

# Il codice a barre compie 45 anni

Cartella stampa

*Novembre 2019*





## Indice

<b>Il codice a barre compie 45 anni!</b> .....	<b>4</b>
<b>1 I numeri (più curiosi) del codice a barre</b> .....	<b>6</b>
<b>2 La storia del codice a barre.</b>	
<b>1973 – 2019: un beep lungo quasi mezzo secolo</b> .....	<b>6</b>
2.1 Timeline .....	7
<b>3 GS1 Italy</b> .....	<b>9</b>
3.1 Gli standard .....	9
3.2 I servizi .....	11
3.3 Gli osservatori .....	11
<b>4 Contatti</b> .....	<b>13</b>

## Il codice a barre compie 45 anni!

Dal primo *beep* nel 1974 ai 6 miliardi di scansioni quotidiane di oggi: il lungo viaggio del codice a barre GS1, che ha rivoluzionato l'economia e le ha dato un linguaggio unico e comune, rendendo visibili i prodotti lungo la supply chain. Adottato da oltre 1 milione di imprese, il barcode è più attuale e vivo che mai e celebra in gran forma i suoi primi 45 anni. Con tante novità.

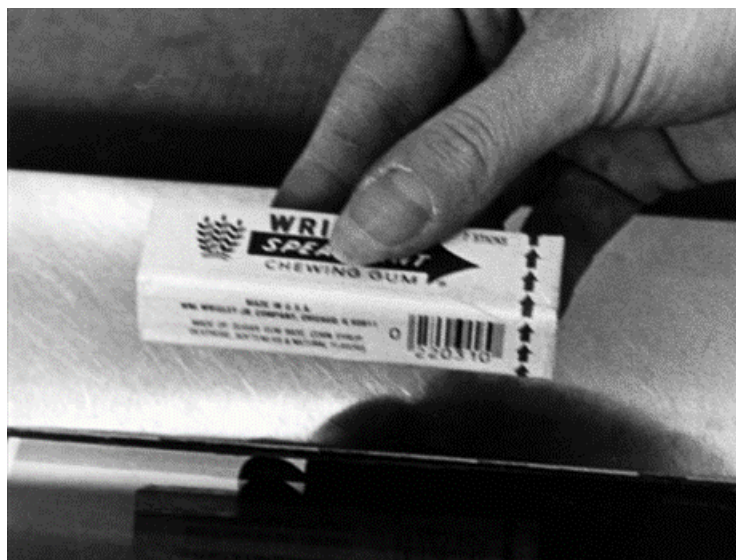
**60 milioni di italiani (e miliardi di persone nel mondo) lo usano. 365 giorni l'anno. E h24. Eppure, pochi se ne accorgono, benché sia stato inserito tra le 50 cose che hanno fatto l'economia moderna.** È il **codice a barre GS1**, che da 45 anni consente alle aziende di identificare e accompagnare i loro prodotti in tutto il pianeta, permettendone la tracciabilità, condividendone le informazioni e riducendo così errori e problemi lungo tutta la filiera.

Dalle merendine ai libri, dai cosmetici agli smartphone: nella nostra vita quotidiana **il codice a barre è una presenza costante e silenziosa. Tranne quando viene "letto" alle casse del supermercato ed emette il suo caratteristico beep: il che accade ben 6 miliardi di volte al giorno in tutto il pianeta.**

**Il codice a barre è nato "global":** supera tutte le barriere geografiche e culturali, perché viene riconosciuto sempre e ovunque. **Oggi il codice a barre è la "lingua del business" più diffusa al mondo: è parlata da oltre un milione di imprese che, grazie a questo piccolo simbolo, dialogano senza bisogno di un "traduttore".**

Ne ha fatta, dunque, di strada da quando delle linee disegnate sulla sabbia in riva al mare diedero a Bernard Silver e a Norman Joseph Woodland l'intuizione per realizzare un codice per marcare i prodotti, che permettesse il riconoscimento automatico alle casse e velocizzasse code e pagamenti nei supermercati. Era il 1948 e l'intuizione dei due era forse ancora troppo avveniristica per i tempi. Ma con l'invenzione del laser, lo sviluppo della distribuzione moderna e la ripartenza dell'economia mondiale, i tempi maturano. Nel 1973, dopo quattro anni di lavoro e di test, l'associazione statunitense delle principali aziende del settore alimentare adotta il codice a barre GS1 (allora UPC).

**Nel 1974 il codice a barre passa per la prima volta dalla cassa di un negozio**, con la vendita di una confezione di chewing-gum Wrigley's gusto juicy fruit avvenuta in un supermercato Marsh situato nella città di Troy, in Ohio. Da lì in poi non si ferma più e viene adottato da sempre più aziende.



A sviluppare e mantenere il codice a barre GS1 e gli altri standard internazionali è GS1, l'organizzazione mondiale neutrale e no profit presente in 114 paesi. In Italia è rappresentata da **GS1 Italy, l'unico ente autorizzato a rilasciare il codice a barre GS1 in Italia, a cui aderiscono 35 mila imprese di produzione e di distribuzione di beni di consumo.**

Oggi, a 45 anni dalla sua nascita, **sembra impossibile immaginare un mondo senza il codice a barre GS1**, che ha dato un linguaggio comune al mondo delle imprese, rivoluzionando il modo di gestire le transazioni commerciali e tutti i passaggi operativi e logistici della filiera.

È per questo suo ruolo che **il codice a barre** è stato inserito dalla BBC tra le **“Le 50 cose che hanno fatto l’economia moderna”** (e nell'omonimo libro pubblicato in Italia da Egea): come una delle 50 invenzioni più rivoluzionarie di tutti i tempi accanto a molti degli oggetti moderni inseriti in questa classifica, dall’iPhone alle lamette, dalla libreria Billy alle pile, dai videogiochi al latte artificiale.

Questo segno grafico, composto da 13 barre verticali (a ciascuna delle quali corrisponde una cifra), è considerato a tutti gli effetti una delle invenzioni più significative, diffuse e popolari della storia dell’economia moderna: ha saputo rivoluzionare prima il commercio, poi altri settori, anche online. Ed è tuttora protagonista della supply chain.

## 1 I numeri (più curiosi) del codice a barre

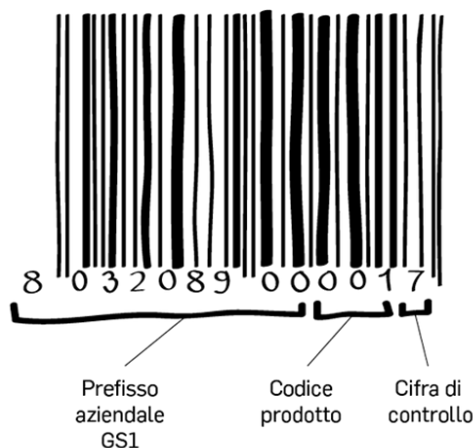
- **13** sono le cifre che compongono il modello più diffuso di codice a barre GS1.
- **40-200** scansioni al secondo: è la velocità di lettura degli scanner laser che leggono il codice a barre.
- **1** su **1 milione** è la probabilità massima di errori durante la lettura scanner del codice a barre.
- Oltre **150** sono i paesi in cui è usato il codice a barre GS1.
- **35 mila** sono le aziende che aderiscono a GS1 Italy e hanno adottato il codice a barre nel nostro paese.
- **114** sono le organizzazioni no profit GS1 nel mondo che insieme promuovono l'utilizzo degli standard GS1.

## 2 La storia del codice a barre. 1973 – 2019: un beep lungo quasi mezzo secolo

45 anni fa arrivava sul mercato il barcode GS1. Il 3 aprile del 1973, i manager di alcune grandi aziende americane di beni di largo consumo si accordarono per utilizzare un unico standard di identificazione dei prodotti. Un anno dopo, il 26 giugno 1974, alle 8:01, il codice a barre venne scansionato per la prima volta alla cassa di un supermercato nel punto vendita Marsh di Troy, nell'Ohio. Era stato utilizzato per l'acquisto di un pacchetto di gomme da masticare Wrigley's al gusto juicy fruit. Costo: 0.61 cent.

L'idea di utilizzare un codice a barre per riconoscere i prodotti in maniera automatica alle casse risale però alla fine degli anni '40 e il merito va a Bernard Silver e Norman Joseph Woodland a cui il direttore di un supermercato aveva chiesto di lavorare all'idea di un codice per marcare i prodotti che permettesse il riconoscimento automatico alle casse e che velocizzasse code e pagamenti. I due ebbero l'intuizione in riva al mare: Woodland disegnò sulla spiaggia dei punti e delle linee orizzontali, provenienti dal codice Morse, e si accorse che se con le dita allungava in verticale quei segni, i tratti originati dai punti si trasformavano in solchi più stretti che, accanto a solchi più larghi originati dalle linee, facevano di quel disegno un possibile nuovo codice. Così prese forma quello che sarebbe diventato il barcode anche se ci furono diversi tentativi prima di arrivare alla grafica che conosciamo noi oggi: dapprima, infatti, si era sperimentato un disegno a cerchi concentrici, ritenuto più adatto alla lettura da diversi angoli, ma il sistema "lineare" delle barre risultò vincente.

**Oggi, il codice a barre GS1 più diffuso, l'EAN-13, è formato da una serie numerica di 13 cifre (detta GTIN-13) tradotta graficamente in barre verticali, necessarie per la lettura ottica.**



Queste cifre includono il prefisso aziendale che identifica l'azienda a livello internazionale, il codice del prodotto e una cifra di controllo, calcolata in base alle altre presenti nel codice tramite un algoritmo. Letto alle casse dei punti vendita, permette di risalire alle informazioni fondamentali salvate nel sistema informativo del distributore.

**Per aiutare le aziende ad affrontare le nuove sfide del terzo millennio, il codice a barre si è evoluto e, negli ultimi anni, ha creato due nuovi standard: il GS1 DataBar®, che racconta la storia e la via di ogni singola unità di prodotto, e il GS1 Digital Link, che crea un'identità comune tra il prodotto fisico e il suo "gemello digitale", collegando tutte le informazioni e i dati B2B e B2C grazie a un URL costruito con regole standard GS1 e che può anche essere associato, ad esempio, ad un QR code per poter essere letto da un'applicazione sullo smartphone.**

## 2.1 Timeline

1973: Negli Stati Uniti, le principali aziende leader nel settore dei beni di largo consumo selezionano un singolo standard per l'identificazione dei prodotti: il codice a barre GS1 (allora UPC).

1974: Viene fondata negli Stati Uniti UCC (Uniform Code Council), l'organizzazione non-profit per gli standard (GS1 US).

26 giugno 1974: All'interno di un supermercato *Marsh* in Ohio, Stati Uniti, un pacchetto di gomme da masticare Wrigley's diventa il primo prodotto con il codice a barre GS1 a essere scannerizzato.

1976: Viene aggiunta la 13esima cifra al codice a barre GS1: il sistema è globale.

1977: **Viene fondata EAN (European Article Numbering), l'organizzazione non-profit per gli standard di identificazione (GS1).** Con sede a Bruxelles, EAN è composta da 12 paesi europei, fra cui l'Italia. Viene così lanciato il sistema di identificazione GS1 per migliorare l'efficienza della supply chain nel settore retail.

**1978: Nasce Indicod**, l'associazione che in Italia si occupa della diffusione degli standard EAN (GS1) adottati a livello mondiale: oggi è GS1 Italy. Al momento della sua nascita, le imprese associate sono 60.

1990: UCC (GS1 US) e EAN International (GS1) siglano un accordo di cooperazione sugli standard. GS1 allarga così la sua presenza a 45 paesi.

[Le aziende associate a Indicod sono quasi 8 mila.](#)

1983: L'utilizzo degli standard GS1 si allarga: grazie anche ai codici a barre ITF-14, la **tecnologia GS1 si estende anche a nuovi ambiti, come la logistica.**

**2000:** All'inizio del nuovo millennio, GS1 è presente in 90 paesi.

[In Italia le aziende associate sono 25 mila.](#)

2003: **GS1 avvia l'iniziativa EPCglobal** per supportare l'uso dell'identificazione a radiofrequenza (RFID) attraverso standard globali.

Viene approvato il **GS1 Data Matrix**, il primo simbolo bidimensionale adottato da GS1.

**Nasce l'Osservatorio Non Food di GS1 Italy**, che raccoglie informazioni su 13 comparti non alimentari, fornendo analisi e trend.

2004: **Nasce il GDSN® (Global Data Synchronisation Network), conosciuto come Catalogo elettronico:** grazie a internet, permette ai partner commerciali uno scambio efficiente delle informazioni anagrafiche dei prodotti.

**2005: Viene lanciato in tutto il mondo il nuovo nome dell'organizzazione: GS1.**

**2007: GS1 entra nel mondo delle soluzioni B2C mobile** con standard per collegare le informazioni di prodotto con i consumatori e le aziende.

**Nasce il Lab di GS1 Italy come laboratorio di sperimentazione della tecnologia**

**EPC/RFID**, grazie alla liberalizzazione delle radio frequenze per i dispositivi RFID da parte del Ministero delle Comunicazioni.

**2010: Arriva il GS1 DataBar**, una nuova simbologia di codici a barre per raccogliere e controllare informazioni aggiuntive sul prodotto al momento del passaggio alle casse:

tracciabilità, data di scadenza, numero del lotto di produzione trasformano le informazioni aggiuntive contenute nel barcode da statiche in dinamiche.

GS1 Italy amplia la propria offerta con il **lancio di Procedo**, il servizio web che permette a fornitori e clienti di scambiare documenti in formato elettronico (EDI) in maniera sicura ed economica.

**2014: GS1 Italy introduce Immagino**, il servizio web che permette di produrre in maniera efficiente immagini di alta qualità per grandi volumi di referenze e di digitalizzare tutte le informazioni presenti in etichetta.

**2015: GS1 Italy lancia il servizio Allineo**, lo strumento per la sincronizzazione delle informazioni anagrafiche dei prodotti tra i vari partner commerciali.

**2017: Nasce l'Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy** che fotografa le abitudini di consumo degli italiani, incrociando le informazioni riportate sulle etichette dei prodotti di largo consumo digitalizzati dal servizio Immagino di GS1 Italy con le rilevazioni Nielsen su venduto, consumo e fruizione dei media.

Lo stesso anno, **GS1 Italy lancia il servizio Codifico** che consente alle imprese di assegnare i numeri EAN ai prodotti e di generare i codici a barre in modo semplice, veloce e senza costi aggiuntivi.

**2019: GS1 Italy introduce Condivido**, piattaforma DAM (Digital Asset Management) many to many per gestire i contenuti multimediali dei prodotti, del brand e dell'azienda per aumentare le vendite e la visibilità.

**Nasce GS1 Digital Link**, che unisce il GTIN® (Global Trade Item Number®, il numero che identifica il prodotto anche nel codice a barre) con altre informazioni, come quelle del GS1 DataBar, rendendo possibili i collegamenti online a tutti i tipi di informazioni business-to-business e business-to-consumer. E migliorando l'esperienza di consumo via mobile. Infatti, scansionando il codice QR con il loro smartphone, i consumatori possono conoscere tutte le informazioni sui prodotti (dimensioni, data di scadenza, valori nutrizionali, garanzia, istruzioni per risolvere problemi e link ai social media) e possono anche acquistare e ordinare prodotti, raccogliere punti fedeltà e "condividere" i loro acquisti con gli amici.

GS1 consolida la sua presenza internazionale: è presente in 114 paesi.



## 3 GS1 Italy

GS1 Italy è l'associazione senza scopo di lucro che riunisce 35 mila imprese di beni di consumo. Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni e istituzioni per creare valore, efficienza e innovazione, dando più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore.

GS1 Italy sviluppa e mantiene gli standard GS1, i più usati al mondo per la comunicazione tra imprese. Lo standard più conosciuto al mondo è il codice a barre usato da oltre un milione di imprese, permette lo scambio di informazioni tra Industria e Distribuzione con chiarezza, semplicità e senza errori.

Con l'emergere dell'**omnicanalità**, insieme alla necessità di favorire esperienze d'acquisto fluide e di avere una gestione unitaria dei diversi canali, cresce l'interesse delle imprese a poter gestire e condividere **informazioni di qualità**. Per questo il **data management** è centrale nella strategia operativa di GS1 Italy: per offrire alle imprese le soluzioni e gli strumenti per migliorare l'efficienza, ridurre i costi e aumentare il livello di servizio al consumatore. A partire dall'identificazione univoca, gli standard GS1 aiutano il consumatore a trovare, confrontare e comprare i prodotti più facilmente, sia offline che online.

GS1 Italy propone inoltre tecniche, strumenti, strategie operative: sono i **processi condivisi ECR**. Nascono dal dialogo e dal confronto tra Industria e Distribuzione e hanno come obiettivo l'efficienza e l'innovazione nella filiera. Scopo di ECR è di rendere l'offerta più reattiva rispetto alla domanda dei consumatori e di promuovere la rimozione dei costi non necessari all'interno della filiera

### **GS1 Italy è l'unico ente autorizzato a rilasciare codici a barre GS1 (EAN)**

**Solo i codici a barre GS1 (EAN) assegnati da GS1 Italy sono riconosciuti ufficialmente dal sistema di codifica mondiale GS1** e che danno garanzia di venire accettati senza problemi dalla grande distribuzione e online (Amazon, eBay, Alibaba, Google Shopping).

I codici a barre GS1 sono gli unici che garantiscono ai prodotti di essere riconosciuti e identificati senza errori in Italia e nel resto del mondo e includono le aziende produttrici nel registro internazionale delle imprese utilizzatrici dello standard GS1, che si chiama Gepir®.

### 3.1 Gli standard

Il codice a barre GS1 è stato solo il primo tra i tanti progetti rivoluzionari realizzati da GS1. In particolare:

**GS1 DataBar**, piccolo codice a barre GS1 di nuova generazione: più piccolo del codice a barre tradizionale, può essere collocato su prodotti di piccole dimensioni, come un frutto. Non si limita a descrivere il prodotto, ma narra la storia e la vita di ogni singola unità di prodotto. Con GS1 DataBar si può risalire all'origine del prodotto a partire dai suoi ingredienti e dalle materie prime e si possono richiamare prodotti difettosi arrivando direttamente al singolo acquirente, incrociando i dati con la carta fedeltà. Inoltre, usando la data di scadenza per riconoscere i prodotti scaduti, consente di applicare sconti in prossimità della scadenza, così da ridurre lo spreco alimentare. Uno studio condotto da GS1 ha infatti evidenziato che l'utilizzo di GS1 DataBar genera per una catena che ha mediamente 100 punti vendita un risparmio annuale di oltre 1,77 milioni di euro nell'ortofrutta e di 1,78 milioni di euro nel settore delle carni.

**EPC (Electronic Product Code)**: utilizzando i tag per l'identificazione in radiofrequenza, aumenta la visibilità e l'efficienza lungo tutta la supply chain e migliora la qualità del flusso di informazioni tra le aziende e i propri partner commerciali. Questo consente alle imprese di gestire le spedizioni, gli inventari e gli asset, di ridurre la contraffazione, gli errori nel settore farmaceutico e di combattere i furti, creando processi più efficaci ed efficienti.

**GS1 EDI**: è lo standard per lo scambio elettronico di tutti i documenti del ciclo ordine-pagamento, permettendo ai partner commerciali di scambiarsi informazioni con grande facilità per via telematica, senza errori e con grandi risparmi. Permette alle aziende di abbandonare i processi manuali su carta, portando a una riduzione dei tempi di consegna di 61 ore (in media)

e a un calo del 5% delle rotture di stock. Adottando questo standard, un produttore può risparmiare tra i 3 e i 5 euro a transazione e fino a 42 euro se dematerializza tutto il ciclo dell'ordine. Per un distributore il risparmio è calcolato tra i 4 e i 6 euro a transazione e fino a 23 euro per tutto il ciclo dell'ordine.

**GS1 Digital Link:** consente di fare un ulteriore passo avanti verso l'omnicanalità e la relazione con il consumatore, sempre più "affamato" di informazioni sui prodotti e alla ricerca di una shopping experience più efficiente attraverso i dispositivi mobili. GS1 Digital Link è un indirizzo web costruito in modo standard che contiene un codice GS1 come un GTIN. Può abilitare collegamenti a tutti i tipi di informazioni business- to-business e business-to-consumer. Scansionando il codice QR con lo smartphone i consumatori possono sapere: dimensioni, immagini, date di scadenza, dati nutrizionali, garanzia, istruzioni per risolvere problemi e persino link ai social media. E possono anche acquistare e ordinare prodotti, raccogliere punti fedeltà e condividere i loro acquisti con gli amici. Le informazioni sono riconoscibili ovunque e da qualunque applicazione, anche dai siti e-commerce dei retailer, dalle app di terze parti e dalle casse dei punti vendita che leggono i QR code. Funziona inoltre con tutte le tipologie di data carrier - barcode monodimensionali e bidimensionali (GS1 DataMatrix), Tag RFID (GS1 EPC), Tecnologie NFC, altre tecnologie, come il digital watermarking - ed è possibile inviare informazioni sugli sconti e sui prezzi mentre il cliente è ancora all'interno del negozio o coinvolgerlo in altre iniziative di fidelizzazione. GS1 Digital Link può anche migliorare le soluzioni di tracciabilità e i retailer possono localizzare i prodotti molto velocemente e rimuoverli subito dagli scaffali in caso di allerte alimentari.

**GS1 Global Data Synchronisation Network (GDSN):** garantisce l'allineamento tempestivo, sincronizzato e sicuro delle informazioni anagrafiche dei prodotti tra produttori e distributori, consentendo l'armonizzazione dei dati e la diminuzione di errori e disallineamenti nei processi di interfaccia tra i partner commerciali. Sono oltre 53 mila le aziende che fanno parte delle community mondiale degli utenti GS1 GDSN e che utilizzano questo standard per scambiarsi informazioni su oltre 30 milioni di prodotti.

**GS1 offre soluzioni anche in altri settori, come quello sanitario.** Riunisce ospedali, aziende farmaceutiche, produttori di dispositivi medici e operatori logistici per sviluppare standard in grado di aumentare la sicurezza dei pazienti, diminuendo gli errori di somministrazione, di assicurare la tracciabilità e la rintracciabilità dei prodotti, di contrastare la contraffazione, di migliorare la gestione dei magazzini, combattendo lo spreco dei prodotti, e di ridurre i costi lungo la filiera logistica.

Dopo gli Stati Uniti, **ora anche nell'Unione europea GS1 è stata ufficialmente abilitata al rilascio dei codici UDI - acronimo di "Unique Device Identifier", il codice alfanumerico che permette l'identificazione e la tracciabilità di ogni dispositivo medico presente sul mercato** - secondo il sistema nato con l'obiettivo di armonizzare le norme per l'identificazione dei dispositivi medici, migliorando la qualità delle cure, la sicurezza del paziente e i processi di business.

L'identificazione univoca del dispositivo (UDI) è un sistema utilizzato per contrassegnare e identificare i dispositivi medici all'interno della catena di approvvigionamento sanitaria. Gli standard GS1 consentono ai produttori di servizi sanitari di tutto il mondo di creare e mantenere i numeri UDI seguendo i regolamenti UE e le specifiche generali GS1. GS1 ha inoltre sviluppato una nuova chiave per supportare l'implementazione dell'UDI-DI di base: il Global Model Number (GMN).

Anche **nel settore dei trasporti e della logistica**, le aziende aumentano la propria competitività applicando gli standard GS1 in tutti i processi lungo la supply chain. Tra i benefici: maggiore visibilità del flusso delle merci, più efficienza nella gestione delle scorte, maggiore sicurezza e velocità nelle operation.

Inoltre, gli standard GS1 sono attivi anche nel settore del **foodservice** e dell'Ho.re.ca, nella **pubblica amministrazione** e nel **settore bancario**

## 3.2 I servizi

L'evoluzione del codice a barre e la sfida del digitale, aprono le porte ai servizi di data management per la gestione e lo scambio di informazioni ottimali tra le imprese del largo consumo. Tutti si basano sul codice a barre, l'unico strumento che garantisce informazioni di prodotto affidabili per evitare errori, difettosità e inefficienze nei processi. In particolare, i servizi di GS1 Italy sono:

**Immagino:** servizio web che permette di semplificare i processi di scambio, di gestione, di aggiornamento e di validazione delle immagini e delle informazioni dei prodotti tra produttori e distributori. Immagino è stato sviluppato da GS1 con Brandbank – leader mondiale nella fornitura di servizi di digital brand content management. Il servizio consente di produrre in maniera efficiente immagini di alta qualità per grandi volumi di referenze e di digitalizzare tutte le informazioni presenti in etichetta, favorendo così il controllo, l'aggiornamento e l'allineamento dei dati tra i partner commerciali a beneficio del consumatore finale. Nel 2018 sono stati digitalizzati più di 103 mila prodotti.

**Condivido:** piattaforma DAM (Digital Asset Management) many to many per gestire i contenuti multimediali dei prodotti, del brand e dell'azienda per aumentare le vendite e la visibilità. Serve in particolare ad archiviare, organizzare e distribuire gli asset digitali di qualsiasi formato (immagini, video, banner, audio, ecc.) e condividerli con clienti, fornitori e colleghi. Condivido è disponibile anche nella versione Premium che, oltre ai vantaggi della versione base, permette di personalizzare la piattaforma rispetto alle specifiche esigenze dell'azienda, consentendo di caricare i contenuti in API, gestire gruppi interni direttamente, creare workflow approvativi interni, condividere i contenuti con il cliente finale (B2C), creare tag personalizzati e ottenere una reportistica accurata e specifica attraverso la content intelligence che misura le performance dei contenuti digitali e come questi influenzano le azioni degli utenti.

**Allineo:** strumento per la sincronizzazione delle informazioni anagrafiche dei prodotti tra i vari partner commerciali. Usa lo standard GS1 GDSN (Global Data Synchronisation Network) e nel 2018 ha contato 39.500 prodotti presenti e 352 produttori.

**Procedo:** servizio web che permette a fornitori e clienti di scambiare documenti in formato elettronico (EDI) in maniera sicura ed economica. Usa gli standard internazionali GS1 EANCOM® e EURITMO, entrambi promossi da GS1 Italy.

**Codifico:** servizio che consente di assegnare i numeri EAN ai prodotti e di generare i codici a barre EAN in modo semplice, veloce e senza costi aggiuntivi. È molto facile da usare e flessibile, quindi utilissimo per le PMI. In particolare, con Codifico, un'azienda può creare gratuitamente le immagini dei codici a barre, assegnare i numeri EAN ai propri prodotti, scaricare le immagini dei barcode per la stampa delle etichette, archiviare le anagrafiche dei prodotti e mantenere traccia dei numeri EAN assegnati. Nel 2018 sono stati generati quasi 250 mila codici a barre da più di 2.800 aziende.

Inoltre, tramite l'**Academy** - il department dedicato alla formazione aziendale - GS1 Italy promuove corsi di formazione utili per migliorare le performance e le competenze aziendali. Tutti i corsi si compongono di sessioni teoriche e di momenti esperienziali - come simulazioni, business game e casi aziendali -, e sono resi fruibili online con i webinar e le aule virtuali oppure, su richiesta delle imprese, presso la sede di GS1 Italy o direttamente in azienda, con contenuti e modalità su misura, progettati appositamente sulla base degli obiettivi e delle risorse aziendali

## 3.3 Gli osservatori

GS1 Italy realizza diversi studi e ricerche per favorire la conoscenza del mercato e dei settori e promuovere politiche per lo sviluppo e la valorizzazione del largo consumo e del Non Food.

L'**Osservatorio Non Food** - nato nel 2003 - è dedicato al comparto non alimentare e analizza i consumi, i canali di vendita, le tendenze, il consumatore tipo, tra innovazioni, tecnologiche e trasformazioni del mercato. Fornisce analisi, trend e novità per 13 diverse categorie merceologiche, oltre a spunti e tendenze che trasversalmente riguardano uno o più settori, restituendo una fotografia ampia e completa dell'andamento del comparto Non Food. Le merceologie monitorate sono: mobili e arredamento, abbigliamento e calzature, bricolage, cartoleria, edutainment, casalinghi, elettronica di consumo, prodotti di profumeria, prodotti per automedicazione, giocattoli, prodotti di ottica, tessile, articoli per lo sport. Al suo interno, si trova anche una mappatura dei punti vendita, un approfondimento sull'evoluzione del

consumatore nel mercato omnicanale e un'analisi dedicata ai social media e all'interazione fra clienti e canali d'acquisto.

L'**Osservatorio Immagino** incrocia le informazioni riportate sulle etichette dei prodotti di largo consumo digitalizzati dal servizio Immagino di GS1 Italy con le rilevazioni Nielsen su venduto (retail measurement service), consumo (consumer panel) e fruizione dei media (panel TV - Internet), raccontando ogni sei mesi come cambiano le abitudini di consumo degli italiani. Identifica le macro-tendenze cross-category in precedenza difficilmente quantificabili ed entra nel dettaglio dei fenomeni più significativi, seguendone l'evoluzione e cogliendo trend emergenti e ancora di nicchia. L'ultima edizione, aggiornata al 31 dicembre 2018, ha analizzato oltre 100 mila prodotti di mass market, pari all'81% di quanto venduto in Italia da supermercati e ipermercati. Una copertura considerevole e in continuo aumento che conferma l'unicità dell'Osservatorio Immagino e che ne rafforza il ruolo nel monitoraggio delle nuove tendenze di consumo nazionali.

GS1 Italy sviluppa inoltre:

**Monitoraggio sull'uso dell'EDI nel largo consumo in Italia:** lo studio fa il punto sull'utilizzo dell'EDI (Electronic Data Interchange) da parte delle imprese produttive e distributive presenti in Italia, realizzato da GS1 Italy in collaborazione con la School of Management del Politecnico di Milano. L'ultimo rapporto rileva 48,5 milioni di documenti elettronici scambiati nel 2017 da più di 8 mila imprese del largo consumo italiano.

**Barometro OSA ECR:** è l'iniziativa di GS1 Italy in ambito ECR che dal 2004 misura la realtà e l'evoluzione dell'out-of-stock in Italia utilizzando i dati di venduto scanner di un panel selezionato di punti vendita. Il reporting di sistema del Barometro OSA ECR, standardizzando i flussi e adottando metodologie di misurazione continuative di sistema, dà una lettura e una valutazione univoche e condivise di questo fenomeno.

**Osservatorio sul valore di mercato del pallet EPAL:** indica il valore del pallet per gli operatori impegnati a rispettare le regole del corretto interscambio definite nella raccomandazione ECR sull'interscambio di pallet EPAL. È curato da ECR Italia in collaborazione con il consorzio EPAL, presso l'associazione Federlegno Arredo.

Infine, attraverso il web magazine Tendenze online, GS1 racconta le sfide che la realtà economica, l'innovazione e la tecnologia propongono alle imprese, ai consumatori e al paese. Una volta l'anno viene pubblicato "Un anno di Tendenze", una sintesi dei contenuti più interessanti apparsi sul web.

## 4 Contatti

### Per informazioni:

Ufficio Stampa GS1 Italy  
Nuage Comunicazione – Emanuela Capitanio  
Tel. 3474319334 - email: [nuagecomunicazione@libero.it](mailto:nuagecomunicazione@libero.it)

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

**GS1 Italy** è l'associazione che riunisce 35 mila 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 e Distribuzione con chiarezza, semplicità e senza errori. Propone inoltre tecniche, strumenti, strategie operative: sono i processi condivisi ECR.

web: [gs1it.org](http://gs1it.org) - [tendenzeonline.info](http://tendenzeonline.info)

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

facebook: <http://www.facebook.com/GS1-Italy-quelli-del-codice-a-barre-130028413850315>