GS1 Polska

Globalny Język Biznesu

Jak poprawnie nadawać numery GTIN?

10 prostych zasad

Spis treści

Wprowadzenie **4**

Kto jest odpowiedzialny za przydzielanie numerów GTIN? 4

Struktura numeru GTIN-13 4

Czy EAN i GTIN to to samo? 4

Podstawowe zasady nadawania numerów GTIN **5**

Kiedy należy zmienić numer GTIN? **6**

Zasady ponownego użycia numerów GTIN **9**

Nadawanie numerów GTIN w praktyce **10**

Wprowadzenie

Globalny Numer Jednostki Handlowej (GTIN – Global Trade Item Number) identyfikuje dowolną jednostkę (produkt lub usługę), która może być wyceniana, zamawiana lub fakturowana w celach handlowych pomiędzy uczestnikami w dowolnym punkcie łańcucha dostaw i wobec której zachodzi potrzeba gromadzenia predefiniowanych informacji.

Kto jest odpowiedzialny za przydzielanie numerów GTIN?

Za przydzielanie numerów GTIN odpowiedzialne jest przedsiębiorstwo, które jest właścicielem marki produktu, czyli firma będąca w posiadaniu szczegółowej specyfikacji produktu, niezależnie od tego, gdzie i przez kogo został on wyprodukowany. Prefiks GS1 firmy. przydzielany jest zatem:

- **producentowi lub dostawcy** – jeżeli sam wytwarza produkt lub jeżeli jest on dla niego wytwarzany w jakimkolwiek kraju i sprzedaje go pod swoją nazwą handlową/marką,
- **importerowi lub hurtownikowi** – jeżeli produkt został wytworzony dla niego w jakimkolwiek kraju i jest sprzedawany pod jego nazwą handlową lub jeżeli w jakikolwiek sposób zmienia produkt (np. modyfikuje opakowanie czy tworzy zestawy produktów),
- **detaliście** – jeżeli produkt został dla niego wytworzony w jakimkolwiek kraju i jest sprzedawany pod jego nazwą handlową.

Struktura numeru GTIN-13

GTIN może zawierać 12, 13, 14 lub 8 cyfr (w zależności od zastosowań, rodzaju towaru i rynku docelowego). W Europie najpowszechniej stosowany jest numer GTIN-13 (zawierający 13 cyfr) o następującej strukturze:

Czy EAN i GTIN to to samo?

Numer GTIN oraz kod EAN bardzo często używane są zamiennie. Należy mieć jednak świadomość, że nie jest to dokładnie to samo.

GTIN to numer służący do jednoznacznej identyfikacji jednostek handlowych na całym świecie. EAN natomiast to symbolika kodu kreskowego, w której zaszyfrowany jest numer GTIN.

Uwaga! *EAN to dawna, a obecnie nieprawidłowa nazwa numeru GTIN.*

PREFIKS GS1 FIRMY	OZNACZENIE JEDNOSTKI HANDLOWEJ	CYFRA KONTROLNA
590 N_1 N_2 N_3 N_4	T_1 T_2 T_3 T_4 T_5	K
590 N_1 N_2 N_3 N_4 N_5	T_1 T_2 T_3 T_4	K
590 N_1 N_2 N_3 N_4 N_5 N_6	T_1 T_2 T_3	K
590 N_1 N_2 N_3 N_4 N_5 N_6 N_7	T_1 T_2	K
590 N_1 N_2 N_3 N_4 N_5 N_6 N_7 N_8	T_1	K

PREFIKS GS1 FIRMY
to połączenie z prefiksem polskiej organizacji krajowej 590 pozwala nadawać numery GTIN oraz tworzyć inne identyfikatory GS1

(T) OZNACZENIE JEDNOSTKI (TOWARU)
numer przypisywany przez przedsiębiorstwo określonemu produktowi

(K) CYFRA KONTROLNA
sprawdza poprawność numeru

Podstawowe zasady nadawania numerów GTIN

Przydzielając numery GTIN na produkty, każda firma powinna kierować się globalnie ustalonymi zasadami opisanymi w niniejszej broszurze. Zostały one stworzone w celu zapewnienia spójnej identyfikacji jednostek handlowych na całym świecie. Tylko właściwie, rzetelnie i jednoznacznie opisany produkt wraz z niepowtarzalnym numerem GTIN pozwoli sprostać wyzwaniom cyfrowego świata. Pozycje handlowe i opisujące je atrybuty pozostają w nim znacznie dłużej niż w sklepie fizycznym. Należy zwrócić uwagę na fakt, że raz nadany numer GTIN na produkt znajdujący się w sprzedaży, nie może być ponownie wykorzystany do oznaczenia innego produktu. Dodatkowo w momencie podejmowania decyzji dotyczącej prawidłowej identyfikacji produktów, trzeba mieć świadomość różnic wynikających z wprowadzenia na rynek nowego produktu, a modyfikacji produktu, który już istnieje w ofercie danego producenta lub właściciela marki.

Nowy produkt

To produkt, który do tej pory nie istniał w ofercie danego producenta, jest czymś nowym na rynku i nie miał nigdy wcześniej przypisanego numeru GTIN. Zgodnie z zasadami każdy nowy produkt powinien mieć przypisany unikalny numer GTIN w celu możliwości prawidłowego rozróżnienia go od produktu obecnie istniejącego w ofercie.

Zmiana istniejącego produktu

To każda modyfikacja mająca na celu zastąpienie produktu, który do tej pory istniał w ofercie producenta i był dostępny na rynku. Zgodnie z zasadami nowy numer GTIN powinien zostać nadany, jeśli na co najmniej jedno z trzech poniższych pytań odpowiedź jest twierdząca:

Czy oczekuje się, że konsument i/lub partner w łańcuchu dostaw będzie w stanie odróżnić stary/poprzedni produkt od nowego?

Czy nastąpiła zmiana deklaracji dla konsumenta i/lub innych partnerów w łańcuchu dostaw, która ze względu na uwarunkowania prawne wymaga ujawnienia?

Czy dana zmiana ma istotny wpływ na partnerów w łańcuchu dostaw (odnośnie do zmiany warunków transportu, magazynowania czy dostawy)?

Nowy numer GTIN wymagany jest każdorazowo, gdy jakakolwiek z predefiniowanych cech danej jednostki handlowej zmienia się w sposób znaczący dla partnera w łańcuchu dostaw lub klienta detalicznego.

Zasady zarządzania numerami GTIN określają dodatkowo, w jakich przypadkach należy zmienić numer dla detalicznej jednostki konsumenckiej oraz dla pozostałych poziomów pakowania powyżej jednostki detalicznej (np. kartonów, palet), które są wykorzystywane w procesie dystrybucji.

Produkt detaliczny
(jednostka konsumencka)

Opakowanie zbiorcze
(karton/paleta)

Przestrzeganie przez wszystkie ogniwa łańcucha dostaw standardowych zasad zarządzania numerami GTIN jest kluczem do zapewnienia skutecznej, efektywnej i spójnej wymiany informacji o produktach oraz gwarantuje minimalizację kosztów i sprawne funkcjonowanie globalnych łańcuchów dostaw.

Kiedy należy zmienić numer GTIN?

10 prostych zasad:

1. Wprowadzenie nowego produktu

Wprowadzenie na rynek nowego produktu wymaga nadania nowego numeru GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego.

Przykłady:

- wprowadzenie nowego smaku lodów owocowych, który do tej pory nie istniał w ofercie danego właściciela marki,
- wprowadzenie nowej etykiety językowej, np. z językiem hiszpańskim dla produktu, który do tej pory dostępny był tylko w wersji z etykietą w języku polskim,
- wprowadzenie na rynek nowego modelu telewizora z funkcją Wi-Fi.

2. Zadeklarowana zmiana cech, postaci lub funkcjonalności produktu

Istotne zmiany składu produktu, jego postaci bądź funkcjonalności, które wiążą się z nadaniem produktowi nowych cech lub funkcji oraz są zadeklarowane konsumentowi, wymagają nadania nowego numeru GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego.

Przykłady:

- zadeklarowana i wyszczególniona zmiana składu danego produktu, np. dodanie orzechów jako składnika będącego alergenem,
- zmiana postaci łososia pierwotnie sprzedawanego jako świeży na postać mrożoną,
- zadeklarowana klientowi redukcja zawartości cukru w produkcie, np. o 50%.

3. Zadeklarowana zmiana zawartości netto

Zadeklarowana zmiana (zwiększenie lub zmniejszenie) zawartości netto wymaga nadania nowego numeru GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego. **Zawartość netto** definiuje się jako masę netto, ilość lub objętość produktu zadeklarowaną konsumentowi na opakowaniu.

Przykłady:

- zmiana zadeklarowanej masy netto chipsów ziemniaczanych z 380 g na 350 g. Uwaga: wielkość opakowania pozostaje bez zmian, zmienia się tylko masa netto samego produktu,
- zmiana ilości tabletek w opakowaniu z aspiryną z 14 na 12 sztuk,
- opakowanie promocyjne z zadeklarowaną zawartością netto na opakowaniu: np. opakowanie z 4 sztukami pomadek do ust w ramach promocji zostaje powiększone do 6 szt. Promocyjna zmiana ilości sztuk w opakowaniu jest zadeklarowana konsumentowi.

Uwaga! *Definicja ta nie obejmuje innych deklaracji dla konsumenta, np. marketingowych, które nie wpływają bezpośrednio na wycenę produktu i mogą być regulowane odrębnymi przepisami, np. sugerowana porcja produktu.*

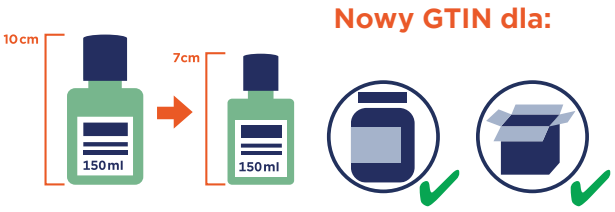
4. Zmiana wymiarów lub/i masy brutto opakowania

Zmiana dowolnego wymiaru opakowania lub wagi brutto produktu o więcej niż 20% wymaga nadania nowego GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego.

Przykłady:

- zmiana opakowania produktu z tworzywa sztucznego na szklane powodująca jednocześnie zmianę masy brutto produktu o 50%, np. z 340 g na 680 g,
- zmiana szerokości kartonika z detergentem do prania o 40%, np. z 7,6 cm do 10,64 cm.

Uwaga! *Zasada dotyczy tylko sytuacji zmiany wymiarów i masy brutto. Jakakolwiek zadeklarowana zmiana zawartości netto wymaga nadania nowego GTIN (patrz zasada nr 3).*



5. Dodanie lub usunięcie znaku certyfikacji

Dodanie lub usunięcie z opakowania znaku certyfikacji, który jest istotny z punktu widzenia organów regulacyjnych, partnerów w łańcuchu dostaw lub klientów, wymaga zmiany numeru GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego.

Znak certyfikacji jest symbolem, logotypem lub sformułowaniem zamieszczanym na produkcie świadczącym o zgodności z ustalonym zbiorem kryteriów lub standardów dotyczących określonych norm w procesie produkcji lub przetwarzania (np. Europejski Znak Certyfikacji CE), które mogą być weryfikowane przez zewnętrzne organy certyfikujące.

Przykłady:

- dodanie znaku mówiącego o klasie efektywności energetycznej,
- usunięcie z uprzednio certyfikowanego opakowania produktu certyfikatu Kosher, który był informacją dla klienta, że produkt spełniał ustalone kryteria dotyczące koszerności produktów spożywczych,
- usunięcie znaku certyfikacji: ORGANIC.

6. Marka podstawowa

Zmiana podstawowej marki produktu, która widnieje na opakowaniu, prowadzi do zmiany numeru GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego.

Markę podstawową definiujemy jako rozpoznawalną (głównie przez klienta) nazwę na produkcie używaną przez właściciela marki w celu jednoznacznej identyfikacji jego towarów lub usług.

Przykłady:

- zmiana pierwotnej marki komputerów z „Old Edge Computers" na „Leading Edge Computers".

7. Sezonowe/promocyjne modyfikacje produktów

Sezonowa/promocyjna modyfikacja produktu (uwzględniająca zmiany opakowania), który ma być dostępny w sprzedaży w konkretnym dniu lub określonym czasie i dla którego istnieje potrzeba jednoznacznej identyfikacji oraz rozróżnienia promocyjnego asortymentu w łańcuchu dostaw, wymaga zmiany numeru GTIN **tylko dla opakowania zbiorczego**.

Przykłady:

- dołączenie gratisowej próbki odżywki do włosów (która nie jest identyfikowana odrębnym numerem GTIN) do butelki szamponu w okresie trwania promocji nie wymaga nadania nowego numeru GTIN dla detalicznej jednostki konsumenckiej.

Uwaga! *Zadeklarowana masa netto produktu pozostaje bez zmian, a wymiary i masa brutto opakowania nie zmieniają się o więcej niż 20%.*

- dodanie logo mistrzostw świata w piłce nożnej na opakowaniu chipsów w okresie trwania turnieju,
- dodanie kuponu rabatowego (w okresie trwania promocji) upoważniającego do zniżki przy następnym zakupie danego produktu,
- promocyjna wersja produktu z nadrukowanym napisem „Oferta specjalna" w okresie trwania promocji.

Uwaga! *W przypadku promocji ograniczonej czasowo zmiana numeru GTIN dla produktu detalicznego nie ma wpływu na partnerów handlowych. W związku z tym zmianie ulega tylko GTIN opakowania zbiorczego (kartonu, palety), dla którego nadanie nowego numeru GTIN wiąże się z prawidłową identyfikacją opakowania zbiorczego z promocyjnymi jednostkami w środku.*

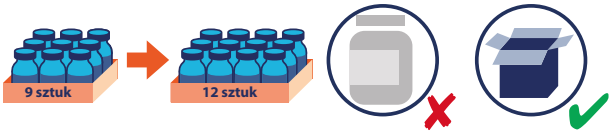
8. Zawartość opakowania zbiorczego

Zmiany zadeklarowanej liczby jednostek handlowych w opakowaniu zbiorczym (kartonie, palecie) wymagają nadania nowego numeru GTIN.

Przykłady:

- zmiana konfiguracji ilości jednostek handlowych w kartonie z 9 do 12 sztuk,
- zmiana konfiguracji ilości kartonów na palecie z 12 na 16 sztuk.

Nowy GTIN dla:



9. Asortyment predefiniowany

Zmiana w konfiguracji asortymentu predefiniowanego skutkuje powstaniem nowej jednostki handlowej, dla której musi być przydzielony odrębny numer GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego.

Asortyment predefiniowany rozumiemy jako zgrupowanie jednostek handlowych zawierających stałą konfigurację dwóch lub więcej jednostek (identyfikowanych oddzielnymi numerami GTIN) sprzedawanych jako odrębny produkt.

Przykłady:

- opakowanie typu 3-pak zawierające 3 różne zapachy wody toaletowej (róża, konwalia, frezja) zostaje zmodyfikowane i woda toaletowa o zapachu frezji zostaje zastąpiona wodą o zapachu wanilii,
- pakiet produktów składający się z wygładzającej odżywki do włosów i szamponu nawilżającego zostaje zmodyfikowany poprzez zastąpienie odżywki maską nawilżającą.

Nowy GTIN dla:

10. Cena na opakowaniu

Dodanie, usunięcie lub zmiana ceny bezpośrednio umieszczonej na opakowaniu produktu wymaga zmiany numeru GTIN dla produktu detalicznego oraz opakowania zbiorczego.

Cena na opakowaniu definiowana jest jako cena umieszczona przez producenta/właściciela marki, będąca elementem graficznym opakowania. Zasada nie dotyczy oznaczeń cenowych umieszczanych przez detalistę w postaci naklejek, zawieszek lub innych form, które mogą w łatwy sposób zostać usunięte z opakowania produktu.

Przykłady:

- zmiana uprzednio wydrukowanej ceny na opakowaniu produktu z 3 zł na 2 zł,
- dodanie przez właściciela marki grafiki z sugerowaną ceną sprzedaży produktu, której wcześniej nie było.

Nowy GTIN dla:

Uwaga! *Nie rekomenduje się umieszczania przez producenta ceny na opakowaniu produktu. Istnieje bowiem niebezpieczeństwo, że cena sugerowana na opakowaniu będzie inna, np. niższa niż cena widniejąca w systemie detalisty, co byłoby nieprawidłową informacją dla konsumenta.*

Uwagi końcowe

Standardy zarządzania numerami GTIN reprezentują minimalne wymagania w zakresie rekomendacji co do zmian numerów GTIN. Należy mieć świadomość, że lokalne lub regionalne przepisy prawne mogą wymagać częstszych zmian numerów GTIN i są traktowane jako nadrzędne w stosunku do zasad GS1.

Producent/właściciel marki może podjąć decyzję o częstszej zmianie numerów GTIN, pod warunkiem że zmiany te są uzasadnione i wynikają z potrzeb klientów oraz innych partnerów w łańcuchu dostaw.

Zasady ponownego użycia numerów GTIN

Zasada obowiązująca do końca 2018 r. określała, że raz użyty numer GTIN można było ponownie nadać na nowy produkt po 4 latach od wycofania poprzedniego produktu z rynku. Nowe wytyczne wskazują, że każdy numer GTIN przypisany do produktu, który jest w sprzedaży po 31 grudnia 2018 r. nie może być ponownie wykorzystany do identyfikacji innego produktu.

Zmiana w standardzie przewiduje dwa wyjątki:

Jeśli GTIN został przypisany do produktu, który ostatecznie nie został wyprodukowany

Przykład:

- Marka obuwia oferowana jest w 5 fasonach. Każdy fason ma przypisany numer GTIN. Jeśli tylko 3 z tych fasonów zostaną wybrane i wyprodukowane, a pozostałe nie, **wówczas zaleca się numery GTIN tych dwóch fasonów wykorzystać po 12 miesiącach**, od usunięcia numerów GTIN z systemów IT.

Jeśli dany produkt został wycofany z rynku

Przykład:

- Właściciel marki zaprzestaje produkcji określonego produktu np. słoika z dżemem jagodowym, a następnie po jakimś czasie ponownie wprowadza go do swojej oferty. **Wówczas zaleca się nadać ten sam numer GTIN, pod warunkiem, że produkt nie został w znaczący sposób zmieniony.**

Zasady ponownego użycia numerów GTIN nie wpływają na obowiązujące standardy zarządzania numerami GTIN, a jedynie są ich uzupełnieniem.

Zasady ponownego nadawania numerów GTIN - kliknij tutaj lub zeskanuj kod QR

Nadawanie numerów GTIN w praktyce

Każdy Uczestnik Systemu GS1 jest zobowiązany prowadzić rejestr numerów GTIN wraz z przypisanymi im ważnymi atrybutami np. nazwa i marka produktu, klasyfikacja GPC itp. W tym celu zalecamy wykorzystać przygotowane i udostępnione Uczestnikom przez GS1 Polska narzędzie MojeGS1. System podpowiada i kontroluje poprawność używanych numerów, automatycznie oblicza cyfrę kontrolną oraz pozwala dodać opis produktu wraz ze zdjęciem.

Przykład:

producent wytwarza farby w trzech kolorach: żółtym, czerwonym i zielonym. Każdy kolor występuje w trzech objętościach: 100 ml, 250 ml oraz 500 ml. Firma tworzy rejestr swoich produktów uwzględniając kolory i objętości farb.

Uwaga!

- *W przypadku rozszerzenia produkcji o dodatkowy rodzaj farby, firma nadaje kolejny wolny numer z przysługującej jej puli.*
- *W przypadku wyczerpania się danej puli numerów, firma zgłasza się do GS1 Polska o przydzielenie kolejnej puli.*

Moje GS1 - rejestr produktów firmy z numerami GTIN

Dodaj | Edytuj | Publikuj | Usuń | Szczegóły | Drukuj Etykietę

S	O	Numer GTIN	Nazwa
✓		05901234560016	Farba żółta, poj. 100 ml
✓		05901234560023	Farba żółta, poj. 250 ml
✓		05901234560030	Farba żółta, poj. 500 ml
✓		05901234560061	Farba czerwona, poj. 500 ml
✓		05901234560078	Farba zielona, poj. 100 ml
✓		05901234560085	Farba zielona, poj. 250 ml
✓		05901234560092	Farba zielona, poj. 500 ml
✓		00000059072560	EAN 8

MojeGS1 – widok zakładki „Moje produkty”

Wydruk etykiety z kodem kreskowym:

Po utworzeniu numerów GTIN-13 firma może wygenerować kod kreskowy EAN-13 korzystając z opcji „Drukuj Etykietę”.

Farba żółta, poj. 100 ml

5 901234 560016 >

Przykład wygenerowanej pojedynczej etykiety przy pomocy narzędzia MojeGS1

Weryfikacja jakości kodów kreskowych

Każdy Uczestnik Systemu GS1 w Polsce może bez dodatkowych opłat w ciągu roku zweryfikować 2 próbki wydrukowanych kodów kreskowych i 2 projekty kodów przesłanych w wersji elektronicznej. Weryfikacja obejmuje: badanie jakości wydruku i opinię wraz z sugerowanym sposobem usunięcia ewentualnych błędów.

Szczegółowe informacje odnośnie do wszystkich aspektów technicznych generowania i wydruku kodów kreskowych znajdują się w broszurze **„Jak unikać błędów w kodowaniu produktów?”**

Dowiedz się więcej o MojeGS1 na stronie:
https://gs1pl.org/mojegs1/

GS1 Polska zarządza Systemem GS1 w kraju, wspiera Uczestników Systemu w efektywnym wdrażaniu standardów. Jest jedyną instytucją upoważnioną do przyjmowania firm z Polski oraz UE do Systemu GS1 i do nadawania im uprawnień do stosowania kodów GS1. Opracowuje rozwiązania krajowe oraz bierze aktywny udział w rozwijaniu globalnych standardów i nowych zastosowań. Realizuje prace badawczo-rozwojowe i usługi doradcze podnosząc efektywność funkcjonowania przedsiębiorstw i całych łańcuchów dostaw.

GS1 Polska

Malta Office Park
ul. abpa A. Baraniaka 88B,
budynek C, piętro 3
61-131 Poznań
biuro@gs1pl.org
T: 61 62 81 590

www.gs1pl.org

Copyright © 2019 by GS1 Polska
All rights reserved