

Standard upravljanja GTIN

GTIN Management Standard

Verzija 1.1, september 2023

Povzetek dokumenta

Podatki o dokumentu	
Naslov dokumenta	Standard upravljanja GTIN
Naslov izvirnika	GTIN Management standard
Datum zadnje spremembe	September 2023
Verzija dokumenta	1.1
Status	Potrjen
Opis dokumenta	<p>V dokumentu so zbrana pravila v zvezi z upravljanjem GTIN ob spremembah izdelka.</p> <p><i>Pravila tega standarda so vključno s posebnostmi nekaterih sektorjev v angleškem jeziku dostopna na http://www.gs1.org/1/gtinrules/en/overview</i></p>

Izključitev odgovornosti

GS1® poskuša v skladu s svojo politiko intelektualne lastnine (IL) preprečiti nejasnosti v zvezi z zahtevki na tem področju tako, da je združil udeležence v delovno skupino. Ta je razvila pričujoči **Standard upravljanja GTIN**, s katerim nacionalnim organizacijam GS1 podeljuje brezplačno licence ali licence pod (poštenimi) razumnimi in nediskriminatornimi pogoji ((F)RAND) za patentne zahtevke, kakor je termin opredeljen v Politiki IL GS1. Poleg tega je pozornost usmerjena na možnost, da je lahko izvajanje ene ali več sestavin teh specifikacij predmet patentnih pravic ali drugih pravic intelektualne lastnine, ki ne vključujejo patentnih zahtevkov. Vsaka taka patentna pravica ali druga pravica intelektualne lastnine ni predmet obveznosti podeljevanja licenc GS1. Poleg tega soglasje za podeljevanje licence, določeno s Politiko IL GS1, ne vključuje pravic IL ali kakršnih koli zahtevkov tretjih oseb, ki niso bile udeležene v delovni skupini.

V skladu s tem GS1 priporoča, da naj vsaka organizacija, ki razvija izvedbo, ki mora biti oblikovana skladno s temi specifikacijami, določi, ali obstajajo morebiti kakšni patenti, ki morda spremljajo zadevno izvedbo, ki jo razvija organizacija v skladu s specifikacijami, in ali je potrebna licenca v okviru patentne pravice ali druge pravice intelektualne lastnine. Takšno odločitev o potrebi po podelitvi licence je treba sprejeti glede na podrobnosti zadevnega sistema, ki ga izoblikuje organizacija ob posvetovanju s svojim lastnim svetovalcem za patente.

PRIČUJOČI DOKUMENT JE PRIPRAVLJEN TAKO "KOT JE" IN NE ZAGOTAVLJA NOBENIH JAMSTEV, NE JAMČI TRŽNOSTI, NEKRŠITEV, USTREZNOSTI ZA DOLOČEN NAMEN, PRAV TAKO PA NE ZAGOTAVLJA NOBENIH DRUGIH JAMSTEV, KI BI IZHAJALI IZ PRIČUJOČIH SPECIFIKACIJ. GS1 izključuje sleherno odgovornost za škodo, ki izhaja iz uporabe ali zlorabe tega dokumenta ne glede na to, ali gre za posebno, posredno, posledično ali odškodninsko škodo, vključno z odgovornostjo za kršitev katerih koli pravic intelektualne lastnine, ki so povezane z uporabo informacij v tem dokumentu ali z zanašanjem nanje.

GS1 si pridržuje pravico do sprememb tega dokumenta kadar koli in brez obvestila. GS1 ne jamči za uporabo tega dokumenta in ne prevzema nobene odgovornosti za morebitne napake, ki se lahko pojavijo v dokumentu, prav tako se ne zavezuje, da bo informacije, ki jih vsebuje ta dokument, posodabljala.

GS1 in logotip GS1 sta registrirani blagovni znamki GS1 AISBL.

Vsebina

1	Uvod	4
1.1	Vodilna načela/poslovni cilji spreminjanja GTIN	5
1.2	Nov izdelek v primerjavi s spremembo obstoječega izdelka	5
1.3	Standardi GS1 in pravna skladnost/skladnost s predpisi.....	5
1.4	Standard upravljanja GTIN in pravica lastnika blagovne znamke	5
2	Pravila upravljanja GTIN	6
2.1	Uvajanje novega izdelka	6
2.2	Deklarirana formulacija ali funkcionalnost.....	7
2.3	Neto vsebina na deklaraciji	8
2.4	Spremembe dimenzije ali bruto teže.....	9
2.5	Dodajanje ali odstranjevanje certifikacijske oznake.....	10
2.6	Primarna blagovna znamka	11
2.7	Časovno določen ali promocijski izdelek	12
2.8	Količina pakiranja/zabojev.....	13
2.9	Predhodno določen asortiment	14
2.10	Cena na pakiranju	15

1 Uvod

Globalna trgovinska številka izdelka (GTIN) zagotavlja rešitev na področju globalne preskrbovalne verige tako, da identificira katero koli prodajno enoto. To je enota, ki ji lahko določimo ceno, jo naročimo ali zanjo izdamo račun na kateri koli točki preskrbovalne verige in za katero je treba pridobiti predhodno določene informacije.

Standard upravljanja globalne trgovinske številke izdelka (GTIN) je zasnovan tako, da pomaga industriji pri sprejemanju skladnih odločitev glede edinstvene identifikacije prodajnih enot v odprtih preskrbovalnih verigah. Ta standard je bil oblikovan v skladu z Globalnim standardom za obvladovanje procesov GS1 (GSMP) in je sestavni del sistema standardov GS1. Na splošno so stroški najmanjši, če vsi partnerji v preskrbovalni verigi uporabljajo Standard upravljanja GTIN.

Edinstvena identifikacija prodajnih enot je ključnega pomena za ohranjanja operativne učinkovitosti, s katero poslovni partnerji računajo pri izmenjavi informacij o izdelkih na dosleden način, zagotavlja pa tudi nemoteno delovanje globalnih preskrbovalnih verig. Poleg tega je edinstvena identifikacija prodajnih enot ključnega pomena pri izpolnjevanju različnih predpisov po vsem svetu. In nazadnje, edinstvena identifikacija, pa tudi komunikacija o takšnih spremembah med poslovnimi partnerji sta ključnega pomena za zagotavljanje razpoložljivosti pravega izdelka na prodajni polici oziroma da je slednji pravilno predstavljen na platformi za elektronsko poslovanje ter dobavljen potrošniku.

1.1 Vodilna načela/poslovni cilji spreminjanja GTIN

Standard upravljanja GTIN je industrijski standard, ki ustvarja dodano vrednost pri poslovanju in za potrošnika, zlasti kadar se *spremenijo* predhodno določene informacije o obstoječem izdelku ali kadar se prvič uvaja novi izdelek. Tega standarda se ne uporablja za identifikacijo rabljenih izdelkov. Za identifikacijo izdelkov, ki niso novi glejte [Splošne specifikacije GS1, poglavje 2.1.15](#). Naslednja vodilna načela mora upoštevati vsak lastnik znamke, ko uvaja spremembe obstoječega izdelka in tudi ko razvija strategijo za dodelitev GTIN za novi izdelek.

1. Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?
2. Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?
3. Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?

Da lahko zahtevamo spremembo GTIN, mora veljati najmanj eno od vodilnih načel.

1.2 Nov izdelek v primerjavi s spremembo obstoječega izdelka

Ko se odločamo o identifikaciji izdelka, je pomembno, da razumemo razlike med NOVIM izdelkom in spremembami obstoječega izdelka.

Novi izdelki so tisti, ki jih trenutno ni na voljo v ponudbi izdelkov lastnika blagovne znamke in so novi na tržišču. Standard upravljanja GTIN zahteva, da mora biti izdelku, če je nov, vedno dodeljen nov GTIN, da bi natančno razlikovali med novim in obstoječim izdelkom, ki je že na voljo na tržišču.

Spremembe obstoječih izdelkov se štejejo kot „nadomestni izdelki“ (predhodna izvedba ne bo več obstajala, ko bo dotekal nadomestni izdelek, kakor določa lastnik blagovne znamke). Standard upravljanja GTIN določa, katere spremembe atributov obstoječega izdelka so take, da gre dejansko za nov izdelek in je zanj potreben nov GTIN.

- **Nov izdelek:** „Nov izdelek“ je opredeljen kot izdelek, ki trenutno ne obstaja ali ni bil na voljo za prodajo in je dodatek v asortimentu lastnika blagovne znamke oz. nov na tržišču.
- **Sprememba izdelka:** Obstoječi izdelek, ki je trenutno v asortimentu lastnika blagovne znamke in na voljo na tržišču in katerega atributi so bili spremenjeni.

1.3 Standardi GS1 in pravna skladnost/skladnost s predpisi

Standard upravljanja GTIN predstavlja minimalno zahtevo. Prosimo, da upoštevate, da morda na nekem trgu obstaja(jo) predpis(i), ki so strožji in jih je TREBA upoštevati.

Vse lokalne pravne ali regulativne zahteve prevladajo nad Standardom upravljanja GTIN.

1.4 Standard upravljanja GTIN in pravica lastnika blagovne znamke

Standard upravljanja GTIN predstavlja najmanjši izbor sprememb GTIN, za katere se je odločila industrija. Lastniki blagovnih znamk lahko GTIN spremenijo tako pogosto, kakor menijo, da je primerno glede na svoje potrebe, pa tudi potrebe svojih potrošnikov in poslovnih partnerjev ob upoštevanju vodilnih načel, opredeljenih v poglavju 1.1..

2 Pravila upravljanja GTIN

Spodaj so navedene podrobnosti, ki določajo, kdaj MORA biti GTIN na novo dodeljen (NOV IZDELEK) ali spremenjen (NADOMESTNI IZDELEK), da bi bil skladen s Standardom upravljanja GTIN.

Pravila upravljanja GTIN določajo, kdaj so spremembe potrebne na ravni maloprodajne enote (osnovne enote v hierarhiji), pa tudi na višji ravni skupinskih pakiranj (npr. zaboj, paleta), ki trenutno obstajajo in se uporabljajo v distribuciji.

Ne pozabite, da je treba pri sprejemanju končne odločitve o tem, ali GTIN spremeniti ali ne, upoštevati vsa pravila upravljanja GTIN.

2.1 Uvajanje novega izdelka

„Nov izdelek“ je opredeljen kot izdelek, ki trenutno ne obstaja ali ni bil na voljo za prodajo in je dodatek v asortimentu lastnika blagovne znamke oz. nov na tržišču.

Vsak nov izdelek zahteva dodelitev novega GTIN.

Ravni hierarhije dodeljevanja GTIN

- GTIN je dodeljen na ravni maloprodajne enote (osnovne enote).
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne enote/osnovne enote.

Ime pravila	Novi GTIN za raven maloprodajne enote ali raven osnovne enote?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Uvajanje novega izdelka	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo dodelitev GTIN

- Izdelovalec prenosnih telefonov dodaja v svojo ponudbo izdelkov model z novimi funkcijami.
- Linija izdelkov bo vsebovala okus ali aromo izdelka, ki trenutno ne obstaja v asortimentu lastnika blagovne znamke in jo želimo razločevati od obstoječih okusov ali arom v asortimentu.
- Pakiranje izdelka je v angleščini, zdaj pa je ustvarjena različica istega izdelka, ki je samo v španščini.
- Sezonske spremembe, pri čemer lastnik blagovne znamke pričakuje, da bo potrošnik/poslovni partner lahko izdelek naročil posebej.
- Novi model televizijskega sprejemnika z novimi funkcijami (npr. WiFi in zmogljivosti prenosa).
- Nova linija izdelkov iz jeansa vključuje različne številke določenega sloga in barve jeansa (30x30, 30x32, 32x30, 32x32 itd.).Vsaka različica sloga, barve in velikosti se šteje kot edinstveni izdelek in mu je dodeljen edinstven GTIN.
- Letnik (leto proizvodnje) steklenice vina se spremeni tako, da potrošnik prepozna kakovost po letnikih. To velja za primere, ko ne gre za običajna vina in je vsak letnik označen kot nov, edinstven izdelek.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Uvajanje novega izdelka	DA	DA	DA

2.2 Deklarirana formulacija ali funkcionalnost

„Formulacija“ je opredeljena kot seznam sestavin ali komponent, ki se uporabljajo za izdelavo prodajne enote.

„Funkcionalnost“ je opredeljena kot posebna uporaba ali niz uporab, za katero/katerega je nekaj zasnovano.

Tega standarda se ne uporablja za identifikacijo rabljenih izdelkov. Za identifikacijo izdelkov, ki niso novi glejte [Splošne specifikacije GS1, poglavje 2.1.15.](#)

Sprememba formulacije ali funkcionalnosti, ki vpliva na zakonsko predpisane informacije na deklaraciji na pakiranju izdelka, pa tudi kadar lastnik blagovne znamke pričakuje, da bo potrošnik ali partner v preskrbovalni verigi ločil razliko, zahteva novi GTIN. Ko zahtevamo dodelitev novega GTIN, morata biti izpolnjena oba pogoja.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Do spremembe številke GTIN mora priti na ravni maloprodajne enote/osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Deklarirana formulacija ali funkcionalnost	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo spremembo številke GTIN

- Izdelek vsebuje oreščke, ki predstavljajo novi alergen, ki ga pravno ureja deklaracija in ga mora potrošnik razlikovati.
- Sprememba formulacije, po kateri je vsebnost sladkorja zmanjšana za 50 %, kar prodajno enoto uvršča med izdelke „z nizko vsebnostjo sladkorja“.
- Amonijak (potencialno nevarna sestavina) je dodan formuli, kar lahko povzroči težavo pri načinu uporabe ali shranjevanja izdelka s strani potrošnikov/poslovnih partnerjev.
- Prej zamrznjeni losos se zdaj prodaja kot svež losos.

Dodatne informacije

- Dodelitev novega GTIN NI potrebna pri navajanju obstoječe funkcionalnosti, ki je prej sicer obstajala, toda ni bila navedena na pakiranju, zdaj pa se trži v novi embalaži.
- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Deklarirana formulacija ali funkcionalnost	DA	DA	DA

2.3 Neto vsebina na deklaraciji

„Neto vsebina“ je opredeljena kot količina izdelka prodajne enote, ki jo lahko zaužijemo in jo vsebuje prodajna enota v pakiranju, tako kot je navedena na deklaraciji, kar lahko vključuje: neto težo, količino, število, enote itd.

Vsaka sprememba (povečanje ali zmanjšanje) pravno predpisane neto vsebine na deklaraciji, ki je natisnjena na pakiranju zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Do spremembe GTIN pride na ravni maloprodajne enote ali osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Neto vsebina na deklaraciji	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo spremembo številke GTIN

- Število plenjc v pakiranju plenjc za enkratno uporabo, navedeno na pakiranju, se spremeni s 14 na 12.
- Neto teža vrečke slanich prigrizkov, navedena na deklaraciji, se poveča s 680 g na 800 g.
- Število britvic v pakiranju, navedeno na deklaraciji, se spremeni s 4 na 6.
- Bonus količina izdelka je zdaj vključena v pakiranje in navedena na deklaraciji za potrošnika. Pakiranje, ki vsebuje denimo 4 kose balzama za ustnice, se je povečalo in je zdaj na deklaraciji navedeno, da gre za bonus pakiranje 6 kosov. Dodatni izdelek (2 kosa) je naveden na deklaraciji za potrošnika (zdaj 6 kosov).

Dodatne informacije

- Zahteva ne vključuje tržnih deklaracij ali predlogov, ki sicer širijo potrošnikovo znanje o izdelku, vendar pa niso neposredno povezane z določanjem cene, blagovno znamko, vladnimi predpisi. Na primer: priporočena porcija.
- Neto vsebina na deklaraciji je tista, ki se uporablja za oblikovanje oznak na prodajnih policah in cene na enoto, ki je navedena potrošniku. Točnost in usklajenost je ključnega pomena, kršitev pa je lahko podvržena kazni.
- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Neto vsebina na deklaraciji	DA	DA	DA

2.4 Spremembe dimenzije ali bruto teže

Več kot 20-odstotna sprememba fizične dimenzije na kateri koli osi ali pa bruto teže zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Do spremembe GTIN pride na ravni maloprodajne enote ali osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Spremembe dimenzije ali bruto teže	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo spremembo številke GTIN

- Bruto teža izdelka se poveča za 50 % – z 0,30 kg na 0,45 kg zaradi spremembe materiala pakiranja, ki je bilo prej plastično, zdaj pa je stekleno.
- Višina škatle detergenta za pranje perila se spremeni za 40 % - s 7,6 cm na 10,64 cm.
- Naravna osnovna površina zaboja ali palete (vendar pa enota v njem/na njej ni spremenjena) se lahko spremeni tako, da se spremenijo dimenzije višine, širine in globine.

Dodatne informacije

- Ta del standarda velja le za spremembe dimenzije in bruto teže izdelka. Sleherno spremembo neto teže na deklaraciji ureja pravilo o „neto vsebini na deklaraciji“.
- Pogoste kumulativne spremembe brez spremembe GTIN skladno s pravilom o 20 % so nesprejemljiva praksa. Poslovni partnerji morajo biti obveščeni o vseh spremembah dimenzije. Kumulativne spremembe lahko poslovnim partnerjem povzročajo preglavice in zavirajo pretok izdelkov.
- Gl. [GS1 Package and Product Measurement Standard](#) za skladen in ponovljiv postopek določanja mer zadevnega pakiranja izdelka
- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Spremembe dimenzije ali bruto teže	DA	NE	DA

2.5 Dodajanje ali odstranjevanje certifikacijske oznake

Sprememba pakiranja v zvezi z dodajanjem ali odstranjevanjem obstoječe certifikacijske oznake (npr. kosher, UL ali CE), ki je pomembna za regulatorne organe, poslovne partnerje ali končnega potrošnika, zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Do spremembe GTIN pride na ravni maloprodajne enote ali osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Dodajanje ali odstranjevanje certifikacijske oznake	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo spremembo številke GTIN

- Odstranitev certifikacijske oznake Halal ali Kosher s pakiranja izdelka.
- Dodajanje logotipa „energetsko učinkovit“, ki ga predpisuje vladno potrjena agencija.
- Odstranitev certifikacijske oznake: EKOLOŠKO PRIDELANO.

Dodatne informacije

- Za namene tolmačenja tega pravila je certifikacijska oznaka simbol, logotip ali besedilo na izdelku, ki navaja, da izdelek izpolnjuje določena merila in standarde na področju formulacije, trgatve, predelave ali proizvodnje (npr. evropska certifikacijska oznaka), in da ga lahko validira zunanji certifikacijski organ ali agencija, ki je lahko bodisi javni bodisi zasebni organ.
- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila GTIN	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Dodajanje ali odstranjevanje certifikacijske oznake	DA	DA	DA

2.6 Primarna blagovna znamka

Primarno blagovno znamko določa lastnik blagovne znamke, potrošnik pa najlažje prepozna. Izražena pa je lahko kot logotip in/ali z besedami.

Sprememba primarne blagovne znamke, ki se pojavi na prodajni enoti, zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Do spremembe GTIN pride na ravni maloprodajne enote ali osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Primarna blagovna znamka	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo spremembo številke GTIN

- Ime primarne blagovne znamke podjetja „Old Edge Computers“ se spremeni v „Leading Edge Computers“.

Dodatne informacije

- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Primarna blagovna znamka	DA	NE	NE

2.7 Časovno določen ali promocijski izdelek

Sprememba izdelka, ki se oglašuje (vključno s spremembami pakiranja) za določen dogodek ali obdobje in vpliva na potrebno obravnavanje v preskrbovalni verigi, da bi zagotovili razpoložljivost prodajne enote za prodajo v določenem časovnem obdobju, zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Sprememba številke GTIN ni potrebna na ravni maloprodajne enote/osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne potrošniške enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Časovno določen ali promocijski izdelek	NE	DA

Primeri poslovnih scenarijev, kjer je potreben edinstveni GTIN na višji ravni pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta):

- Poskusni izdelek (ni identificiran s svojo lastno številko GTIN) je pritrjen na obstoječo prodajno enoto v promocijskem obdobju, neto vsebina na deklaraciji originalne prodajne enote je nespremenjena, dimenzije pakiranja ali bruto teža izdelka pa NISO spremenjeni za več kot 20 %.
- V obdobju dveh mesecev so na izdelku prikazane praznične podobe. Slika okrašene jelke je dodana na škatlo robčkov.
- Edinstveno pakiranje izdelka je uvedeno za obdobje „gremo spet v šolo“.
- Logotipi svetovnega prvenstva so za omejen čas dodani na pakiranju izdelka.
- Določeno obdobje proizvajalec pritrji kupon za znižanje izdelka za en dolar na „XL“ platenko detergenta za pranje perila. Kupon je namenjen za odkup v času nakupa.
- Promocijska različica izdelka je dana na trg z napisom „posebna ponudba“ na pakiranju.

Dodatne informacije

- Za časovno določene promocije številke GTIN na ravni maloprodajne enote/osnovne enote ni treba spreminjati, vendar pa je za sledenje v preskrbovalni verigi treba edinstveno identificirati zaboj in paletu.
- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Časovno določen ali promocijski izdelek	DA	NE	DA

2.8 Količina pakiranja/zabojev

Sprememba števila prodajnih enot v zaboju ali sprememba količine zabojev v predhodno določeni konfiguraciji palete zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne potrošniške enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Količina pakiranja/zabojev	se ne uporablja	DA

Primeri poslovnih scenarijev, kjer je potreben edinstveni GTIN na višji ravni pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta):

- Konfiguracija zaboja se spremeni z 8 prodajnih enot na 12, zato mora biti zaboj edinstveno identificiran.
- Konfiguracija palete se spremeni z 12 zabojev na 16, zato mora biti paleta edinstveno identificirana.

Dodatne informacije

- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Količina pakiranja/zabojev	NE	DA	DA

2.9 Predhodno določen asortiment

Predhodno določen asortiment je pakiranje dveh ali več prodajnih enot, ki so združene in se prodajajo skupaj kot ena prodajna enota.

Sprememba, dodajanje ali zamenjava ene ali več prodajnih enot, vključenih v predhodno določen asortiment, zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Do spremembe GTIN pride na ravni maloprodajne enote ali osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravno maloprodajne enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Predhodno določen asortiment	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo spremembo številke GTIN

- Spremenjen je izbor vonjev v pakiranju treh parfumov, pri čemer eno od stekleničk nadomešča novi vonj.
- Združeno pakiranje šampona in balzama je spremenjeno tako, da zdaj pakiranje vsebuje šampon in globinsko vlažilno masko za lase.
- Pakiranje, ki vsebuje več modrih srajc, je spremenjeno tako, da zdaj rumena srajca nadomešča eno od obstoječih modrih srajc.

Dodatne informacije

- Posamezne prodajne enote, vključene v asortiment, izrecno opredelijo poslovni partnerji in nosijo svojo lastno, edinstveno številko GTIN, ki je drugačna od številke GTIN, dodeljene asortimentu.
- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Predhodno določen asortiment	DA	DA	DA

2.10 Cena na pakiranju

„Cena na pakiranju“ je določena, če lastnik blagovne znamke vključi predhodno določanje cene kot del grafike na pakiranju. To ni enako kot cena, označena na listku, nalepki, trakcu ali čemer koli, kar lahko odstranimo s pakiranja ali izdelka.

Vsak dodatek, sprememba ali odstranitev cene, ki je označena neposredno na pakiranju izdelka, zahteva dodelitev novega GTIN.

Raven hierarhije spremembe GTIN

- Do spremembe GTIN pride na ravni maloprodajne potrošniške enote ali osnovne enote.
- Edinstveni GTIN je dodeljen na vsaki ravni hierarhije pakiranja, ki je nad ravnjo maloprodajne potrošniške enote/osnovne enote.

Ime pravila	Sprememba številke GTIN za maloprodajno potrošniško enoto/osnovno enoto?	Novi GTIN za višjo raven pakiranja (npr. pakiranje, zaboj, paleta)?
Cena na pakiranju	DA	DA

Primer poslovnih scenarijev, ki zahtevajo spremembo številke GTIN

- Predhodno natisnjena cena na pakiranju se spremeni s 3 na 2,59 EUR.
- Prodajna cena v višini 8 EUR je dodana na pakiranje izdelka.
- Priporočena maloprodajna cena je določena na 2,19 USD in je vključena v grafiko pakiranja.

Dodatne informacije

- Obstaja nevarnost, da se cena, navedena potrošniku (na pakiranju), razlikuje od cene, ki se jo zaračuna (cena v sistemu trgovca). Zakonodaja v zvezi z določanjem cen običajno pomeni, da mora biti prikazana cena enaka (ali večja) kot cena, ki se jo zaračuna potrošniku. Priporočeno je, da zaradi teh morebitnih težav ne vključujete predhodno natisnjene cene na pakiranje.
- Lokalni, nacionalni ali regionalni predpis lahko zahtevajo pogostejše spremembe številke GTIN. Takšni predpisi imajo prednost pred pravili, ki jih določa Standard upravljanja GTIN.

Pomembna vodilna načela

Ime pravila	Ali morata potrošnik in/ali poslovni partner razlikovati med spremenjenim ali novim izdelkom in prejšnjimi/obstoječimi izdelki?	Ali obstaja predpis/zahteva po izključitvi odgovornosti za potrošnika in/ali poslovnega partnerja?	Ali obstaja bistven vpliv na preskrbovalno verigo (npr. kako se izdelek odpremi, skladišči ali prevzame)?
Cena na pakiranju	DA	DA	DA

Prispevki

Name	Organisation
Cherise Allison	Sam's Club
Dominique Alvarez	L'Oreal
Andrea Ausili	GS1 Italy
Nuno Azevedo	GS1 Portugal
Duncan Barnett	Unilever UK
Xavier Barras	GS1 France
Earl Beery	The J.M. Smucker Company
Robert Beideman	GS1 Global Office
Cassi Belazouz	GS1 France
Lori Bigler	The J.M. Smucker Company
Mats Bjorkqvist	GS1 Sweden
Arnaud Bonnefoy	GS1 France
Carol Botten	Tesco Stores Ltd.
Philippe Brian	Carrefour
Jaclyn Broomhead	GS1 UK
Scott Brown	GS1 US
David Buckley	GS1 Global Office
Greg Buckley	PepsiCo Inc.
Heather Burns	Wal-Mart Stores Inc.
Mike Capsambelis	Google Switzerland GmbH
Emanuela Casalini	GS1 Italy
Anthony Chan	GS1 Hong Kong
James Chronowski	GS1 US
Daniel Clark	GS1 Canada
Luiz Costa	GS1 Brasil
Jeffrey Cree	Ahold (USA)
Jay Crowley	USDM
Trey Davis	Alcon Labs

Name	Organisation
Kevin Dean	GS1 Canada
Robert Delp	Johnson & Johnson
Yolande Diaz	Carrefour
Deniss Dobrovolskis	GS1 Sweden
Camille Dreyfuss	GS1 France
Marcel Ducceschi	Migros-Genossenschafts-Bund
Mike Durning	Wakefern Food Corporation
Hussam El-Leithy	GS1 US
Steve Endacott	Tesco Stores Ltd.
Juliet Espinosa	GS1 Colombia
Filipe Esteves	GS1 Portugal
Véra Feuerstein	Nestle
Richard Fisher	DLA - DoD Logistics AIT Office
Stefan Gathmann	GS1 Ireland
Inga Gehring	REWE Group
Vanessa Giulieri	GS1 Italy
Christian Santiago	Google Inc.
Heinz Graf	GS1 Switzerland
David Hackbarth	Procter & Gamble Co.
Ruediger Hagedorn	The Consumer Goods Forum
Andrew Hearn	GS1 Global Office
Kurt Herregodts	GS1 Belgium & Luxembourg
Bernie Hogan	GS1 US
Mark Holmes	GS1 Global Office
Agata Horzela	GS1 Poland
Tany Hui	GS1 Hong Kong
Alan Hyler	GS1 Global Office
Marc Inderbitzin	Migros-Genossenschafts-Bund
Sebastián Infante	GS1 Colombia
Yoshihiko Iwasaki	GS1 Japan
Sven Jahn	Coop Genossenschaft
Lillian Jakubczyk	Mattel Inc
Richard Johnstone	GS1 UK
Manfred Jürgens	Migros-Genossenschafts-Bund
Katalin Kecskes	GS1 Hungary
Jennifer Keegan	Woolworths Limited
Brendan Kernan	GS1 Ireland
Werner Kolb	Unilever N.V.
Thorsten Kroke	REWE Group
Jason Lavik	Target Corporation
Hanjoerg Lerch	METRO Group

Name	Organisation
David Little	eBay Inc
Jia Liu	GS1 China
Theresa Long	Bunge Oils
Elizabeth Lorkins	Unilever UK
Ilka Macherer	GS1 Germany
Maria Madalena Centeno	GS1 Portugal
Meg Mason	Google Switzerland GmbH
John McMains	Mattel Inc
Christine McMaster	Wakefern Food Corporation
Diane Mellowship	Tesco Stores Ltd.
Eddy Merrill	GS1 Global Office
Frank Metz	GS1 Germany
Gena Morgan	GS1 Global Office
Naoko Mori	GS1 Japan
Daniel Mueller-Sauter	GS1 Switzerland
Rebecca Nichols	The J.M. Smucker Company
Melanie Nuce	GS1 US
Benjamin Östman	GS1 Finland
Manfred Piller	GS1 Austria
Neil Piper	GS1 UK
Raymond M Poinsette	Beaver Street Fisheries
Christian Przybilla	GS1 Germany
Nadine Radomski	Dean Foods Company
Paul Reid	GS1 UK
Rob Rekrutiak	Google Switzerland GmbH
Barbara Richardson	Coca-Cola Company (The)
Rich Richardson	GS1 US
Erin Riggs	Procter & Gamble Co.
Steven Robba	1WorldSync Holdings Inc.
Pere Rosell	GS1 Spain
John Ryu	GS1 Global Office
Marcelo Sa	GS1 Brasil
Budi Saputra	Procter & Gamble Co.
Matthieu Sausso	Bonduelle
Sue Schmid	GS1 Australia
Eugen Sehorz	GS1 Austria
Deanna Sheardown	Mattel Inc
David Sheldon	Nestle
Yuko Shimizu	GS1 Japan
Daseul Son	Google Switzerland GmbH
Simone Sporing	Coop Genossenschaft