



The Global Language of Business

Стандарт по управлению номерами GTIN

для размещения на веб-сайте GS1:
<http://www.gs1.org/1/gtinrules/>

Версия 1.0, утверждена в июне 2016

Содержание документа

Пункт документа	Текущее значение
Название документа	Стандарт по управлению номерами GTIN
Дата составления документа	Июнь 2016
Версия документа	1.0
Выпуск документа	
Статус документа	Утвержден
Краткое описание содержания документа	Настоящий стандарт следует использовать для размещения на веб-сайте GS1: http://www.gs1.org/1/gtinrules/

Авторы

Шериз Эллисон	Sam's Club
Доминик Альварез	L'Oreal
Андреа Аузилли	GS1 Италия
Нуно Азеведо	GS1 Португалия
Данкан Барнет	Unilever UK
Хавьер Баррас	GS1 Франция
Эрл Берри	Компания J.M. Smucker
Роберт Бейдерман	Глобальный офис GS1
Кэсси Беладу	GS1 Франция
Лори Биглер	Компания J.M. Smucker
Мэтс Бьерквист	GS1 Швеция
Арно Бонфуа	GS1 Франция
Кэрол Боттен	Tesco Stores Ltd.
Филипп Бриан	Carrefour
Жаклин Брумхед	GS1 Великобритания
Скотт Браун	GS1 США
Дэвид Бакли	Глобальный офис GS1
Грэг Бакли	PepsiCo Inc.
Хезер Бернс	Wal-Mart Stores Inc.
Майк Капсамбелис	Google Switzerland GmbH
Эмануэла Касалини	GS1 Италия
Энтони Чен	GS1 Гонконг
Джеймс Кроновски	GS1 США
Дэниел Кларк	GS1 Канада
Луис Коста	GS1 Бразилия
Джефри Кри	Ahold USA
Джей Кроули	USDM
Трэй Дэвис	Alcon Labs
Кевин Дин	GS1 Канада
Роберт Дэлп	Johnson & Johnson
Йоланда Диас	Carrefour
Дэнис Добровольскис	GS1 Швеция
Камилл Дрейфус	GS1 Франция
Марсель Дучески	Migros-Genossenschafts-Bund
Майк Дурнинг	Wakefern Food Corporation
Хусам Эль-Лети	GS1 США

Стив Эндакотт	Tesco Stores Ltd.
Джульет Эспиноза	GS1 Колумбия
Филип Эстэвес	GS1 Португалия
Вера Фуэрстайн	Nestle
Ричард Фишер	DLA - DoD Logistics AIT Office
Стэфан Гатманн	GS1 Ирландия
Инга Геринг	REWE Group
Ванесса Гильери	GS1 Италия
Кристиан Сантьяго	Google Inc.
Хайнц Граф	GS1 Швейцария
Дэвид Хакбарт	Procter & Gamble Co.
Рюдигер Хагедорн	Форум потребительских товаров
Эндрю Хирн	Глобальный офис GS1
Курт Херрегодтс	GS1 Бельгия и Люксембург
Берни Хоган	GS1 США
Марк Холмс	Глобальный офис GS1
Агата Хорзела	GS1 Польша
Тани Хуи	GS1 Гонконг
Алан Хайлер	Глобальный офис GS1
Марк Индербитцин	Migros-Genossenschafts-Bund
Себастьян Инфант	GS1 Колумбия
Йошихико Ивасаки	GS1 Япония
Свен Ян	Coop Genossenschaft
Лилиан Якубчук	Mattel Inc
Ричард Джонстоун	GS1 Великобритания
Манфред Юргенс	Migros-Genossenschafts-Bund
Каталин Кекес	GS1 Венгрия
Дженнифер Киган	Woolworths Limited
Брендан Кернан	GS1 Ирландия
Вернер Колб	Unilever N.V.
Торстен Крок	REWE Group
Джейсон Лавик	Target Corporation
Ханйорг Лерх	METRO Group
Дэвид Литтл	eBay Inc
Цзя Лю	GS1 Китай
Тереза Лонг	Bunge Oils
Элизабэт Лоркинс	Unilever UK
Илка Мачемер	GS1 Германия
Мария Магдалина Сентено	GS1 Португалия
Мэг Мейсон	Google Switzerland GmbH
Джон МакМэйн	Mattel Inc
Кристина МакМастер	Wakefern Food Corporation
Диана Мэллоушип	Tesco Stores Ltd.
Эдди Мерилл	Глобальный офис GS1
Фрэнк Метц	GS1 Германия
Джина Морган	Глобальный офис GS1

Наоко Мори	GS1 Япония
Дэниэл Мюллер-Саутер	GS1 Швейцария
Рэбекка Николс	Компания J.M. Smucker
Мэлани Нус	GS1 США
Бенджамин Остман	GS1 Финляндия
Манфред Пиллер	GS1 Австрия
Нэйл Пайпер	GS1 Великобритания
Рэймонд М Пойнсетт	Beaver Street Fisheries
Кристиан Пшибилла	GS1 Германия
Надин Радомски	Dean Foods Company
Пол Рэйд	GS1 Великобритания
Роб Рекрутиак	Google Switzerland GmbH
Барбара Ричардсон	Coca-Cola Company (The)
Рик Ричардсон	GS1 США
Эрин Риггс	Procter & Gamble Co.
Стивен Робба	1WorldSync Holdings Inc.
Пэр Роснэлл	GS1 Испания
Джон Рю	Глобальный офис GS1
Марселло Са	GS1 Бразилия
Буди Сапатура	Procter & Gamble Co.
Матье Сусоль	Bonduelle
Сью Шмидт	GS1 Австралия
Юджин Зеорц	GS1 Австрия
Диана Шеардаун	Mattel Inc
Дэвид Шелдон	Nestle
Юко Шимизу	GS1 Япония
Дасел Сон	Google Switzerland GmbH
Симона Споринг	Coop Genossenschaft
Эндрю Стил	GS1 Австралия
Эмили Стоу	New Look Retailers Limited
Таиши Такаока	GS1 Япония
Синь Тянь	GS1 Китай
Мэрианн Тиммонс	Глобальный офис GS1
Елена Томанович	Глобальный офис GS1
Хавьер Турнад	Mars Inc.
Рон Траутвайн	Coca-Cola Company (The)
Милан Вацлав	1WorldSync Holdings Inc.
Анкур Ваид	GS1 Австралия
Фритц ван ден Бос	GS1 Нидерланды
Реган ван Тассел	Ecolab
Кристина Ватай	GS1 Венгрия
Джон Верб	Bar Code Graphics Inc.
Оливье Вейс	Bonduelle
Ананд Вора	Google Switzerland GmbH
Кэтлин Вэлч	Wegmans Food Markets
Маттиас Вайсманн	Google Switzerland GmbH
Кэрри Уилки	GS1 США

ЭмДжей Уайли	Johnson & Johnson
Руйан Ян	GS1 Китай
Ци Жибо	GS1 Китай
Дэйл Цукаитис	Wegmans Food Markets

Журнал изменений

Версия	Дата изменений	Кем изменено	Краткое изложение внесенных изменений
1.0	Июнь 2016	Дж. Морган, А. Хирн и Д. Бакли	WR16-012, GS1 UniqueID initiative: Упростить и сделать более понятным процесс управления номерами GTIN, что должно помочь бизнесу передавать подробную информацию о товаре потребителям на современном омниканальном рынке.

Заявление об ограничении ответственности

GS1®, согласно политике организации по правам интеллектуальной собственности, стремится избегать неопределенности в случаях претензий относительно интеллектуальной собственности, требуя от участников Рабочей группы, разработавшей настоящий Стандарт по управлению номерами GTIN, предоставлять организациям GS1 лицензии на условиях «роялти фри» или лицензии РИНД (разумное и недискриминационное лицензирование) на необходимые патентные притязания согласно определению таких притязаний, данному в Политике по правам интеллектуальной собственности GS1. Кроме того, следует обратить внимание на возможность того, что реализация одного или нескольких пунктов настоящей Спецификации может быть предметом патента или других прав на интеллектуальную собственность, которые не включают в себя необходимые патентные притязания. В любом таком случае патентное или другое право интеллектуальной собственности не влечет за собой возникновения обязательств GS1 по лицензированию. Кроме того, соглашение о предоставлении лицензий, предусмотренное в рамках политики GS1 по ИС, не включает права ИС и какие-либо претензии третьих лиц, не являвшихся участниками Рабочей группы.

В связи с этим, GS1 рекомендует, чтобы любая организация при разработке реализации продукта в соответствии с настоящей Спецификацией определила наличие каких-либо патентов, охватывающих конкретную реализацию, разрабатываемую данной организацией в соответствии с настоящей Спецификацией, а также определила необходимость лицензии на использование любых патентных прав, определенных настоящим документом, любых патентных прав третьих сторон и любых других прав интеллектуальной собственности. Такое определение необходимости лицензирования должно проводиться с учетом особенностей конкретной системы, созданной данной организацией, и обращением за консультацией к патентному поверенному.

НАСТОЯЩИЙ ДОКУМЕНТ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ НА УСЛОВИЯХ «КАК ЕСТЬ» БЕЗ КАКИХ-ЛИБО ГАРАНТИЙ, В ТОМ ЧИСЛЕ ГАРАНТИЙ ТОВАРНОГО КАЧЕСТВА, ОТСУТСТВИЯ НАРУШЕНИЯ ЧЬИХ-ЛИБО ПРАВ, СООТВЕТСТВИЯ НАЗНАЧЕНИЮ ИЛИ ЛЮБЫХ ГАРАНТИЙ, ВЫТЕКАЮЩИХ ИЗ НАСТОЯЩЕЙ СПЕЦИФИКАЦИИ. GS1 снимает с себя всю ответственность за какой-либо ущерб, возникающий в результате применения или неправомерного применения настоящего Стандарта, будь то прямые, косвенные, последующие или компенсаторные убытки, включая ответственность за нарушение любых прав интеллектуальной собственности, связанных с использованием информации на основании настоящего документа.

GS1 оставляет за собой право внесения изменений в настоящий документ в любое время без предварительного уведомления. GS1 не дает никаких гарантий на использование настоящего документа и не несет ответственности за возможные ошибки, которые могут содержаться в документе, а также не берет на себя обязательства по обновлению информации, содержащейся в настоящем документе.

GS1 и логотип GS1 являются зарегистрированными торговыми марками GS1 AISBL.

Оглавление

1	Введение	7
1.1	Определяющие принципы/Бизнес-цели изменения номера GTIN	7
1.2	Определение нового продукта по сравнению с изменением существующего продукта	7
1.3	Стандарты GS1 и соответствие законодательным нормам.....	8
1.4	Стандарт по управлению номерами GTIN и решение владельца торговой марки.....	8
2	Правила управления номерами GTIN	8
2.1	Выведение на рынок нового продукта.....	8
2.2	Декларируемый состав или функциональность.....	9
2.3	Декларируемое содержание нетто	10
2.4	Изменение габаритов или веса брутто.....	11
2.5	Добавление или удаление знака сертификации.....	13
2.6	Основной бренд	14
2.7	Продукт, выпускаемый к конкретной дате, или рекламный продукт.....	14
2.8	Количество в упаковке/ящике	15
2.9	Предопределенный ассортимент продукции	16
2.10	Цена на упаковке.....	17

1 Введение

Глобальный номер предмета торговли (GTIN) используется в глобальной цепи поставок для идентификации любого предмета торговли, который может быть оценен, заказан или на который может быть выставлен счет. Он может использоваться в любой точке цепи поставок, в которой может возникнуть необходимость получения определенной информации о товаре.

Стандарт управления Глобальными номерами предметов торговли (GTIN) создан, чтобы помочь отрасли принимать последовательные решения касательно однозначной идентификации предметов торговли в открытых цепях поставок. Настоящий Стандарт был разработан в соответствии с Глобальным процессом управления Стандартами GS1 (GSMP) и рассматривается как часть системы Стандартов GS1. В целом, для снижения затрат всем партнерам в цепи поставок следует придерживаться данного Стандарта управления номерами GTIN.

Однозначная идентификация предметов торговли играет решающую роль в обеспечении операционной эффективности при обмене согласованной информацией о продуктах, а также она важна для обеспечения непрерывности операций в глобальной цепи поставок. Кроме того, однозначная идентификация предметов торговли имеет ключевое значение для обеспечения соответствия различным законодательным нормам в международном масштабе. И, наконец, однозначная идентификация и коммуникация между торговыми партнерами необходимы для того, чтобы нужный продукт был доступен на полке магазина или надлежащим образом представлен и доставлен потребителю через площадку электронной торговли.

1.1 Определяющие принципы/бизнес-цели изменения номера GTIN

Стандарт по управлению номерами GTIN – это отраслевой стандарт, созданный с учетом требований бизнеса и потребителя, связанных, в частности, со случаями, когда происходит изменение определенной ранее информации о существующем продукте, или когда новый продукт выводится на рынок впервые. Владельцы торговых марок должны принимать во внимание изложенные ниже руководящие принципы всякий раз при внесении изменений в существующий продукт, а также при разработке стратегии присвоения номера GTIN новому продукту.

- Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от прежнего/используемого в настоящий момент продукта?
- Существуют ли законодательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?
- Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, приемки продукта)?

Номер GTIN требуется изменить, если применим хотя бы один из перечисленных принципов.

1.2 Определение нового продукта по сравнению с изменением существующего продукта

В процессе принятия решения по идентификации продукта важно понимать разницу между **НОВЫМ** продуктом и **ИЗМЕНЕНИЯМИ** существующего продукта.

Новые – это те продукты, которые не присутствовали ранее в продуктовой линейке торговой марки и являются новыми на рынке. Новый продукт должен рассматриваться как дополнение к предложению продуктов. В соответствии со Стандартом по управлению номерами GTIN новому продукту всегда должен быть присвоен новый номер GTIN, чтобы точно отличать новый продукт от существующего, доступного на рынке в настоящий момент.

Изменения существующего продукта расцениваются как «замещающие продукты» (по решению владельца торговой марки предыдущая версия больше не будет производиться, как только на ры-

нок будет выведен замещающий продукт). Стандарт по управлению номерами GTIN определяет, какие изменения характеристик существующего продукта требуют присвоения нового номера GTIN.

Новый продукт: это продукт, не существовавший до настоящего момента или который не был доступен для продажи, и является дополнением к портфелю торговой марки/новинкой на рынке.

Изменение продукта: существующий продукт, являющийся частью портфеля торговой марки и доступный на рынке, некоторые характеристики которого были изменены.

1.3 Стандарты GS1 и соответствие законодательным нормам

Стандарт по управлению номерами GTIN представляет собой минимальные требования. Следует учитывать, что на рынке, где вы работаете, могут действовать более строгие законодательные нормы, которых вы ОБЯЗАНЫ придерживаться.

Все местные законодательные нормы и требования имеют преимущественную силу по отношению к Стандарту по управлению номерами GTIN.

1.4 Стандарт по управлению номерами GTIN и решение владельца торговой марки

Стандарт по управлению номерами GTIN содержит минимальные требования к изменению номеров GTIN, о которых было принято решение в отрасли. Владельцы торговых марок могут менять номер GTIN так часто, как они считают необходимым, руководствуясь своими потребностями, а также нуждами своих потребителей и торговых партнеров, и учитывая принципы, изложенные в разделе 1.1.

2 Правила управления номерами GTIN

Ниже приведены более подробные данные, которые определяют, когда ДОЛЖЕН быть присвоен новый номер GTIN (НОВЫЙ ПРОДУКТ) или могут быть внесены изменения в существующий (ЗАМЕЩАЮЩИЙ ПРОДУКТ) в соответствии со Стандартом по управлению номерами GTIN.

Правила управления номерами GTIN определяют, когда изменения GTIN необходимы на уровне розничного потребительского товара (базовая единица), а также на более высоком уровне (например, ящик, паллета) предметов торговли, которые существуют в настоящий момент и используются в процессе дистрибуции.

Помните, что все правила управления номерами GTIN должны приниматься во внимание в процессе принятия окончательного решения о необходимости изменения номера GTIN.

2.1 Выведение на рынок нового продукта

«Новый продукт» определяется как продукт, который не существовал до настоящего момента или не был доступен для продажи, и является дополнением к портфелю торговой марки/новинкой на рынке.

Любой новый продукт требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархические уровни присвоения номера GTIN

- Номер GTIN присваивается на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается на каждом иерархическом уровне упаковки выше уровня розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Выведение на рынок нового продукта	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, где требуется присвоение нового номера GTIN

- Производитель мобильных телефонов добавляет к модельному ряду модель с новыми характеристиками.
- Продуктовая линейка пополняется продуктом со вкусом или ароматом, которого нет в портфеле торговой марки и который будет дополнением к другим вкусам или ароматам в линейке.
- Текст на упаковке продукта напечатан на английском языке, и создается версия того же продукта с текстом только на испанском языке.
- Сезонная разновидность продукта, и владелец торговой марки хочет, чтобы потребитель/торговый партнер мог заказать именно эту разновидность.
- Новая модель телевизора с новыми функциями (например, WiFi и функция потокового вещания).
- Новая линия джинсовой одежды включает разные размеры одной модели и цвета (30x30, 30x32, 32x30, 32x32 и т.д.). Всякое сочетание модели, цвета и размера рассматривается как отдельный продукт, которому присваивается уникальный номер GTIN.
- Сезон сбора винограда (год производства) бутылки вина изменяется, и расценивается потребителем как продукт другого качества по сравнению с предыдущим годом. Это вино нельзя рассматривать как поточный продукт, а скорее как новый и уникальный продукт.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования раскрытия информации по отношению к потребителю и/или торговому партнеру?	Имеет ли место значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, приемки продукта)?
Выведение на рынок нового продукта	ДА	ДА	ДА

2.2 Декларируемый состав или функциональность

«Функциональность» определяется как специфическое применение или набор способов применения, для которых создается предмет. «Состав» определяется как список ингредиентов или компонентов, используемых для создания предмета торговли.

Новый номер GTIN требуется в случаях, когда изменение состава или функциональности связано с требованиями законодательства по маркировке продукта, а также когда владелец торговой марки ожидает, что потребитель или партнер по цепи поставок будут отличать новый продукт от существующего. Оба условия требуют присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN должно происходить на уровне розничного потребительского товара/базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Декларируемый состав или функциональность	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, где требуется изменение номера GTIN

- Продукт содержит орехи, что представляет собой новый аллерген, информация о котором должна быть приведена на упаковке согласно законодательным требованиям и быть доступна потребителю.
- Изменение состава, предполагающее снижение уровня сахара на 50%, что превращает товар в «продукт с низким содержанием сахара».
- Аммиак (потенциально опасный ингредиент) добавляется к формуле, что может привести к изменению правил применения или хранения продукта потребителем/торговым партнером.
- Ранее продавался замороженный лосось, теперь продается свежий.

Дополнительная информация

- Присвоение нового номера GTIN НЕ ТРЕБУЕТСЯ, когда декларируются существующие функции, которыми продукт обладал ранее, но которые не декларировались на упаковке, и сейчас указываются на новой упаковке.
- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Декларируемый состав или функциональность	ДА	ДА	ДА

2.3 Декларируемое содержание нетто

«Содержание нетто» определяется как количество потребляемого продукта, содержащегося в упаковке и указанного на этикетке. Это может быть: вес, объем нетто, количество штук и т.п.

Любое изменение (увеличение или уменьшение) указанного (по требованиям законодательства) на упаковке содержания нетто требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Декларируемое содержание нетто	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, где требуется изменение номера GTIN

- Декларируемое количество в упаковке одноразовых подгузников изменилось с 14 на 12 штук.
- Декларируемый вес нетто пакета соленых снежков увеличился с 680 г. (24 унции) до 794 г. (28 унций).
- Декларируемое количество лезвий в упаковке изменилось с 4 до 6.
- Бонусное количество продукта теперь включено в упаковку и в информацию для потребителя. Например, количество бальзамов для губ в упаковке увеличено с 4 до 6 штук. О дополнительном товаре в упаковке (2 штуки) сообщается потребителю (теперь 6 штук).

Дополнительная информация

- Требование не включает никаких маркетинговых деклараций или предложений для информирования потребителя, напрямую не относящихся к цене, торговой марке, законодательным требованиям. Например: рекомендуемый размер порции.
- Декларируемое содержание нетто используется для создания этикеток, размещаемых на полках, и определения цены за единицу товара для потребителя. Точность и согласованность этой информации имеют большое значение, и ошибки могут привести к штрафам.
- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Декларируемое содержание нетто	ДА	ДА	ДА

2.4 Изменение габаритов или веса брутто

Изменение физических габаритов более чем на 20% по любой оси, или веса брутто, требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Изменение габаритов или веса брутто	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, где требуется изменение номера GTIN

- Вес брутто продукта увеличился на 50% с 0,34 кг (0,75 фунтов) до 0,68 кг (1,5 фунтов) из-за смены упаковочного материала (с пластика на стекло).
- Высота коробки стирального порошка изменилась на 40% с 7,6 см (3 дюймов) до 10,64 см (4,2 дюйма).
- Ориентация товаров на паллете или в ящике может измениться (содержимое упаковок при этом не меняется), что приведет к изменению размера паллеты по одной или нескольким осям.

Дополнительная информация

- Эта часть стандарта относится только к изменениям габаритных размеров и веса брутто продукта. Любое изменение декларируемого содержания нетто определяется правилом «Декларируемое содержание нетто».
- Частые последовательные изменения без изменения номера GTIN с целью обойти правило 20% являются неприемлемой практикой. Торговые партнеры должны получать уведомления обо всех изменениях размеров. Последовательные изменения могут вызвать проблемы у торговых партнеров и затруднить перемещение продукта по цепи поставок.
- В документе [Правила измерения упаковки в Глобальной сети синхронизации данных GS1](#) приведен типовой процесс определения размеров упаковки продукта.
- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Декларируемое содержание нетто	ДА	НЕТ	ДА

2.5 Добавление или удаление знака сертификации

Изменение упаковки, связанное с добавлением нового или удалением существующего знака сертификации (например, «кошерное», «ЕАС» или «РСТ»), которое имеет значение для регулирующих органов, торговых партнеров или конечного потребителя, требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Добавление или удаление знака сертификации	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, требующих изменения номера GTIN

- Удаление сертификационного знака «халяль» или «кошерный» с упаковки продукта.
- Добавление логотипа «энергоэффективность», предоставленного государственным агентством сертификации.
- Удаление знака сертификации: ОРГАНИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ.

Дополнительная информация

- В контексте интерпретации данного правила, знак сертификации понимается как символ, эмблема или указание на продукте, декларирующие, что данный продукт отвечает определенным критериям и стандартам по составу, процессу сбора урожая, переработки или изготовления (например, европейский сертификационный знак) и может быть проконтролирован государственным или частным сертификационным органом или учреждением.
- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Добавление или удаление знака сертификации	ДА	ДА	ДА

2.6 Основной бренд

Основной бренд является наиболее узнаваемым для потребителя, определяется владельцем торговой марки и может быть выражен в виде логотипа и/или словами.

Изменение основного бренда, который указывается на предмете торговли, требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Основной бренд	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, требующих изменения номера GTIN

- Основной бренд компании изменился с «Old Edge Computers» на «Leading Edge Computers».

Дополнительная информация

- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Основной бренд	ДА	НЕТ	НЕТ

2.7 Продукт, выпускаемый к конкретной дате, или рекламный продукт

Новый номер GTIN требуется в случаях, когда изменение продукта (в том числе изменение упаковки) производится к конкретному событию или дате и влияет на процесс обработки в цепи поставок, который должен обеспечить доступность предмета торговли для продажи в течение определенного периода времени.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы НЕ ПРОИСХОДИТ.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Продукт, выпускаемый к конкретной дате, или рекламный продукт	НЕТ	ДА

Примеры бизнес-сценариев, где требуется присвоение уникального номера GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета):

- Бесплатный пробный товар (не идентифицирован собственным номером GTIN) присоединен к существующему предмету торговли на время акции. Декларируемое содержание нетто основного предмета не изменяется, и размеры упаковки или вес брутто продукта не изменяются более чем на 20 %.
- В течение двух месяцев на продукте изображаются праздничные картинки. На коробке салфеток добавлено изображение новогодних елок.
- Уникальная упаковка продукта создана специально для периода подготовки к новому учебному году.
- На ограниченный период к упаковке продукта добавляются логотипы Чемпионата мира.
- В течение определенного периода производитель добавляет купон на скидку \$1 к упаковке моющего средства большого формата. Купон используется в момент покупки.
- Промо-версия продукта запускается с отметкой «Специальное предложение», напечатанной на упаковке.

Дополнительная информация

- Для специальных предложений, ограниченных по времени, не нужно менять номер GTIN для уровня розничного потребительского товара/базовой единицы, но для отслеживания в цепи поставок ящики и паллеты должны быть уникально идентифицированы.
- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Продукт, выпускаемый к конкретной дате, или рекламный продукт	ДА	НЕТ	ДА

2.8 Количество в упаковке/ящике

Изменение количества предметов торговли в ящике или изменение количества ящиков в выкладке на паллете требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Количество в упаковке/ящике	не применяется	ДА

Примеры бизнес-сценариев, требующих присвоения уникального номера GTIN для упаковки более высокого уровня (например, пакет, ящик, паллета):

- Вместо 8 предметов торговли в ящик помещается 12. Ящик должен быть уникально идентифицирован.
- Конфигурация паллеты меняется с 12 ящиков на 16. Паллета должна быть уникально идентифицирована.

Дополнительная информация

- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Количество в упаковке/ящике	НЕТ	ДА	ДА

2.9 Предопределенный ассортимент продукции

«Предопределенный ассортимент» определяется как упаковка двух или более предметов торговли, которые продаются вместе как отдельный предмет торговли (также может быть обозначен как набор).

Изменение, добавление или замена одного или более предметов торговли, включенных в набор, требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Предопределенный ассортимент продукции	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, требующих изменения номера GTIN

- Один из трех флаконов духов в наборе заменяется новым ароматом.
- В упаковке шампуня и кондиционера кондиционер заменяется на увлажняющую маску для волос.
- В упаковке из нескольких синих футболок одна из футболок заменяется на желтую.

Дополнительная информация

- Индивидуальные предметы торговли, включенные в набор, четко определяются торговыми партнерами и имеют собственные номера GTIN отдельно от номера GTIN, присвоенного набору.
- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Предопределенный ассортимент продукции	ДА	ДА	ДА

2.10 Цена на упаковке

«Цена на упаковке» определяется как указание цены, включаемое владельцем бренда в оформление упаковки. Не является ценой, указываемой на ценнике в виде наклейки, подвешного ярлыка или любом другом отделяемом от упаковки или продукта виде.

Любое дополнение, изменение или удаление цены, указанной непосредственно на упаковке продукта (не рекомендуется), требует присвоения нового номера GTIN.

Иерархический уровень изменения номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне розничного потребительского товара или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается каждому существующему уровню упаковки выше розничного потребительского товара/базовой единицы.

Название правила GTIN	Изменение номера GTIN для розничного потребительского товара/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упаковки более высокого уровня (например, групповая упаковка, ящик, паллета)?
Цена на упаковке	ДА	ДА

Примеры бизнес-сценариев, где требуется изменение номера GTIN

- Напечатанная на упаковке цена изменилась с 3 на 2 евро.
- К упаковке продукта добавляется указание розничной цены – 8 евро.
- Розничная цена, рекомендованная производителем (MSRP), установлена на уровне 2,19 долларов США и включена в оформление упаковки.

Дополнительная информация

- Существует опасность, что цена, указанная на упаковке, будет отличаться от цены продажи (цена в системе предприятия розничной торговли). Законодательные требования предписывают, чтобы цена, указанная на упаковке, была равна или больше, чем цена, взимаемая за товар с покупателя. Настоятельно НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ включать указание цены в оформление упаковки из-за этих ограничений.
- Локальные, государственные или региональные требования могут привести к более частой смене номеров GTIN. Такие требования имеют приоритет по отношению к правилам, содержащимся в Стандарте по управлению номерами GTIN.

Соответствующие определяющие принципы

Название правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененный или новый продукт от предыдущего/текущего продукта?	Существуют ли законодательные требования в части предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Существует ли значительное влияние на цепь поставок (например, способ отгрузки, хранения, получения продукта)?
Цена на упаковке	ДА	ДА	ДА

Информация о GS1

GS1 – это нейтральная, некоммерческая глобальная организация, которая разрабатывает и поддерживает наиболее широко используемую в мире систему стандартов цепи поставок. Стандарты GS1 повышают эффективность, безопасность и прозрачность цепей поставок во многих отраслях. GS1 имеет Национальные организации в более чем 110 странах и работает с сообществами торговых партнёров, промышленными организациями, правительственными структурами и поставщиками решений, основанных на глобальных стандартах. Деятельность организации GS1 основана на опыте и вкладе более чем миллиона участвующих, выполняющих ежедневно в 150 странах мира более шести миллиардов торговых операций с использованием Стандартов GS1.

Подробнее о GS1 можно прочитать на сайте www.gs1.org.

ГС1 РУС состоит из предприятий-членов, которые используют единый стандарт нумерации товаров, руководствуются общими рекомендациями по нанесению штриховых кодов на товары. Это стандарт товарной нумерации и штрихового кодирования, который создается и поддерживается крупнейшей Международной организацией GS1.

Стандарты GS1 - наиболее распространенная система стандартов для товарной нумерации и штрихового кодирования для цепей поставок во всем мире.

GS1 Russia

ГС1 РУС
119415, Москва, а/я 4
Т +7 (495) 640 53 25
+7 (495) 989 26 88
E mail@gs1ru.org

www.gs1ru.org

