data Synchronisation Network**, lo standard alla base di **Allineo** - lo strumento per allineare le informazioni di prodotto tra industria e distribuzione - e **Immagineo** - il servizio di *digital brand content management* di GS1 Italy che permette di scambiare online immagini e informazioni complete e dettagliate dei prodotti.

I benefici

Utilizzare i codici GS1 GTIN significa:

- Garantire la corretta identificazione e la rintracciabilità dei prodotti in tutto il mondo.
- Evitare errori nei processi logistici (ordine, spedizione, gestione dei resi, ecc.).
- Permettere di commercializzare i prodotti in tutti i canali di vendita, anche online, di tutti distributori italiani e internazionali.
- Aiutare i propri prodotti a essere trovati nelle ricerche web dei consumatori.

E aderire al GS1 GDSN significa:

- Gestire in maniera efficiente la propria supply chain.
- Fornire le informazioni necessarie per la conformità alle leggi e ai regolamenti.
- Rispondere alla richiesta di informazioni e di trasparenza dei consumatori.
- Dare ai consumatori informazioni di qualità sui prodotti.
- Avere la possibilità di verificare le informazioni su marchi/produttori.
- Rafforzare l'immagine e l'integrità dei propri marchi a livello internazionale.
- Migliorare l'esperienza di acquisto e-commerce a livello globale.

Ufficio stampa Alibaba: Image Building - Email: alibaba@imagebuilding.it

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione – Emanuela Capitanio
Tel. 3474319334 - Email: nuagecomunicazione@libero.it
Pressroom e approfondimenti: <http://gs1it.org/chi-siamo/pressroom/>



GS1 Italy è l'associazione che riunisce 35mila imprese di beni di consumo. Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni, istituzioni per creare valore, efficienza, innovazione, per dare più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore. Offre soluzioni concrete come i sistemi standard GS1, per favorire la visibilità e l'efficienza della catena del valore. Il più conosciuto è il codice a barre, usato in Italia e in oltre 150 paesi al mondo, permette lo scambio di informazioni tra industria distribuzione con chiarezza, semplicità e senza errori. Propone inoltre tecniche, strumenti, strategie operative: sono i processi condivisi ECR.

web: gs1it.org - tendenzeonline.info

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

Alibaba Group - Alibaba Group's mission is to make it easy to do business anywhere. Alibaba is the largest retail commerce company in the world in terms of GMV in the twelve months ended March 31, 2016. Founded in 1999, the company provides the fundamental technology infrastructure and marketing reach to help merchants, brands and other businesses that provide products, services and digital content to leverage the power of the Internet to engage with their users and customers.