

Nowy wymiar kodów 2D w dostawach produktów świeżych do Żabka Polska



Wstęp

Przejście z liniowych kodów GS1 DataBar na dwuwymiarowe GS1 DataMatrix w sieci Żabka Polska, umożliwiło lepsze zarządzanie żywnością z krótkim terminem przydatności do spożycia. Z kolei dostawca pieczywa Pierre Baguette zlikwidował problem czytelności swoich oznaczeń na opakowaniach o nieregularnych kształtach.

Partnerzy biznesowi

Żabka Polska

Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem najszybciej rozwijającej się sieci sklepów typu convenience w Polsce i jednym z najbardziej dynamicznych formatów na świecie, otwierając ponad 4000 nowych sklepów w latach 2016-21. Około 15,5 miliona konsumentów mieszka nie dalej, niż 500 m od najbliższej Żabki. W ramach strategii odpowiedzialności Żabka podjęła się zobowiązań w zakresie dobrego żywienia, usług ułatwiających zrównoważone życie, rozwoju przedsiębiorczości, różnorodności

i włączającej kultury organizacyjnej, ładu korporacyjnego oraz dekarbonizacji i cyrkularności. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl. Informacje o Grupie Żabka można znaleźć na: www.zabkagroup.com. Link do Raportu Odpowiedzialności za rok 2021: <https://zabkagroup.com/pl/nasza-odpowiedzialnosc.zabkagroup.com>.

Pierre Baguette

Pierre Baguette to marka pieczywa należąca do słowackiego producenta żywności, typu convenience. Firma jest jednym z największych producentów wypieków pakowanych oraz kanapek w Europie Środkowej. Pierre Baguette dostarcza swoje towary do 2 tys. punktów sprzedaży oraz sklepów na Słowacji oraz ponad 15 tys. punktów i sklepów w pięciu krajach Unii Europejskiej.

Wyzwanie

W 2018 roku firma Żabka wdrożyła kody kreskowe GS1 DataBar w kategorii produktów świeżych oraz dań gotowych, by poprawić sposób przyjmowania towarów i zarządzanie asortymentem. Jednak te oznakowania, naniesione na nieregularne i miękkie opakowania, takie jak pieczywo lub kanapki, okazały się często trudne do odczytania, lub wręcz nieczytelne dla skanerów. To utrudniało sprawne skanowanie produktów podczas sprzedaży w sklepach.

Dlatego w 2022 roku sieć zdecydowała się zastąpić kody GS1 DataBar kodami dwuwymiarowymi GS1 DataMatrix. Dodatkowym argumentem za przejściem na kody 2D była także większa pojemność nowego oznaczenia, które mogłoby lepiej zaspokoić rosnące zapotrzebowanie sieci Żabka na dodatkowe informacje.

Dostawca pieczywa Pierre Baguette do sieci Żabka, bardzo chętnie zgodził się na udział w projekcie wdrożenia kodów GS1 DataMatrix. Za projektem dodatkowo przemawiał fakt, że te kody pozwalają zakodować datę ważności i lepiej monitorować krótki okres przydatności pieczywa do spożycia.



Rozwiązanie

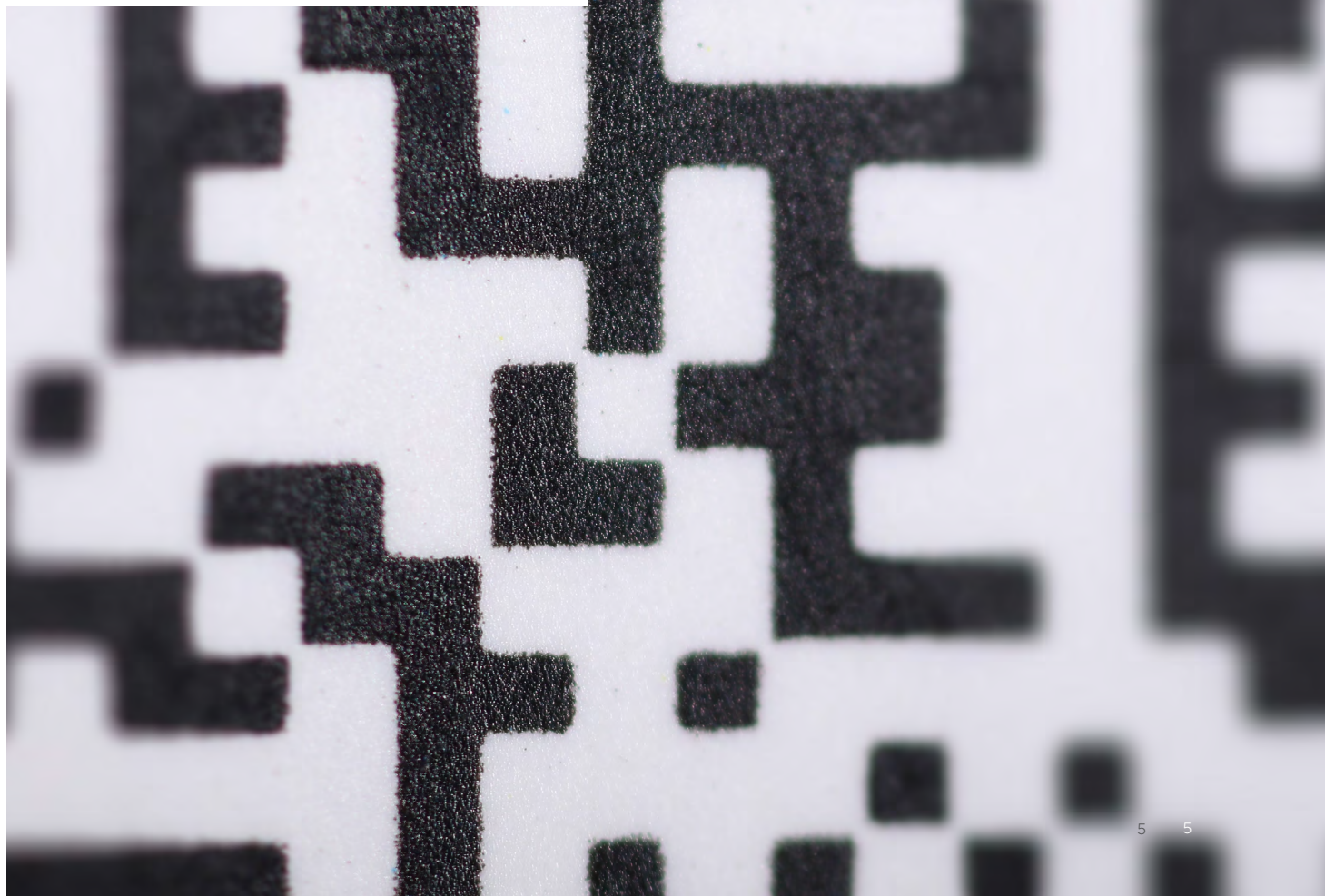
Po przeprowadzeniu niezbędnych analiz rozpoczęto wdrożenie kodów GS1 DataMatrix równocześnie w Żabce oraz w firmie Pierre Baguette. GS1 Polska było odpowiedzialne za projekt w polskiej sieci, a u dostawcy pieczywa - GS1 Słowacja. Prace rozpoczęły się pod koniec drugiego kwartału 2022 roku i trwały około dwóch miesięcy.

Projekt wymagał przede wszystkim określenia wymagań technicznych dotyczących drukowania i generowania GS1 DataMatrix na - często nieregularnym i miękkim - opakowaniu pieczywa czy kanapek marki Tomcio Paluch. Po wydrukowaniu pilotażowych opakowań z nowym kodem jakość wydruku i czytelność kodu po stronie słowackiego producenta sprawdzono za pomocą terminali mobilnych w magazynach wysyłkowych Pierre Baguette oraz w centrach dystrybucyjnych i sklepach sieci Żabka.



Efekty

Dziś za pomocą GS1 DataMatrix oznaczonych jest 16 produktów firmy Pierre Baguette oferowanych w sieci Żabka. W kodzie zapisane są: numer GTIN, numer partii, data ważności i numer seryjny. Taka unikatowa identyfikacja każdej kanapki umożliwia automatyczne zarządzanie datą przydatności do spożycia i zwiększa bezpieczeństwo konsumentów. Produkt po dacie ważności nie zostanie dopuszczony do sprzedaży.



Korzyści dla sieci Żabka

Wdrożenie GS1 DataMatrix pozwala franczyzobiorcom lepiej zarządzać zapasami świeżej żywności i usprawnia prowadzenie działalności. Żabka Polska przeprowadziła wśród franczyzobiorców ankietę Net Promoter Score (NPS) na temat wykorzystania GS1 DataMatrix. Wyniki jednoznacznie wskazują, że po ich wprowadzeniu zadowolenie z procesu skanowania **wzrosło o 47%** w porównaniu do procesu skanowania kodów GS1 DataBar.

„ Cieszymy się, że jako pierwsza sieć w Polsce możemy wdrażać innowacyjne kody typu GS1 DataMatrix. Od początku ich wdrożenia otrzymujemy pozytywne opinie od wszystkich osób z nimi pracującymi - zaczynając od pracowników naszych centrów logistycznych, poprzez Franczyzobiorców kończąc na klientach. Jesteśmy dumni, że ten typ kodów możemy pokazać na naszych flagowych produktach, takich jak kanapki Tomcio Paluch oraz słynne

Panini!

Marta Urbaniak Head of Quality & Environmental Management Żabka Polsk.

Dzięki wdrożeniu GS1 DataMatrix franczyzobiorcy Żabka Polska:

- zwiększają wydajność w punktach kasowych i usprawniają obsługę klientów
- poprawiają zarządzanie zapasami produktów spożywczych o krótkim terminie przydatności do spożycia
- mogą automatycznie kontrolować daty przydatności i obniżać ceny, a przez to ograniczać straty finansowe oraz marnowanie żywności
- poprawiają bezpieczeństwo i satysfakcję klientów poprzez blokadę sprzedaży produktów po terminie
- optymalizują zarządzanie zapasami w czasie rzeczywistym, co poprawia ich płynność finansową

Korzyści dla Pierre Baguette

Przejęcie z kodów liniowych na dwuwymiarowe sprawiło, że liczba reklamacji czytelności kodu na produktach Pierre Baguette spadła z **562 w okresie styczeń 2022- wrzesień 2022 do 0 w ciągu 3 miesięcy od wdrożenia**. Wdrożenie przyczyniło się do efektywniejszego wykorzystania danych zawartych bezpośrednio w kodzie 2D, m.in. szybszej kompletacji zamówień dla Żabka Polska. Choć wdrożenie GSI DataMatrix w Pierre Baguette dotyczyło tylko produktów sprzedawanych pod marką własną sieci Żabka, słowacki producent docelowo chce zastosować nowe oznakowanie w całym swoim asortymencie, który liczy 70 produktów.

GS1 – organizacja not-for-profit zajmująca się opracowywaniem i utrzymywaniem globalnych standardów zapewniających efektywną komunikację biznesową. Najbardziej znanym z tych standardów jest kod kreskowy, uznany przez BBC za jedną z 50 rzeczy, które w największym stopniu przyczyniły się do powstania nowoczesnej gospodarki.

GS1 zrzesza 116 lokalnych Organizacji Członkowskich i ponad 2 miliony użytkowników (zarejestrowanych firm).

Standardy, usługi i rozwiązania GS1 są tworzone po to, aby podnosiły efektywność, bezpieczeństwo i widoczność w łańcuchach dostaw w kanałach fizycznych i cyfrowych, w wielu różnych sektorach gospodarki. Tworzą one język biznesowy, który pozwala na identyfikację, gromadzenie i współdzielenie kluczowych informacji o produktach, lokalizacjach, zasobach, transakcjach i zdarzeniach w łańcuchu dostaw.

GS1 Polska

ul. E. Estkowskiego 6

61-755 Poznań

biuro@gs1pl.org

+48 61 62 81 590

www.gs1pl.org

