

## COMUNICATO STAMPA

### Cosa resterà del 2016?

#### Lo rivela “Un anno di Tendenze”

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

Uno strumento indispensabile per mettere a fuoco l'eredità del 2016 e analizzarlo con nuove chiavi di lettura, utili anche per il futuro.

*Milano, 13 febbraio 2017* – Sono stati 12 mesi di innovazioni impattanti, di trend emergenti, di fenomeni interessanti e di segnali tutti da cogliere. [Tendenze online](#) – il webmagazine di **GS1 Italy** – li ha raccontati tutti con attenzione e puntualità. E ora ha “distillato” il succo del 2016 nel sesto volume della sua raccolta annuale “**Un anno di Tendenze 2016**”. Uno strumento utile per guardare indietro al 2016, riflettere sulle sue peculiarità e coglierne l'eredità, affrontando così meglio anche il presente.

«Come avviene da sei anni a questa parte, ci siamo fermati a rileggere quello che abbiamo pubblicato negli ultimi mesi» spiega il direttore responsabile, **Marco Cuppini**. «Un bell'esercizio che ci consente di mettere a fuoco le notizie senza l'ansia della diretta, di contestualizzarle su un periodo più lungo e di collegare argomenti che potevano sembrare slegati e che invece ora, visti a distanza, risultano ben collegati. Ne esce un disegno diverso, che offre nuove chiavi di lettura, da portare con sé e sfruttare nel 2017».

Il volume “[Un anno di Tendenze 2016](#)”, [consultabile anche online](#), come le precedenti edizioni, è suddiviso in quattro capitoli tematici:

#### **1/PROTAGONISTI DI UNA RIPRESA ANNUNCIATA**

Ripresa o stagnazione? Mentre l'economia viaggia al ritmo di uno *stop&go* al mese, i nodi della società italiana restano irrisolti, aggravati da un andamento demografico inarrestabile. Intanto lo scenario dei consumi e le abitudini dei consumatori cambiano radicalmente e disegnano un nuovo territorio competitivo per le imprese e per la filiera del largo consumo.

#### **2/RETAIL DA FISICO A DIGITALE. E RITORNO**

Nel suo percorso dalla nascita del desiderio fino al completamento dell'atto di acquisto, il consumatore ha a disposizione un grande numero di *touchpoint* fisici e digitali. Per le imprese si tratta di governare questi punti di contatto e affrontare uno

scenario nel quale, grazie alla trasformazione digitale, ogni luogo e qualsiasi momento sono un'occasione per fare shopping.

### **3/DATA MANAGEMENT NEL SEGNO DELLA QUALITÀ**

Con l'emergere dell'omnicanalità, insieme alla necessità di favorire esperienze d'acquisto *seamless* e di avere una gestione unitaria dei diversi canali, cresce l'interesse delle imprese a poter gestire e condividere informazioni di qualità. Fino ad arrivare a una nuova vista sui consumi più circoscritta e definita.

### **4/ LA COLLABORAZIONE FA LA DIFFERENZA**

Nella società dell'attimo le informazioni presiedono in maniera sempre più strutturata e pervasiva alla movimentazione e al flusso dei prodotti. È una rete globale nella quale la collaborazione tra gli operatori può migliorare i processi di business, la riduzione dei costi, il servizio ai clienti. Con il supporto degli standard globali GS1.

## **[Un anno di Tendenze 2016 è consultabile online](#)**

\* \* \*

#### **Per informazioni:**

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione – Emanuela Capitanio  
Tel. 3474319334 - Email: [nuagecomunicazione@libero.it](mailto: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](http://gs1it.org) - [tendenzeonline.info](http://tendenzeonline.info)

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