

COMUNICATO STAMPA

Risultati, attività e progetti: GS1 Italy si racconta nell'Annual report 2022

È nata con il codice a barre ed è poi diventata agente del futuro delle aziende italiane. In questo percorso di crescita, tra **sostenibilità, digitalizzazione, tracciabilità e logistica collaborativa**, **GS1 Italy** ha sviluppato diversi tool e tante soluzioni utili a **piccole e grandi imprese**.

Milano, 12 luglio 2023 – **Sostenibilità, digitalizzazione, tracciabilità e logistica collaborativa**: sono i **quattro pilastri del piano strategico di GS1 Italy**, che ne hanno guidato le attività nel corso dello scorso anno, come racconta e dettaglia l'**Annual report 2022 appena pubblicato** sul sito di GS1 Italy.

Fedele al suo ruolo di motore di innovazione del mondo del largo consumo (e non solo), anche durante un anno complesso e imprevedibile qual è stato il 2022, GS1 Italy ha continuato a studiare **strumenti capaci di sostenere l'innovazione del paese e il bene del pianeta**, condividendo metodi, soluzioni e standard con la sua community, composta da **oltre 40 mila aziende** utenti.



Un anno di nuove sfide, in cui niente è stato come prima

L'Annual report 2022 di GS1 Italy tratteggia un anno molto significativo per questa associazione che in Italia rappresenta GS1, l'organizzazione non profit che sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In uno scenario globale caratterizzato da grandi e inattesi cambiamenti, che hanno richiesto misure continue e urgenti di adattamento e che hanno proposto nuove sfide, GS1 Italy ha continuato a occuparsi non solo del presente ma anche del futuro del largo consumo in Italia. Per farlo nel modo migliore, e per consentire quindi a tutta la business community di farlo, ha presentato il **Nuovo Codice Consumi, una ricerca fondativa che inaugura un innovativo sistema di classificazione degli italiani e dell'Italia dei consumi**, basato sul concetto di comunità di sentire, con cui sono state create nuove categorie per descrivere i consumatori in base a esigenze, affinità,

attitudini e passioni prevalenti. Un lavoro che cambia l'angolazione con cui approcciare gli italiani e che GS1 Italy mette **a disposizione di tutti**.

Le attività di GS1 Italy nel 2022

L'Annual report 2022 riepiloga anche i **risultati ottenuti** dalle soluzioni di GS1 Italy e dai servizi di GS1 Italy Servizi messi a disposizione della business community:

- **Immagino**: il servizio che permette di creare i gemelli digitali dei prodotti è stato adottato da 6.211 utenti (+9,9% rispetto al 2021) e ha superato i **134 mila prodotti digitalizzati** (+3,4%), arrivando così a rappresentare **l'82,1% del mercato del largo consumo confezionato italiano** veicolato da ipermercati e supermercati.
- **Codifico**: il tool che consente alle aziende di creare e gestire i barcode GS1 per i loro prodotti ha superato i **443 mila barcode (+53,3%)** generati da **5.607 imprese (+13,0%)**.
- **GS1 Registry Platform**: sono stati **510 mila i prodotti** che GS1 Italy ha inserito in questo registro mondiale per condividere le sette informazioni fondamentali che li riguardano (il GTIN, la marca, una descrizione del prodotto, l'URL dell'immagine di prodotto, la classificazione standard Global Product Classification, il contenuto netto e l'unità di misura, il paese di commercializzazione).
- **Procedo**: questo servizio, che consente di rendere più immediati e sicuri gli scambi di documenti commerciali e amministrativi, è stato utilizzato da **630 aziende** (-3,1%) per un totale di **350 mila documenti digitali scambiati** (+2,9%).
- **GS1 EDI ed Euritmo**: oltre **58 milioni di documenti** (-13,8%) scambiati da **7.472 aziende** e con **5 solution provider certificati**, per il sistema web che consente di scambiare documenti elettronici (come le fatture) in formato standard EDI, in modo semplice e sicuro.
- **Allineo**: lo strumento di data management che consente di aggiornare tutte le informazioni anagrafiche dei prodotti e di condividerle in tempo reale con i partner commerciali in formato elettronico è stato scelto da **724 produttori** e da **7 distributori** per oltre **160 mila prodotti (+23,0%)**.
- **Data Quality Check**: questo tool, creato per migliorare la qualità dei dati dei prodotti pubblicati dagli utilizzatori italiani di Allineo, è stato utilizzato da **716 aziende (+16,6%)** per un totale di **237 mila prodotti verificati (+17,3%)**.
- **Ecologicistico₂**: il tool creato per misurare le emissioni e agire per un minore impatto ambientale, adottando scelte green consapevoli e vantaggiose, è stato già adottato da **15 aziende**, tra produttori (Barilla, Bauli, Campari, Carlsberg, Eridania, Fater, Ferrero, Lavazza, L'Oréal Italia, Mondelez Italia, Nestlé Waters, Procter & Gamble, Unilever) e distributori (Conad, Coop Italia).
- **Circol-UP**: lo strumento concepito per permettere alle aziende di misurare la loro performance di circolarità allo scopo di migliorare i processi, diminuire gli sprechi, immaginare nuovi modelli di business e sistemi collaborativi ha coinvolto **23 aziende**, tra produttori (Artsana, Auricchio, Barilla, Bauli, Esselunga, Fater, Ferrero, Marchese Antinori, Mondelēz Italia, Nestlé Italiana, Panzeri Diffusion,

Parmalat, Prealpi, Procter & Gamble, Sutter) e distributori (Bennet, Conad, Decathlon, Despar Italia, D.it – Distribuzione Italiana, Esselunga, Metro, Realco).

«Il 2022 ci ha visto impegnati anche sul fronte della sostenibilità, che non solo è il grande tema globale del momento ma è anche quello in cui le aziende hanno maggiori necessità di ottenere informazioni affidabili, attendibili e utili per migliorare il loro impatto ambientale e per mettere in pratica l'economia circolare» commenta **Bruno Aceto, ceo di GS1 Italy**. «A questo fabbisogno, in GS1 Italy abbiamo risposto sviluppando due strumenti innovativi, Ecologistico₂ e Circol-UP, che stanno riscuotendo l'interesse delle imprese, diffondendosi sempre di più e permettendo di condividere con la business community i risultati raggiunti da chi li ha adottati, nell'ottica di contribuire anche ad arricchire la cultura su questa materia».

Un sistema di relazione sempre più articolato e multimediale

Nel 2022 il sistema di comunicazione costruito e alimentato da GS1 Italy si è consolidato ed è cresciuto, tagliando significativi traguardi.

I canali social di GS1 Italy e di GS1 Italy Servizi (Twitter, LinkedIn, YouTube, Facebook, Instagram) hanno ottenuto **12 milioni di impression, il 106,7% in più rispetto al 2021**. A questo dato si aggiungono gli **oltre 1,5 milioni di visualizzazioni** dei quattro siti web associativi (gs1it.org, tendenzeonline.info, interno1.org, servizi.gs1it.org).

In crescita anche **il numero delle pubblicazioni distribuite o scaricate dal web**, arrivate a **oltre 12 mila copie**.

Nel 2022 GS1 Italy ha conquistato un maggiore spazio anche sui mass media: tra stampa, web, radio e televisioni ha avuto oltre **3,1 miliardi di impression**, in crescita di **+19,2%** rispetto al 2021.

Nel corso del 2022 GS1 Italy ha inoltre contato **2.701 persone** che hanno partecipato agli eventi, alle visite a **Interno 1** e ai corsi di formazione di **Academy**. E **1.138 manager che hanno preso parte ai tavoli di lavoro** di GS1 Italy e di **ECR Italia**. Così come le oltre **10 mila** aziende che si sono rivolte al **Customer service** GS1 Italy.

L'Annual report 2022 di GS1 Italy è consultabile sul [sito di GS1 Italy](#).

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



The Global Language of Business

comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 40 mila imprese dei settori largo consumo, sanitario, bancario, della logistica, del foodservice e delle costruzioni. 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](https://twitter.com/GS1Italy) - [@tendenzeonline](https://twitter.com/tendenzeonline)

facebook: [@GS1Italy](https://www.facebook.com/GS1Italy)

instagram: [@GS1Italy](https://www.instagram.com/GS1Italy)

linkedin: [@GS1Italy](https://www.linkedin.com/company/GS1Italy)