

## COMUNICATO STAMPA

### Dal retail esteso alla sostenibilità: gli highlight 2023 e le macro-tendenze 2024 nella nuova edizione di "Un anno di Tendenze"

La pubblicazione di GS1 Italy offre una raccolta ragionata dei contenuti apparsi nel corso dell'anno sul suo webmagazine.

Cinque le macro-tendenze che ci accompagneranno anche nel 2024.

*Milano, 12 marzo 2024* – Il 2023 sembra già lontano e archiviato. Eppure, molte delle tematiche che lo hanno contraddistinto, delle criticità che vi sono emerse e delle tendenze che si sono delineate sono destinate ad accompagnarci anche nel presente e nel futuro. A raccoglierle, ripercorrerle e contestualizzarle è ["Un anno di Tendenze 2024"](#), la pubblicazione che **GS1 Italy** realizza ogni anno selezionando e organizzando per temi i contenuti pubblicati nell'arco di dodici mesi sul webmagazine Tendenze online, l'house organ di GS1 Italy.

«Abbiamo celebrato i primi cinquant'anni del codice a barre, ma lo abbiamo fatto con uno sguardo al futuro, esplorando le implicazioni delle nuove tecnologie, le tendenze di mercato, di consumo e di informazione» spiega **Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy e direttore responsabile del magazine**. «Anche questa edizione di Un anno di Tendenze promette di andare oltre al barcode con nuovi racconti del percorso di evoluzione che stiamo vivendo».

«Il 2023 sarà ricordato come l'anno in cui abbiamo iniziato a intuire le enormi potenzialità dell'intelligenza artificiale» sottolinea **Bruno Aceto, ceo di GS1 Italy**. «L'intelligenza artificiale non è una minaccia, ma un'opportunità. Si tratta di uno strumento potente che può aiutarci a costruire un futuro più efficiente, sicuro e sostenibile».

L'evoluzione del codice a barre è il primo dei **cinque macro-temi individuati** nell'edizione 2024 di "Un anno di Tendenze":

1. **Oltre il codice a barre.** Da 50 anni il codice a barre è parte della quotidianità delle persone di tutto il mondo, ha contribuito a rendere globale l'economia e ha migliorato l'efficienza degli scambi commerciali. Ora si appresta a moltiplicare i suoi utilizzi e a cambiare veste.
2. **L'età dell'incertezza.** Lo stallo dell'economia, il rallentamento della domanda internazionale e l'inflazione che la fa da padrona generano effetti devastanti sul piano sociale. Con l'aumento dell'impoverimento le famiglie cercano di attivare strategie di sopravvivenza. Ma i consumi calano, alimentando le preoccupazioni delle imprese, in particolare quelle del largo consumo, fortemente penalizzate, che possono trovare una via d'uscita solo nella collaborazione.
3. **Retail esteso.** Dopo la pandemia sembra proprio che per il retail e il sistema dei consumi sia cominciata una traversata verso un nuovo mondo in cui le tecnologie digitali hanno definito interconnessioni sempre più strette tra i processi e le attività con l'omnicanalità a fare da guida. Dove non c'è innovazione senza sostenibilità,

dove i modelli organizzativi sono ripensati e dove l'online si fonde nell'offline e viceversa. E l'approdo è la relazione integrale, olistica con il cliente.

4. **Standard & business.** Se è vero che la digitalizzazione può avvenire attraverso tanti strumenti, nessuno di essi può fare a meno dell'identificazione univoca degli oggetti e della successiva gestione dei dati. I processi interni ed esterni alle aziende traggono forza dagli standard GS1, che, grazie alle regole condivise e al linguaggio comune, svolgono il ruolo di motore di innovazione e sono una risposta alle nuove esigenze di cambiamento che attraversano i diversi settori.
5. **Obbligo di sostenibilità.** Nel rapporto tra brand, insegne e consumatori, il tema dello sviluppo sostenibile aggravato dalla crisi climatica e ambientale sta diventando ormai centrale. La novità è che, anche se il greenwashing è sempre in agguato, l'impegno delle imprese e i comportamenti dei cittadini si spogliano dell'aura di idealismo e diventano sempre più pragmatici e concreti. E le iniziative si moltiplicano.

Il volume "Un anno di Tendenze 2024" è **consultabile gratuitamente** sul [sito di Tendenze online](#).

Per restare sempre aggiornati:

newsletter: [tendenzeonline.info/journal/iscriviti/](mailto:tendenzeonline.info/journal/iscriviti/)

web: [tendenzeonline.info](http://tendenzeonline.info)

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

\*\*\*

#### **Per informazioni:**

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione

Alessandra Perruchini - Tel. 3404212323

Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334

email: [nuagecomunicazione@libero.it](mailto: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 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](http://gs1it.org) - [tendenzeonline.info](http://tendenzeonline.info)

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

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

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

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