



The Global Language of Business

Стандарт по управлению идентификационными ключами (номерами) GTIN

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

Версия 1.1, утверждена в сентябре 2023

Содержание документа

Пункт документа	Текущее значение
Название документа	Стандарт по управлению идентификационными ключами (номера) GTIN
Дата составления документа	Сентябрь 2023
Версия документа	1.1
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	Задание на проведение работ 16-012, 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.
1.1	Сентябрь 2023	Д. Маллен	Задание на проведение работ 23-145 и 23-251: Работа Целевой рабочей группы по совершенствованию номеров GTIN для определения области применения, куда не входят предметы торговли, отличные от новых, и обновления, касающиеся комплектов.

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 идентификационными ключами (номера) 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 возникновение 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 НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА. GS1 снимает с себя всю ответственность за какой-либо ущерб, возникающий в результате применения или неправомерного применения настоящего документа, 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	Руководящие принципы/Цели хозяйственной деятельности, влияющие на изменение номера GTIN	7
1.2	Определение новой продукции по сравнению с изменением существующей на рынке продукции	7
1.3	Стандарты GS1 и соответствие нормативным правовым актам.....	8
1.4	Стандарт по управлению номерами GTIN и полномочия правообладателя товарного знака	8
2	Правила управления номерами GTIN	8
2.1	Выведение на рынок новой продукции.....	8
2.2	Декларируемый состав или функциональное назначение.....	10
2.3	Декларируемое содержимое нетто	11
2.4	Изменение размеров или веса брутто.....	12
2.5	Добавление или удаление сертификационного знака (знака соответствия).....	13
2.6	Основной товарный знак	14
2.7	Продукция, выпускаемая к конкретной дате, или рекламная продукция	15
2.8	Число предметов в упаковке/ящике	17
2.9	Предопределенный ассортимент продукции	17
2.10	Цена на упаковке.....	19

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 уникальной 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 по управлению номерами GTIN.

Уникальная идентификация предметов торговли играет решающую роль в поддержании функциональной эффективности, на которую полагаются торговые партнеры для последовательного обмена информацией о продукции, а также для обеспечения бесперебойной работы глобальных цепей поставок. Кроме того, уникальная идентификация предметов торговли имеет ключевое значение для обеспечения соответствия различным нормативным правовым актам в международном масштабе. Наконец, уникальная идентификация и информирование торговых партнеров об изменении продукции крайне важны для того, чтобы соответствующая продукция была доступна на полке магазина или надлежащим образом представлена и доставлена потребителю через площадку электронной торговли.

1.1 Руководящие принципы/цели хозяйственной деятельности, влияющие на изменение номера GTIN

Стандарт по управлению номерами GTIN содержит рекомендации по созданию практической ценности для хозяйственной деятельности и конечного потребителя, особенно при изменении предопределенной информации о существующей продукции или при выведении на рынок новой продукции. Настоящий Стандарт по управлению номерами GTIN НЕ ДОЛЖЕН быть использован для идентификации предметов торговли, отличных от новых. Правила по идентификации предметов торговли, отличных от новых, изложены в подразделе 2.1.15 Общих Спецификаций. Правообладатели товарных знаков должны принимать во внимание изложенные руководящие принципы всякий раз при внесении изменений в существующую продукцию, а также при разработке стратегии присвоения номера GTIN новой продукции.

- Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать новую продукцию или продукцию с изменениями от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?
- Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?
- Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?

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

1.2 Определение новой продукции по сравнению с изменением существующей на рынке продукции

В процессе принятия решения по идентификации продукции важно понимать разницу между НОВОЙ продукцией и ИЗМЕНЕНИЯМИ существующей на рынке продукции.

Новая продукция – это продукция, которая не присутствовала ранее в номенклатуре продукции правообладателя товарного знака и является новой на рынке. В соответствии со Стандартом по

управлению номерами GTIN, если продукция является новой на рынке, то всегда должен присваиваться новый номер GTIN, чтобы точно отличать новую продукцию от существующей на рынке.

Изменения существующей продукции расценивают как «замещающую продукцию» (по решению правообладателя товарного знака предыдущий вариант более не будет производиться, как только на рынок будет выведена замещающая продукция). Стандарт по управлению номерами GTIN определяет, какие изменения характеристик существующей продукции на рынке требуют присвоения нового номера GTIN.

Новая продукция: это продукция, не существовавшая до настоящего момента или которая не была доступна для продажи, и является дополнением к номенклатуре продукции правообладателя товарного знака/новинкой на рынке.

Изменение продукции: существующая продукция, являющаяся частью номенклатуры продукции правообладателя товарного знака и доступная на рынке, некоторые характеристики которой были изменены.

1.3 Стандарты GS1 и соответствие нормативным правовым актам

Стандарт по управлению номерами GTIN представляет собой минимальные требования. Следует учитывать, что на конкретном рынке, где вы работаете, могут действовать более строгие нормативные правовые акты, которых НЕОБХОДИМО придерживаться.

Все местные юридические и регуляторные требования имеют преимущественную силу по отношению к Стандарту по управлению номерами GTIN.

1.4 Стандарт по управлению номерами GTIN и полномочия правообладателя товарного знака

Стандарт по управлению номерами GTIN содержит минимальные требования к изменениям номеров GTIN, по которым были приняты отраслевые решения. Правообладатели товарных знаков 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 правила, которые определяют, когда ДОЛЖЕН быть присвоен новый номер GTIN (НОВАЯ ПРОДУКЦИЯ) или могут быть внесены изменения в существующую (ЗАМЕЩАЮЩАЯ ПРОДУКЦИЯ) в соответствии со Стандартом по управлению номерами GTIN.

Правила управления номерами GTIN определяют, когда изменения номеров GTIN необходимы на уровне предмета торговли для конечного потребителя (уровне базовой единицы), а также на более высоком уровне предметов торговли (например, на уровне ящика, поддона), которые существуют в настоящий момент и используются в процессе распределения.

Следует помнить, что все Правила управления номерами GTIN должны учитываться в процессе принятия окончательного решения о необходимости изменения номера GTIN.

2.1 Выведение на рынок новой продукции

Новую продукцию определяют как продукцию, не существовавшую до настоящего момента или не доступную для продажи, и являющуюся дополнением к номенклатуре продукции правообладателя товарного знака/новинкой на рынке.

Любая новая продукция требует присвоения нового номера GTIN.

Уровни разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Номер GTIN присваивается на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивается на каждом иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Выведение на рынок новой продукции	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, 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 номенклатуре продукции правообладателя товарного знака и который будет дополнением к другим вкусам или ароматам в линейке.
- Текст на упаковке продукции напечатан на английском языке, и создается вариант той же продукции с текстом только на испанском языке.
- Сезонная разновидность продукции, на исключительный заказ которой со стороны потребителя/торгового партнера рассчитывает правообладатель товарного знака.
- 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 отдельное изделие, которому присваивают уникальный номер GTIN.
- Год производства (сезон сбора винограда) 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Выведение на рынок новой продукции	ДА	ДА	ДА

2.2 Декларируемый состав или функциональное назначение

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

Настоящий Стандарт по управлению номерами GTIN НЕ ДОЛЖЕН быть использован для идентификации предметов торговли, отличных от новых. Правила по идентификации предметов торговли, отличных от новых, изложены в подразделе 2.1.15 Общих Спецификаций.

Изменение состава или функционального назначения существующего предмета торговли, которое влияет на требуемую законом информацию на упаковке продукции, а также ситуация, когда правообладатель товарного знака ожидает, что потребитель или партнер по цепи поставок будет проводить различие, требует нового номера GTIN. Наличие обоих условий требует присвоения нового номера GTIN.

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN должно происходить на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Декларируемый состав или функциональное назначение	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, 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 предмет торговли 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 декларируется существующее функциональное назначение, присутствующее прежде, но не декларируемое на прежней упаковке и указываемое на новой упаковке.
- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Декларируемый состав или функциональное назначение	ДА	ДА	ДА

2.3 Декларируемое содержимое нетто

«Содержимое нетто» определяется как количество потребляемой продукции предмета торговли, содержащегося в упаковке и указанного на этикетке. Это может быть: вес нетто, объем, количество, число единиц и т.п.

Любое изменение (увеличение или уменьшение) юридически требуемого для декларирования содержимого нетто, нанесенного на упаковку, требует присвоения нового номера GTIN.

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Декларируемое содержимое нетто	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, 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 число лезвий в упаковке изменилось с 4 до 6.
- Бонусное количество продукции теперь включено в упаковку и в информацию для потребителя. Например, число бальзамов для губ в упаковке увеличено с 4 до 6 штук в упаковке с бонусным содержимым. О дополнительной продукции 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, товарному знаку, законодательным требованиям. Например, рекомендуемый размер порции.
- Декларируемое содержимое 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.
- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Декларируемое содержимое нетто	ДА	ДА	ДА

2.4 Изменение размеров или веса брутто

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

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Изменение размеров или веса брутто	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, где требуется изменение номера GTIN

- Вес брутто продукта увеличился на 50% с 0,34 кг (0,75 фунта) до 0,68 кг (1,5 фунта) за счет изменения упаковочного материала с пластика на стекло.
- Высота коробки стирального порошка изменилась на 40% с 7,6 см (3 дюйма) до 10,64 см (4,2 дюйма).

- Ориентация товаров на поддоне или в ящике может измениться (содержимое упаковок при этом не меняется), что приведет к изменению размера поддона по одной или нескольким осям.

Дополнительная информация

- Эта часть стандарта относится только к изменениям размеров и веса брутто продукции. Любое изменение декларируемого содержимого нетто определяется правилом «Декларируемое содержимое 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 продукции по цепи поставок.
- В Стандарте GS1 по измерению упаковки и продукции содержатся правила для согласованного, повторяемого процесса определения измерений для данной упакованной продукции.
- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Изменение размеров или веса брутто	ДА	НЕТ	ДА

2.5 Добавление или удаление сертификационного знака (знака соответствия)

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

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Добавление или удаление сертификационного знака (знака соответствия)	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, где требуется присвоение нового номера GTIN

- Удаление сертификационного знака (знака соответствия) «халяль» или «кошерный» с упаковки продукции.
- Добавление или удаление логотипа с указанием класса «энергоэффективности», предоставленного государственным агентством по сертификации.
- Удаление знака сертификации: ОРГАНИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ.

Дополнительная информация

- В контексте интерпретации данного правила, сертификационный знак (знак соответствия) понимается как символ, эмблема или формулировка на продукте, декларирующий, что данный продукт отвечает определенным критериям и стандартам по составу, процессу сбора урожая, обработки или изготовления (например, европейский сертификационный знак) и может быть проконтролирован государственным или частным сертификационным органом или учреждением.
- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Добавление или удаление знака сертификации	ДА	ДА	ДА

2.6 Основной товарный знак

Основной товарный знак является наиболее узнаваемым для потребителя, определяется правообладателем товарного знака и может быть выражен в виде логотипа и/или словами.

Изменение основного товарного знака, который оказывается на предмете торговли, требует присвоения нового номера GTIN.

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.

- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Основной товарный знак	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, где требуется присвоение нового номера GTIN

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

Дополнительная информация

- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Основной товарный знак	ДА	НЕТ	НЕТ

2.7 Продукция, выпускаемая к конкретной дате, или рекламная продукция

Новый номер GTIN требуется в случаях, когда изменение продукции (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.

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы НЕ ПРОИСХОДИТ.
- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Продукция, выпускаемая к конкретной дате, или рекламная продукция	НЕТ	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, где требуется присвоение уникального номера GTIN для упаковки более высокого уровня разукрупнения (например, пакет, ящик, поддон):

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

Дополнительная информация

- Для специальных предложений, ограниченных по времени, не требуется менять номер GTIN для уровня потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы, но для отслеживания в цепи поставок ящики и паллеты должны быть уникально идентифицированы.
- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Продукт, выпускаемый к конкретной дате, или рекламный продукт	ДА	НЕТ	ДА

2.8 Число предметов в упаковке/ящике

Изменение числа предметов торговли в ящике или изменение числа ящиков в заранее установленной выкладке на поддоне требует присвоения нового номера GTIN.

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Число предметов в упаковке/ящике	Не применяется	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, где требуется присвоение уникального номера GTIN для упаковки более высокого уровня (например, пакет, ящик, поддон):

- Вместо 8 предметов торговли в ящик помещается 12. Ящик должен быть уникально идентифицирован.
- Конфигурация поддона меняется с 12 ящиков на 16. Поддон должен быть уникально идентифицирован.

Дополнительная информация

- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Число предметов в упаковке/ящике	НЕТ	ДА	ДА

2.9 Предопределенный ассортимент продукции

«Предопределенный ассортимент» определяется как тип действительного ассортимента/комплекта предметов торговли, который состоит из композиции фиксированного состава из двух или более предметов торговли, которые продаются вместе как отдельный действительно существующий предмет торговли.

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

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Предetermined assortment продукции	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, где требуется присвоение уникального 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 assortment, четко определяются торговыми партнерами и имеют собственные номера GTIN отдельно от номера GTIN, присвоенного assortmentу.
- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
Предetermined assortment продукции	ДА	ДА	ДА

2.10 Цена на упаковке

«Цена на упаковке» определяется как указание цены, включаемое правообладателем товарного знака в оформление упаковки. Не является ценой, указываемой на ценнике в виде наклейки, подвесного ярлыка или любом другом отделяемом от упаковки или продукции виде.

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

Учет уровня иерархического разукрупнения упакованной продукции при изменении номера GTIN

- Изменение номера GTIN происходит на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи или базовой единицы.
- Уникальный номер GTIN присваивают на каждом существующем иерархическом уровне разукрупнения упакованной продукции, превышающем уровень потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы.

Содержание правила GTIN	Новый номер GTIN на уровне потребительского предмета торговли для розничной продажи/базовой единицы?	Новый номер GTIN для упакованной продукции на более высоком уровне разукрупнения (например, на пакете, ящике, поддоне)?
Цена на упаковке	ДА	ДА

Примеры сценариев хозяйственной деятельности, где требуется изменение номера GTIN

- Напечатанная на упаковке цена изменилась с 3 на 2 евро.
- К упаковке продукции добавляется указание розничной цены – 8 евро.
- Розничная цена, рекомендованная производителем (Manufacturing Suggested Retail Price - MSRP), установлена на уровне 2,19 долл 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.
- Местные, 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 руководящие принципы

Содержание правила GTIN	Должен ли потребитель и/или торговый партнер отличать измененную или новую продукцию от ранее/в настоящее время выпускаемой продукции?	Существуют ли нормативные правовые/обязательные требования касательно предоставления информации потребителю и/или торговому партнеру?	Будет ли оказано значительное влияние на цепь поставок (например, способ поставки, хранения, приемки продукции)?
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 для цепи поставок. Стандарты GS1 повышают эффективность, безопасность и прозрачность цепей поставок во многих отраслях. Насчитывается более 110 Национальных организаций GS1 по всему миру, которые работают 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 сторон, которые ежедневно выполняют более шести миллиардов транзакций с использованием Стандартов GS1 в 150 странах мира.

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

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

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

GS1 Russia

GS1 РУС
119415, Москва, а/я 4
Т +7 (495) 640 53 25
+7 (495) 989 26 88
E mail@gs1ru.org

www.gs1ru.org

