

COMUNICATO STAMPA

“Data is the new oil”

**Il *data management* evolve e alimenta
la competitività e l’efficienza nel largo consumo.
E il 2019 sarà l’anno del *data quality*.**

GS1 Italy lancia un programma di supporto alle imprese che vogliono aderire al catalogo elettronico (GS1 GDSN) attraverso un **“Piano per l’attuazione della qualità dei dati”**.

L’annuncio dato oggi, a Milano, durante l’incontro **“Big data nel carrello – Dall’efficienza di filiera alle strategie di marketing”**, organizzato da GS1 Italy.

Milano, 21 giugno 2018 – In quarant’anni si è passati dall’introduzione del codice a barre alla costruzione del gemello digitale: ne ha decisamente fatta di strada il *data management*, diventando un *asset* indispensabile per la competitività d’impresa e l’efficienza di filiera. Ora, nell’era digitale, la nuova frontiera è il *data quality*, che è diventata una leva competitiva imprescindibile sia per il *business to business* che per raggiungere il consumatore.

Oggi non basta scambiare e condividere informazioni in modo standard: occorre anche che le informazioni siano aggiornate, allineate e corrette, di qualità. Solo così si può competere sul mercato e presidiare i canali commerciali nazionali e internazionali, online e offline. È questo il messaggio-chiave emerso questa mattina nel corso dell’incontro **“Big data nel carrello – Dall’efficienza di filiera alle strategie di marketing”** organizzato da **GS1 Italy** al Piccolo Teatro Studio Melato di Milano.

«Il data management è il grande tema del momento per l’universo del largo consumo perché le organizzazioni dipendono sempre di più da asset di informazione» ha affermato il presidente di GS1 Italy, **Alberto Frausin**. «L’allineamento delle informazioni nei processi commerciali e il loro scambio secondo gli standard GS1 Italy sono processi molto significativi, che le aziende devono presidiare in un’ottica di crescita di efficienza e di competitività. Ma il data management passa attraverso la qualità delle informazioni e i flussi coerenti e costanti tra mondo della produzione e quello della distribuzione per arrivare al consumatore. Il data quality è il prossimo obiettivo comune a cui devono guardare tutti gli operatori del largo consumo. Per questo lo abbiamo inserito tra gli obiettivi strategici del nuovo piano triennale di GS1 Italy».

Nel corso dell’evento di oggi il presidente di GS1 Italy, **Alberto Frausin**, ha fatto un importante annuncio: «Per sostenere l’impegno della filiera nell’adozione del catalogo elettronico (GS1 GDSN®) e per concretizzarlo rapidamente in progetti di sistema, GS1 Italy ha predisposto, per supportare le imprese, il PAQ, Piano per l’attuazione della qualità dei dati, che si basa su tre pilastri: *governance* dei dati, controllo e verifica e formazione».



Un altro importante annuncio è stato fatto dal presidente di **ADM, Giorgio Santambrogio**, che ha anticipato l'impegno della distribuzione moderna presente in Italia ad aderire allo standard GS1 GDSN: «Il 2019 sarà l'anno del nostro grande viaggio nel data quality. A gennaio saliremo a bordo del catalogo elettronico/GS1 GDSN attraverso Allineo per arrivare, a fine anno, a raggiungere l'obiettivo che ci siamo proposti».

Nel corso dell'incontro "Big data nel carrello – Dall'efficienza di filiera alle strategie di marketing" ampio spazio è stato dedicato al percorso virtuoso che - grazie agli standard GS1 - permette alle imprese di scambiarsi informazioni dettagliate e corrette, arrivando così a relazionarsi meglio con il consumatore.

Inoltre i "pionieri" dell'implementazione di questa soluzione hanno presentato le loro esperienze di data management. Il ceo di **Conad, Francesco Pugliese**, e il president region Italy & global chief customer di **Barilla, Francesco Del Porto**, hanno raccontato i benefici ottenuti dall'adozione di Allineo, lo strumento di GS1 Italy per allineare le informazioni di prodotto tra Industria e Distribuzione. Invece il chief information officer di **Conservas Italia, Enrico Parisini**, ha illustrato i risultati raggiunti grazie a Immagino, il servizio web di GS1 Italy che permette di semplificare i processi di scambio, di gestione, di aggiornamento e di validazione delle immagini e delle informazioni dei prodotti tra clienti e fornitori.

A completare il programma dei lavori sono stati gli interventi di autorevoli ospiti: **Giuliano Noci**, prorettore del **Politecnico di Milano**; **Bruno Aceto**, ceo di GS1 Italy; **Andrea Farinet**, chairman di **Socialing Institute**; **Paolo Iabichino**, chief creative officer di **Ogilvy & Mather Italia**; l'attrice e scrittrice **Arianna Porcelli Safonov**; **Marco Cuppini**, research and communication director di GS1 Italy.

Per informazioni:

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione – Emanuela Capitano

Tel. 3474319334 - email: 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 - tendenzeonline.info

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

facebook: <https://www.facebook.com/GS1Italy>