The Global Language of Business

# COMUNICATO STAMPA

# I cinque goal segnati da GS1 Italy nel 2020. Per rendere vincente la filiera del largo consumo in Italia

## Progetti avviati, risultati ottenuti, attività realizzate e work in progress: l'Annual report 2020 rendiconta un anno di GS1 Italy. E fa il punto sulle cinque aree di intervento prioritarie per il triennio 2020-2022.

*Milano, 5 agosto 2021* – **Digitalizzazione** della logistica, diffusione del **data driven** in nuovi mondi (come il Foodservice), miglioramento e misurazione delle **prestazioni ambientali** e della **circolarità**, sviluppo della **tracciabilità dei prodotti** e della **trasparenza delle informazioni** disponibili per i consumatori, impegno per la **formazione continua** e il supporto alla **società dell'informazione**: sono questi i **cinque pilastri** su cui **GS1 Italy** ha scelto di orientare le sue attività e i suoi progetti a partire dal 2020.

A offrirne una visione d'insieme, completa e trasparente, è l'**Annual report 2020** appena pubblicato sul sito report.gs1it.org, che racconta i sistemi standard GS1, i processi condivisi ECR e i servizi che GS1 Italy mette a disposizione delle 36.895 aziende di produzione e distribuzione che fanno parte della community GS1 Italy.

«Con questo rapporto offriamo una fotografia aggiornata e dettagliata di ciò che siamo e di quel che facciamo, mettendo a disposizione degli stakeholder il bilancio dei risultati conseguiti e delle attività realizzate» spiega il **ceo di GS1 Italy, Bruno Aceto**. «La pandemia ha messo alla prova la capacità di risposta dell'Industria e della Distribuzione, che hanno trovato nelle soluzioni di GS1 Italy e di ECR un supporto costante per garantire la continuità del business, migliorare i processi, sistematizzare le azioni intraprese e condividere le buone pratiche. I risultati, come si legge nel rapporto, sono stati molto positivi: oltre ad aver accolto più di 3 mila nuove aziende tra i suoi utenti (+ 15% rispetto al 2019), GS1 Italy ha visto incrementi (talvolta anche molto importanti) rispetto al 2019 di tutti i servizi e gli strumenti, confermando il ruolo della nostra organizzazione nel migliorare la competitività delle filiere e delle aziende, con effetti positivi per la sostenibilità dello sviluppo e l'economia del paese».

L'Annual report 2020 presenta le attività e i progetti di GS1 Italy organizzandoli secondo le cinque aree prioritarie individuate dal Piano strategico 2020-2022:

### 1. Filiera logistica digitale

L'allineamento dei dati tra fornitori e clienti e la sincronizzazione dei processi sono determinanti per la qualità, la tracciabilità delle consegne e la riduzione dei costi permettendo di migliorare velocità, flessibilità ed efficienza lungo tutta la supply chain. GS1 Italy è parte attiva nel processo di digitalizzazione della filiera logistica a cui nel 2020 ha dedicato diversi progetti, come la **Mappatura dei flussi logistici nel settore del largo consumo**, la **ricerca sull'impatto del COVID-19 nel largo consumo** e il **Monitor OSA** (Optimal Shelf Availability) per riconoscere le cause dell'out-of-stock. Inoltre, GS1 Italy ha sviluppato diversi strumenti per supportare la digitalizzazione del processo order-to-cash e l'adozione di standard condivisi nella logistica.

## 2. Filiera data driven

L'accuratezza dei dati e la loro certificazione secondo gli standard globali sono da sempre alla base delle soluzioni e degli strumenti messi a disposizione delle imprese da GS1 Italy, che spaziano dal Category management all'omnicanalità fino alla segmentazione dei punti di consumo del Foodservice.

In particolare, con il servizio **Codifico** oltre 3.600 aziende hanno generato in modo autonomo **più di 205 mila codici a barre** per i loro prodotti. Invece **Procedo** ha permesso a 640 aziende di scambiarsi **330 mila documenti** in formato elettronico. Sempre nel 2020 il servizio **Allineo** di GS1 Italy ha consentito a 722 produttori e 5 distributori di condividere le informazioni corrette e aggiornate relative a **oltre 107 mila prodotti di largo consumo**. Mentre 84 tra produttori e distributori hanno utilizzato la piattaforma **Condivido** per scambiare con clienti, fornitori e colleghi, i contenuti multimediali per il marketing relativi a prodotti e brand.

A dicembre 2020 sono arrivati a quota 122 mila i prodotti digitalizzati dal servizio **Immagino** che ha ottenuto il nuovo **record delle 915 mila immagini digitalizzate**, coinvolgendo 1.826 produttori e 40 distributori, per 4.820 utenti totali. Questa mole di informazioni raccolte e digitalizzate hanno rappresentano la base statistica per le due edizioni 2020 dell'**Osservatorio Immagino**, veicolato in oltre 7 mila copie e il cui sito ha ottenuto quasi 24 mila visualizzazioni annue.

## 3. Filiera circolare sostenibile

La sostenibilità è una priorità per le imprese e determina impatti importanti sulla competitività e sulla reputazione dei brand. Per aiutare le aziende in questo percorso green GS1 Italy ha sviluppato degli strumenti per supportare le imprese in un percorso di **miglioramento continuo della sostenibilità**. Come **Ecologistico$_2$**, il web tool in grado di calcolare l'impatto climatico della logistica, che ha visto aumentare il numero delle aziende utenti. Tra le novità del 2020 c'è l'avvio del progetto del **Barcode for environment**, una soluzione per la comunicazione efficace dell'impronta ambientale dei prodotti attraverso l'utilizzo degli standard GS1, e di **Circol-UP**, lo strumento che consente di misurare la circolarità in azienda.

## 4. Filiera visibile e trasparente

L'avvio dell'era digitale lo aveva evidenziato e la pandemia lo ha reso ancora più importante: l'elemento chiave nel rapporto con il consumatore è la capacità di coinvolgerlo, instaurando un dialogo basato sulla trasparenza e sulla chiarezza delle informazioni. Gli strumenti e gli standard per la tracciabilità di GS1 supportano questi processi e continuano a evolversi per offrire risposte e soluzioni sempre al passo coi tempi, come dimostrano **gli standard GS1 per l'healthcare**, che garantiscono fiducia e sicurezza anche nelle vaccinazioni, i codici a barre multi-funzione e il **GS1 Digital Link**, lo standard sviluppato per **migliorare la customer experience via mobile**.

## 5. Filiera informata

Studi e ricerche periodiche (come l'Osservatorio Non Food e l'Osservatorio Immagino), uniti a un ricco programma di formazione alle imprese e alla collaborazione con le università per plasmare i nuovi manager per il largo consumo: così anche nel 2020

GS1 Italy ha affiancato le imprese per affrontare insieme la sfida della società dell'informazione.

Nel 2020 sono stati **più di 700 i manager di imprese del largo consumo che hanno partecipato agli oltre 50 incontri tenuti dai 15 gruppi** di lavoro coordinati da GS1 Italy e dedicati ad altrettanti progetti, e **1.763 i partecipanti ai corsi di formazione professionale dell'Academy di GS1 Italy**. Nel 2020 a Milano è nato anche **Interno 1, il concept center di GS1 Italy** dedicato all'innovazione: uno spazio multimediale e interattivo, a cavallo tra mondo fisico e digitale, per immergersi nella digital transformation.

Per approfondimenti, l'Annual report 2020 è consultabile sul **sito report.gs1it.org**.

***

**Per informazioni:**

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione
Alessandra Perrucchini - Tel. 3404212323
Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334
email: nuagecomunicazione@libero.it

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

***GS1 Italy**. A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 35 mila imprese dei settori largo consumo, sanitario, bancario, della pubblica amministrazione e della logistica. I sistemi standard GS1, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione semplificano e accelerano il processo della trasformazione digitale delle imprese e della supply chain, perché permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili.*

*web: gs1it.org - tendenzeonline.info*
*twitter: @GS1Italy - @tendenzeonline*
*facebook: @GS1Italy*
*instagram: @GS1Italy*
*linkedin: @GS1Italy*