# IL CODICE A BARRE COMPIE 50 ANNI E RADDOPPIA

A 50 anni dalla prima scansione avvenuta in un supermercato dell'Ohio, il codice a barre, che identifica i prodotti nel settore retail, si evolve verso un nuovo formato bidimensionale, che offrirà più informazioni ai consumatori e una maggiore efficienza ai commercianti

Era il 26 giugno del 1974 quando una cassiera di un supermercato a Troy, una cittadina dell'Ohio, scansionò per la prima volta il codice a barre di una confezione da dieci gomme da masticare Wrigley's Juicy Fruit, con uno scanner Magellan Model A. Questo scanner rappresenta il primo lettore fisso per il mercato retail al mondo, originariamente sviluppato da Spectra Physics, oggi parte della multinazionale italiana Datalogic, leader tecnologico globale nei mercati dell'acquisizione automatica dei dati e dell'automazione industriale.

La possibilità di identificare automaticamente i prodotti al punto cassa diede inizio a una nuova era in grado di rivoluzionare l'industria del retail, introducendo un livello di velocità e accuratezza dell'esperienza d'acquisto mai vista prima. A cinquant'anni di distanza, è ancora insostituibile.

Come precursore delle tecnologie di identificazione, Datalogic ha riconosciuto fin dall'inizio l'immenso potenziale dei codici a barre. Sfruttando l'esperienza accumulata con i primi scanner come il Magellan Model A, è diventata leader nel mercato dell'identificazione automatica per il mondo retail. Datalogic è sempre stata in prima fila nel guidare l'evoluzione tecnologica al servizio dei propri clienti. Dopo aver avviato il percorso di innovazione sviluppando i primi lettori a scansione lineare, ha poi introdotto per prima scanner con tecnologia imager, e di recente ha ulteriormente evoluto le prestazioni integrando le più recenti tecnologie basate sull'intelligenza artificiale.

Un nuovo codice bidimensionale ricco di informazioni

Siamo di fronte a un momento di svolta molto importante, in quanto il settore del retail si sta preparando all'introduzione di un nuovo codice identificativo dei prodotti, chiamato GS1 Digital Link, che apparirà gradualmente su tutte le confezioni dei beni di largo consumo, affiancandosi al tradizionale codice a barre lineare entro il 2027.

Il codice a barre GS1 Digital Link è un'evoluzione del tradizionale codice a barre che integra le informazioni digitali accessibili tramite un URL, permettendo così una connessione diretta tra un prodotto fisico e le informazioni digitali associate.

Il nuovo QR code standard GS1 permetterà ai consumatori, scansionando la confezione del prodotto, di ottenere informazioni immediate e sempre aggiornate su ciò che si appresta ad acquistare, ad esempio l'origine degli ingredienti di un prodotto alimentare, gli allergeni contenuti, le modalità di utilizzo (come il tipo di cottura e le ricette suggerite) e di riciclo o smaltimento, i valori nutrizionali e altro ancora.

Lo stesso codice conterrà anche informazioni dettagliate sulla specifica confezione, come ad esempio la data di scadenza, il lotto di produzione o un numero di serie univoco, che potranno essere integrate nei sistemi di gestione del punto vendita dei commercianti, per garantire la sicurezza, ottimizzare i processi di approvvigionamento e minimizzare i tentativi di frode.

Come spiega Fabrizio Pareschi, Global Account Manager di Datalogic, "i consumatori potranno fare più facilmente acquisti consapevoli, comprendendo l'impatto ambientale dei prodotti che acquistano, e avere informazioni dettagliate, ad esempio sulla provenienza di un prodotto e dei suoi ingredienti o indicazioni sul riciclo o il riutilizzo degli imballaggi. I retailer e le aziende coinvolte nella supply chain possono fornire contenuti personalizzati, promozioni o offerte basate sulle preferenze o sull'ubicazione del consumatore. Inoltre, il nuovo GS1 facilita la tracciabilità lungo tutta la catena di fornitura, aiutando a combattere la contraffazione e a migliorare la gestione dei richiami di prodotto, ma anche nei processi di inventario, gestione delle scorte e logistica, integrandosi con i sistemi ERP e CRM aziendali. Per questi processi, Datalogic si pone come partner tecnologico ideale, sia per le applicazioni di checkout nel punto vendita che per il trattamento dei dati in mobilità tramite mobile computer professionali, come ad esempio il nuovo Memor 30/35, che diventa lo strumento perfetto per attività come inventario, gestione prezzi e riordino. Tutti i prodotti Datalogic dedicati al mondo retail sono già oggi compatibili con la gestione del codice GS1".

Il ruolo di software, sistemi e intelligenza artificiale

Ma come si sta preparando l'industria del retail all'introduzione dei nuovi codici bidimensionali? Lo spiega Michele Benedetti, Chief Technology Officer di Datalogic: "l'obiettivo è rendere la lettura dei doppi codici presenti sulle confezioni trasparente e veloce, con lo stesso grado di affidabilità a cui oggi siamo abituati con i codici a barre lineari. Gli scanner e i terminali mobili di Datalogic sono in grado di leggere entrambi i codici in un'unica passata con la stessa velocità e affidabilità. Ma la vera sfida del futuro si gioca con l'integrazione di sistemi e software intelligenti, per offrire nuove applicazioni dirompenti che migliorano l'esperienza di acquisto dei clienti, la sostenibilità e la competitività dei retailer. Ad esempio, i nostri scanner di nuova generazione della famiglia Magellan sono delle vere e proprie macchine intelligenti, che elaborano non solo i codici dei prodotti, ma anche le immagini provenienti dalle telecamere interne e da quelle dei punti cassa del negozio, aprendo la strada ad applicazioni come la riduzione dei furti che renderanno i retailer ancora più efficienti e capaci di rispondere alle esigenze di un mercato che cambia rapidamente".

Quindi, lunga vita al codice a barre e al suo successore, che ci accompagneranno negli anni a venire verso la prossima evoluzione del settore del retail. E Datalogic è pronta a farlo da protagonista.