

INTERVISTA:**// GS1ITALY. COME DARE UN LINGUAGGIO INTERNAZIONALE AL SETTORE ITTICO****INTERVISTA: GS1ITALY**

// Come dare un linguaggio internazionale al settore ittico

EUROFISHMARKET È MEDIA PARTNER DI GS1ITALY PER LA PROMOZIONE E L'IMPLEMENTAZIONE DELLA TRACCIABILITÀ NEL SETTORE ITTICO . IL NOSTRO OBIETTIVO È SOPRATTUTTO QUELLO DI FARE COMPRENDERE ALLE AZIENDE MEDIO PICCOLE DELLA PRODUZIONE E DELLA TRASFORMAZIONE CHE OPERANO NEL SETTORE ITTICO L'IMPORTANZA DI OTTIMIZZARE IL LORO SISTEMA DI TRACCIABILITÀ AL FINE DI RENDERSI ANCORA PIÙ INTERESSANTI E PRONTE PER IL MERCATO DELLA DISTRIBUZIONE. INOLTRE L'OTTIMIZZAZIONE DELLA TRACCIABILITÀ POTRÀ ESSERE UN VANTAGGIO PER TUTTI GLI ATTORI DELLA FILIERA IN TERMINI DI RIDUZIONE DEGLI SPRECHI, ANALISI DEI PROCESSI PRODUTTIVI, DEI COSTI E DI NUMEROSI ASPETTI UTILI A MONITORARE E MIGLIORARE IN CONTINUAZIONE LA PROPRIA ATTIVITÀ. PRESENTIAMO DUNQUE IN SINTESI GS1ITALY IN MERITO A COSA PUÒ OFFRIRE ALLE AZIENDE DEL SETTORE ITTICO, SUL PERCHÉ NASCE LA COLLABORAZIONE CON EUROFISHMARKET E SUL PERCHÉ I LORO STANDARD POTREBBERO ESSERE STRATEGICI PER LE AZIENDE DI QUESTO SETTORE.



GS1ITALY: QUELLI DEL CODICE A BARRE. E NON SOLO

GS1Italy, nuova denominazione di Indicod-Ecr, è l'associazione senza scopo di lucro che riunisce 35 mila imprese di beni di largo 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. GS1Italy sviluppa e mantiene gli standard più usati al mondo per la comunicazione tra imprese, i sistemi standard GS1. Sono conosciuti per il codice a barre, definito dalla BBC come una delle "50 cose che hanno reso globale l'economia".

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.

GS1Italy propone inoltre tecniche, strumenti, strategie operative: sono i processi condivisi ECR. Nascono dal dialogo e dal confronto tra Industria e Distribuzione e hanno come obiettivo l'efficienza e l'innovazione nella filiera. Scopo di ECR è di rendere l'offerta più reattiva rispetto alla domanda dei consumatori e di promuovere la rimozione dei costi non necessari all'interno della filiera.



Eurofishmarket intervista Giada Necci, new solution specialist di GS1Italy.







L'Amo

CUCINI ITALIANO?

L'Amo è un progetto di sostegno, promozione e valorizzazione del prodotto ittico italiano.

L'Amo invita i produttori, trasformatori, distributori, ricercatori, giornalisti ed operatori ad ogni titolo interessati al settore di diventare partner del progetto entrando nella "rete" multimediale di collegamento tra tutti gli attori della filiera.

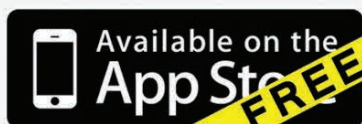
I ristoratori partner del progetto saranno coinvolti in un **gruppo di acquisto** dove il prodotto ittico viene fornito **direttamente da un consorzio di produttori**.

Sostieni L'Amo, diventane partner e scoprine i vantaggi!



FISHBOOK
PERSONAL FISH SHOPPER

come acquistare il pesce italiano



Per non pescare sorprese, scarica **Fishbook**, l'app de L'Amo per riconoscere il pesce italiano.

EURO FISHMARKET
UNA RISPOSTA AL SETTORE ITTICO // AN ANSWER TO THE SEAFOOD SECTOR

Per sostenere il progetto L'Amo o diventare partner contattaci a:
info@lamoitaliano.it

Scoprici in rete
www.lamoitaliano.it
www.eurofishmarket.it
www.eurofishmarketchannel.it

Perché GS1 ha deciso di lavorare nel settore ittico?

Il nostro obiettivo principale consiste nel diffondere l'utilizzo degli standard GS1 a livello internazionale e supportare le imprese che hanno sempre più bisogno di ottenere processi efficienti ed efficaci. E a proposito di tracciabilità offriamo strumenti che permettono alle imprese di rispondere alla più grande necessità: essere conformi alla normativa di settore. Con gli standard GS1 si può ottemperare sia alla disciplina nazionale sia a quella europea ed internazionale: ciò è permesso dagli standard: dai codici a barre, che costituiscono il nostro standard più conosciuto e diffuso, ai sistemi di scambio elettronico dei documenti tra partner commerciali. Il settore ittico è probabilmente, in questo momento, uno di quelli dell'alimentare più normato e la mole di dati che deve essere trasmessa ai partner commerciali ed alle autorità è così grande da rendere difficile implementare processi manuali senza rischio di errore. Inoltre la regolamentazione riguarda tutta la filiera, dal peschereccio al banco pescheria di un mercato o della grande distribuzione.

Che cosa deve fare chi vuole usufruire dei vostri strumenti per tracciabilità e rintracciabilità?

Gli strumenti disponibili sono diversi e riguardano anche altri settori, dove la sicurezza per il consumatore è un valore da tutelare al massimo. Ciò detto quando un'azienda vuole utilizzare gli strumenti contatta la GS1 di riferimento, in Italia GS1Italy, e con essa affronta le problematiche in questione. La prima attività è assegnare all'impresa un prefisso aziendale che la identifica come codice a livello internazionale. A partire dal prefisso, l'azienda identifica a sua volta i propri prodotti che possono essere rappresentati su codici a barre per condividere anche una serie di informazioni oltre al codice prodotto.

E quanto nello specifico della tracciabilità alimentare?

A questo proposito GS1Italy ha elaborato una serie di linee guida e di soluzioni condivise che consentono alle imprese di filiera di assolvere gli obblighi a cui sono sottoposte, a partire dal Regolamento (CE) N. 178/2002 del Parlamento europeo, in applicazione dal 1° gennaio 2005 per quanto riguarda la tracciabilità degli alimenti. Il regolamento in questione è da considerare il capostipite di una serie di provvedimenti sulla tracciabilità, ha fatto poi seguito l'emanazione di norme verticali per specifici ambiti. GS1 si è di conseguenza attivata affinché le imprese della filiera potessero assolvere tali obblighi con l'ausilio di strumenti informatici che rendono efficienti e veloci i processi aziendali. Ad oggi, in aiuto delle imprese, non c'è solo il tradizionale codice a barre che appare su prodotti di ogni genere, ma esistono anche codici complessi in grado di riportare un ragguardevole insieme di dati. Queste informazioni aiutano sia il consumatore nella sua scelta, sia le stesse imprese che, scambiandosi, possono collaborare meglio nel reciproco interesse. Mi riferisco a indicazioni come data di scadenza piuttosto che al lotto di produzione o al numero seriale.

Come si distinguono, graficamente, i codici a barre strutturati che permettono di trasferire le informazioni?

Per supportare il settore ittico e l'alto contenuto informativo, i codici a barre si presentano come un gruppo di codici disposti su più righe, indecifrabili certo dal consumatore eppure rivelatori, se interpretati con appositi lettori, di una gran quantità di dati utili ad identificare il prodotto e a conoscerne la sua storia. Noti come GS1-128 o GS1 DataBar, per il settore alimentare, i codici complessi riportano sulle etichette una mole davvero notevole di informazioni.



Ma come fa un'azienda a creare questo tipo di codici?

L'azienda che vuole rappresentare le sue informazioni in etichetta tramite un codice a barre servendosi dei nostri strumenti deve munirsi di un prefisso aziendale che la identifichi nei codici. Successivamente dovrà dotarsi di un software per la costruzione dei codici a barre e di una stampante che riproduca il codice su un'etichetta che sarà poi applicata sul prodotto. Il compito di GS1 non consiste nel fornire le attrezzature ma le regole attraverso le quali le imprese possono comunicare tra loro fornendo alla filiera le informazioni del caso.

Poi, dalla produzione alla trasformazione e alla movimentazione, ogni impresa che interviene sull'alimento aggiunge informazioni che arricchiscono l'etichetta finale?

Ogni attore della filiera arricchisce di informazioni il prodotto a mano a mano che esso viene creato, alcune in chiaro (cioè in lettere) affinché il consumatore possa comprenderle orientando la propria scelta, così come nel caso delle diciture sulla zona di cattura o di allevamento del pesce, piuttosto che al luogo di lavorazione, e altre codificate in un codice a barre e idonee a un utilizzo professionale che, in caso di problemi, consentano di risalire la supply chain mettendo in pratica il concetto di rintracciabilità attraverso la storia di quell'alimento.

Ma alla fine l'etichetta al consumo contiene proprio tutte le informazioni relative a quel prodotto?

Non proprio tutte per non esagerare nella complessità rischiando di rendere l'etichetta talmente ridondante di informazioni da confondere il consumatore più che aiutarlo. Le stesse grandi confezioni che si muovono lungo la supply chain possono avere etichette "minime" ed etichette "estese" dove lo si ritenesse opportuno. Certamente vi sono, nel codice a barre che compare sulle confezioni destinate al consumatore finale, tutte le informazioni utili ad informare correttamente il consumatore e a garantire i processi informativi di tutta la filiera. Compreso quello di tracciabilità e rintracciabilità puntuale.

Ringraziamo GS1Italy per la disponibilità per questa intervista e per averci ricercato come media partner. Siamo convinti che molti dei loro servizi siano utili a migliorare ed aumentare la competitività dei produttori ittici che attraverso l'utilizzo di standard e codici condivisi potranno accedere ad un maggior numero di clienti anche riducendo la loro filiera e dunque aumentando i loro margini di guadagno.

www.eurofishmarket.it

Ma con i codici a barre, si fa tutto?

I codici a barre hanno i propri limiti. Ed è per questo che gli standard GS1 non si limitano a quelli: sono stati messi a punto altri strumenti che permettono di scambiare informazioni in formato elettronico. Si va dallo standard EDI, che permette di scambiare informazioni relative al ciclo dell'ordine-fatturazione-pagamento, per passare all'EPCIS che in tempo reale può darvi le informazioni relative ad uno specifico oggetto che si muove lungo la filiera e arrivare al GDSN, che può essere visto come il punto di partenza. Esso è lo standard che permette di allineare le anagrafiche di prodotto e cioè di condividere le stesse informazioni descrittive dello stesso e presenti nei cataloghi prodotto. E di conseguenza permette ai partner della filiera di parlare lo stesso linguaggio, che, con gli standard GS1, è globale.

