



Biedrība GS1 Latvija

Liene Šauriņa

2014.g.9.aprīlis





Biedrība “GS1 Latvija”

reģistrēta 2008.g.8.oktobrī

Pirms tam: 1993.g.- 2005.g. - LTRK birojs “EAN Latvija”
2005.g.- 2008.g. - LTRK birojs “GS1 Latvija”

Mūsu mērķis: *pārvaldīt un veicināt starptautiskās GS1 sistēmas lietošanu Latvijā, lai atbalstītu un panāktu ražošanas, vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības efektīvāku darbību*

- Latvijas nacionālā automātiskās identifikācijas organizācija - viena no **111** pasaules nacionālajām organizācijām (150 valstīs)
- Vienīgais oficiālais starptautisko organizāciju GS1 un EPCglobal pārstāvis Latvijā un **darbojas saskaņā ar šo organizāciju noteikto vispārējo praksi**
- Administrē GS1 sistēmu un Latvijā ir **vienīgais oficiālais avots GS1 svītrkodu saņemšanai**
- GS1 uzņēmumu numuri sākas ar **475**
- Vairāk kā **1 550 biedru** uzņēmumu, kuri izmanto GS1 sistēmu (svītrkodi)



GS1 Latvija pakalpojumi

- **Unikālu numuru piešķiršana (GS1 atslēgas)**
produktu, pamatlīdzekļu, vietu un pakalpojumu viennozīmīgai identifikācijai
(GS1 atslēgas - GTVN, GVN, SSCC, GRAI, GSRN u.c.) - **1 550 uzņēmumi**
- **Tiesības marķēt produktus ar GS1 sistēmas svītrkodiem**
datu nesēji - EAN-13, EAN-8, ITF-14, GS1 DataBar un GS1-128
- **Produktu katalogs**
ar svītru kodiem marķēto preču datu bāze ~ **926 550 produktu nosaukumu**
- **Globālo Vietu Numuru Reģistrs** ~ **1 600 numuru**
- **GEPIR** - globālo GS1 biedru organizāciju (**111**) kontaktinfo un produktu Reģistrs
- **Svītrkodu kvalitātes un legalitātes pārbaude (*Logger for Staff*)** - uz GEPIR balstīta mobilā aplikācija (iPhone un Android), kas dod iespēju GS1 darbiniekiem jebkurā laikā un vietā skenēt un pārbaudīt uz produkta iepakojuma esošā svītrkoda legalitāti (caur GEPIR).
- **Apmācības un konsultācijas** par GS1 sistēmas standartiem un pielietojumiem - svītrkodi, svītrkodu kvalitāte, EDA, EPC, **GDSN** u.c.
- **Datu sinhronizācija** – Datu katalogs



1169/2011 Pārtikas Informācijas regula

09. aprīlis 2014

GS1 Latvija / ECR Baltic
Edgars Pentjuss
edgars@ecr-baltic.org



Kas ir ECR? Efektīvas patērētāju vēlmju novērtēšanas iniciatīvas pamats ir pārlicība, ka ražotāji un tirgotāji spēj strādāt kopā , lai apmierinātu pircēju vēlmes labāk, ātrāk, lētāk un daudz ilgtspējīgākā veidā



ECR Baltic members:





GS1 sistēma: 40 gadu ražotāju un tirgotāju sadarbības veiksmes stāsts



+

Izsekojamība (SSCC, DataBar)
(EDI) eCom standarti
GDSN (Produktu pamatinformācijas
apmaiņa un datu kvalitāte)
GPC (Produktu klasifikācija)
GLN vietas identifikators
GEPIR.ORG

Bez automātiskās identifikācijas (svītrkodiem) patēriņa
preču cenas šodien būtu vismaz 2x lielākas

Savienotas biznesa informācijas iespējas (EDI) un efektīva piegāde

1. Produktu pamatdatu apmaiņa. EDI: PRICAT, PARTIN (Datu katalogs)

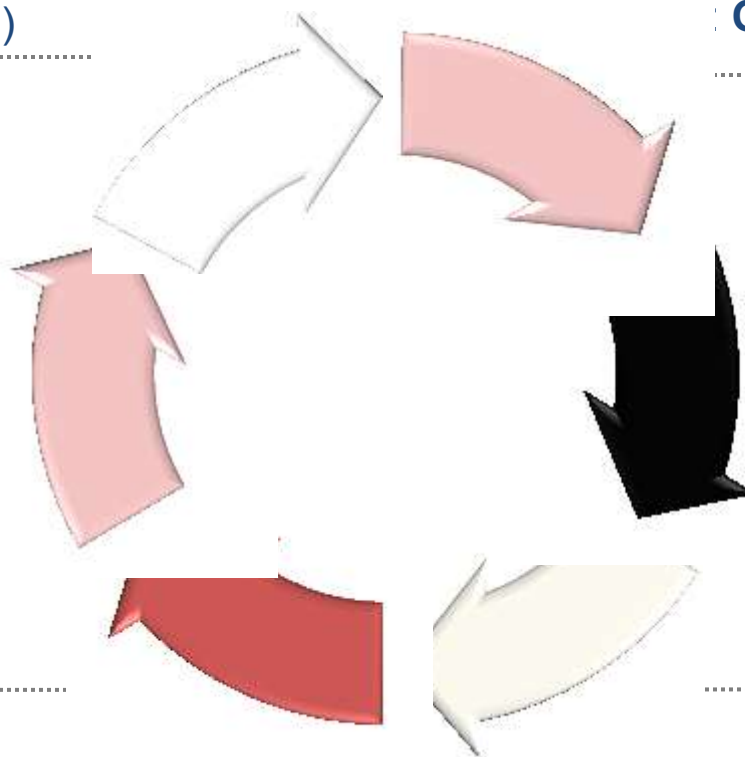
6. Prognozēšanas un plānošanas ziņoj (POS, SLS)

5. El. rēķini
EDI: **INVOIC** (cop: bank in case of factoring), wire confirmation.

2. El. pasūtījumi
: **ORDERS** un **ORDRSP**

El. pavadzīme
EDI: **DESADV**
+ atbilstoša
lōģistikas etiķete

4. Saņemšanas akts
EDI: **RECADV**



ECR un GS1 kopējie projekti 2014



- Produktu pamatdatu un sinhronizācijas darba grupa:
 - vienots produktu pamatdatu modelis mazumtirgotājiem Baltijas valstīs
 - datu atbilstība pārtikas informācijas regulai: 1169/2011.
 - kopēja datu kvalitātes un sinhronizācijas vadlīniju izstrāde
- Kopējs stands un seminārs «RIGA FOOD 2014» ietvaros - 4. septembris
- ECR Baltic Forums Jūrmalā 11. novembrī: Baltic Beach Hotel

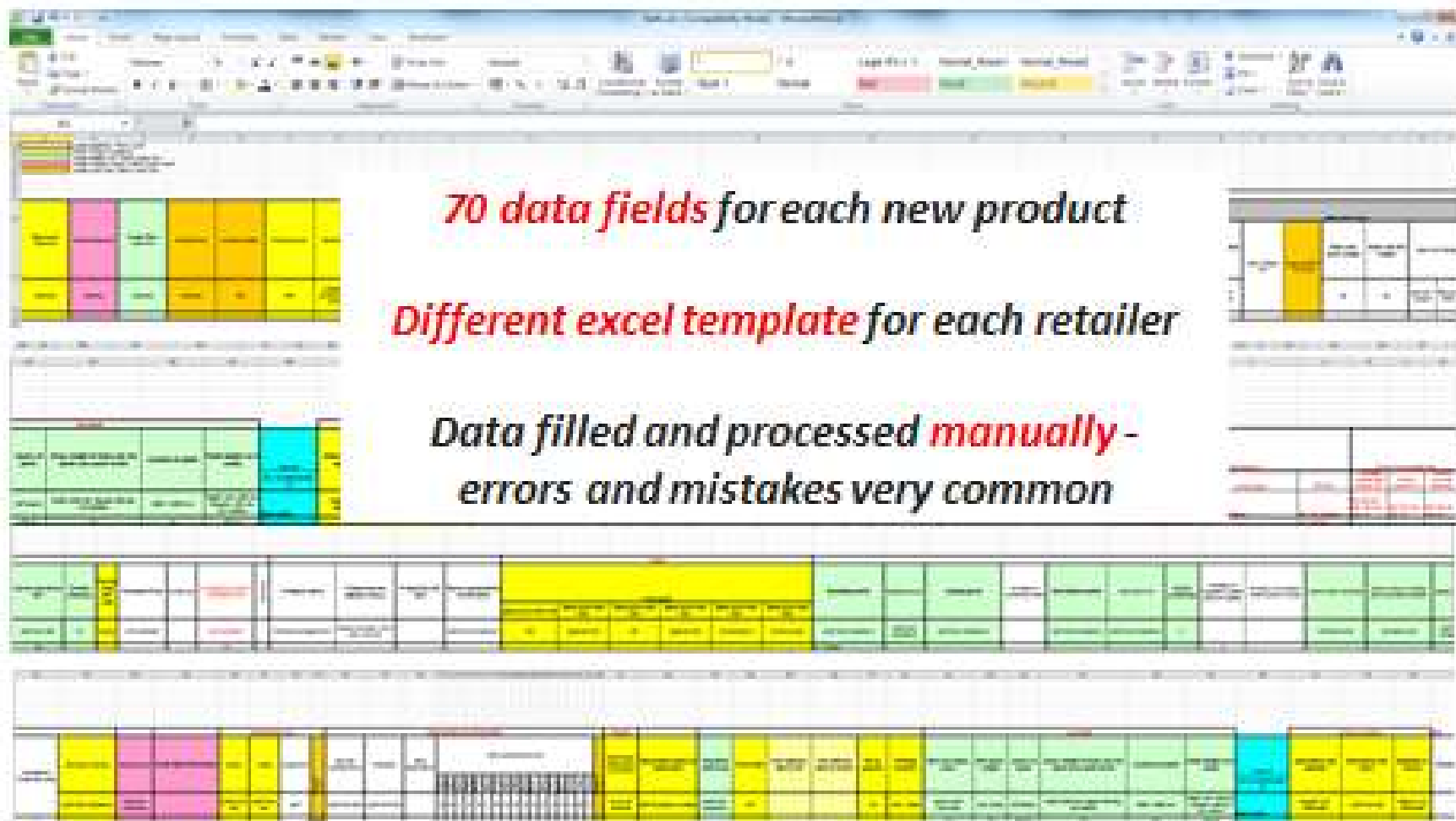
supported by



Standartizācijas iespējas:

Situācija šodien:	Iespējas:
<ul style="list-style-type: none"> - Zemas kvalitātes un nestandartizēti produktu pamatdati: <p>Mazumtirgotāji netic produktu ražotāju informācijai: produkti tiek pārmērīti.</p> <p>Savukārt ražotāji uztur dažādu formātu un veidu produktu informāciju - katram mazumtirgotājam atšķirīgu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Baltijas mēroga produktu pamatdatu kataloga ieviešana ļautu produktu pamatdatus (produktu kartiņas) uzturēt un atjaunot vienā vietā - visiem mazumtirgotājiem. - Kopīgi vienoties par produktu pamatdatu modeli, iekļaujot šodienas un nākotnes piegādes ķēdes vajadzības
<ul style="list-style-type: none"> - Arvien lielākas produktu informācijas pircējiem prasības: Pārtikas informācijas regula: 1169/2011, stājas spēkā 13.12.2014. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kā pārbaudīt atbilstību regulas prasībām un kas jādara, ja produktu receptē ir izmaiņas un piem., nomainīts izejmateriālu piegādātājs?

New product data exchange today...



70 data fields for each new product

Different excel template for each retailer

Data filled and processed *manually* - errors and mistakes very common

Pārtikas tirdzniecība tiešsaistē:

Name	URL	Channel
Maxima	https://www.barbora.lt/Pages/	FMCG
Sanitex	http://www.sanitex.eu/	FMCG
Assorti	http://www.assorti.lt/	FMCG
Office 1	http://www.sanitex-biurams.eu/	Office supply
Prekiu baze	http://www.prekiubaze.lt/	E-commerce
Kavos draugas	http://www.kavosdraugas.lt/kava	E-commerce
Kavos zinovai	http://kavoszinovai.lt/	E-commerce
Pigu	http://pigu.lt/	E-commerce
Bigbox	http://www.bigbox.lt/	E-commerce
Topocentras	http://www.topocentras.lt/	ERT
Euronics	https://www.euronics.lt	ERT
Avitela	https://www.avitela.lt	ERT
Senukai	http://www.e-senukai.lt/	DIY



Foodie.fm online groceries expands to the Baltics (Prisma Estonia)



Jautājumi?

- Kas un kā pārbaudīs regulas ieviešanu?
- Vai ir pietiekama informācija uzņēmumiem un kā tā ietekmēs uzņēmumus?
- Kombinēts risinājums: B2B + B2C + B2G?
- Informācijas apmaiņa – sadarbība (ZM-PVD-GS1-ECR)?



EU Regula 1169/2011

Liene Šauriņa
2014.gada 9.aprīlī





ES Pārtikas informācijas Regula 1169/2011



ES Regula par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem

- Aizstāj un atceļ vairākas iepriekšējās Direktīvas un Regulas
- Jaunie noteikumi stāsies **spēkā no 2014.g. decembra**
- Būtiskas izmaiņas pārtikas produktu marķējumā un noformējumā
- Jaunas prasības attiecībā uz obligāto pārtikas produktu informāciju



ES Pārtikas informācijas Regula 1169/2011



Regulas mērķis nodrošināt, lai patērētāji, veicot pirkumu, varētu saņemt pilnīgu un saprotamu informāciju par produktu, piemēram, produkta uzturvērtība, sastāvdaļas un lietošanas instrukcijas.

Regula nosaka arī jaunas prasības attiecībā uz informāciju, kas jāsniedz patērētājam par pārtikas produktiem, kuri tiek piedāvāti pārdošanai tiešsaistē.

Sniedzamā informācija

Obligāti sniedzamā informācija ir aprakstīta regulas
IV NODAĻAS 9.pantā

pārtikas sastāvdaļas, alergēni, uzturvērtība, neto daudzums.....

Papildus obligāti sniedzamās informācijas uzskaitījums dots no 10.-35.pantam: t.i. sīkāka informācija par produktiem, kas satur kofeīnu, saldinātājus, izcelsmes valsts, spirta saturs dzērienā

9. pants. Obligāto ziņu uzskaitījums

- a) pārtikas produkta nosaukums;
- b) sastāvdaļu saraksts;
- c) jebkura sastāvdaļa vai pārstrādes palīg līdzekļi, kas izraisa alerģiju vai nepanesamību un ko lieto pārtikas produktu ražošanas vai sagatavošanas procesā, un ko, tostarp arī izmainītā veidā, satur arī gatavais pārtikas produkts (viss šo vielu saraksts dots Regulas II pielikumā);
- d) dažu sastāvdaļu vai sastāvdaļu kategoriju daudzums;
- e) pārtikas produkta neto daudzums;
- f) minimālais derīguma termiņš vai „izlietot līdz” datums;
- g) jebkuri īpaši glabāšanas un/vai lietošanas nosacījumi;
- h) pārtikas aprītē iesaistītā uzņēmēja vārds vai uzņēmuma nosaukums un adrese;
- i) izcelsmes valsts vai izcelsmes vieta (saskaņā ar Regulas 26.pantu);
- j) lietošanas pamācība, ja bez šādas pamācības būtu grūti pienācīgi izmantot pārtikas produktu;
- k) attiecībā uz dzērieniem ar alkohola saturu vairāk nekā 1,2 % - faktiskais alkohola saturs tilpumprocentos;
- l) paziņojums par uzturvērtību.



Pārtika, kas tiek pārdota distanciālā saziņā

Vai jūs pārdodat pārtikas produktus tiešsaistē?

Sniedziet patērētājam pareizu informāciju un ievērojiet ES tiesību aktu prasības.

The graphic consists of three main elements: a white circle with the GS1 logo on the left; a central orange speech bubble containing the question 'Vai jūs pārdodat pārtikas produktus tiešsaistē?'; and a blue background with yellow stars representing the European Union flag. To the right of the text is a close-up image of a red keyboard key with a white shopping cart icon.

Lai dotu iespēju pircējam būt informētam pirms pirkuma

“... izmantojot distanciālas saziņas līdzekļus.....obligātajai informācijai jābūt pieejamai arī pirms pirkuma veikšanas”

(Regulas Apsvērums Nr 27)



Sniedzamā informācija

..... par tālpārdošanu

Visa obligātā pārtikas produktu informācija **jāsniedz pirms pārdošanas**, izņemot minimālo derīguma termiņu vai "izlietot līdz" datumam (9.panta f) punkts).

Koncentrējas uz mazumtirgotājiem, kuri pārdod tiešsaistē, bet principi **vienādi attiecas** arī uz visām citām distances pārdošanas formām, piemēram, **pārdošanas pēc kataloga, pa e-pastu, pa telefonu...**

Neattiecas uz automatizētu pārdošanu t.i. tirdzniecības automātiem un automatizētām komercplatībām.



Tā kā vairākums pārtikas uzņēmumu ir GS1 biedri, tad **starptautiskā GS1 organizācija** uzdeva juridiskai firmai ***Mason, Hayes & Curran***, kurai ir ievērojama pieredze pārtikas un dzērienu nozarē un ES tiesību aktu jomā, izvērtēt jaunās regulas ietekmi uz pārtikas ražotājiem un fasētu pārtikas produktu mazumtirgotājiem.

Dokuments:

Mason, Hayes & Curran: ES Pārtikas informācijas regulas (Nr.1169/2011) ietekmes novērtējums uz pārtikas ražotājiem un tirgotājiem <http://www.mhc.ie/>

Ietekmes novērtējums....

Šajā ietekmes novērtējumā apskatīta jaunās prasības darbības joma attiecībā uz pārtikas produktu pārdošanu ar tālsaziņas līdzekļu starpniecību:
KĀ, KAD un KAM jāsniedz **OBLIGĀTĀ** informācija.





Galvenie pienākumi

Galvenais pienākums sniegt pārtikas produktu informāciju gulstas uz **zīmola īpašnieku.**

Obligātai informācijai jābūt pieejamai **pirms pirkuma izdarīšanas.**

Mazumtirgotāji nevar pārdot pārtiku, ja viņi zina, ka tā ir **neatbilstoša tiesību aktiem** par pārtikas produktu informāciju.



Juridiskā ietekme secinājumi

1. **Patērētājiem** ir jābūt pieejamam nozīmīgam pārtikas produktu informācijas daudzumam, **pirms tie iegādājas** fasētu pārtikas produktu tīmekļa vietnē vai, izmantojot citus tālsaziņas pārdošanas līdzekļus.
2. Obligātajai informācijai jābūt pieejamai **pirms pirkuma veikšanas** :
 - tīmekļa vietnē vai, izmantojot tīmekļa vietni
 - bez maksas patērētājam
3. **Ja informācija nav pieejama pirms pirkuma veikšanas**, fasētu pārtikas produktu **nedrīkst pārdot** tīmekļa vietnē.

Juridiskā ietekme secinājumi

4. Ja zīmola īpašnieks nedara pieejamu būtisko informāciju mazumtirgotājam tīmekļa vietnei piemērotā formātā, mazumtirgotāja veiktā pārtikas produktu pārdošana tā tīmekļa vietnē tiks apgrūtināta.
5. Nepieciešama **sadarbības sistēma** starp **zīmola īpašnieku** un **mazumtirgotāju**, lai nodrošinātu, ka patērētājam pirms pirkuma veikšanas pieejama precīza un pilnīga obligātā pārtikas produktu informācija.



Juridiskā ietekme secinājumi

6. Regula ietekmēs arī svītrkodu piešķiršanas noteikumus – lai izlemtu, kuros gadījumos jāpiešķir jauns svītrkods, bet kuros to var atstāt nemainītu.....(produktu varianti sakarā ar obligātās informācijas norādīšanu uz iepakojuma).

Te var palīdzēt vairāki «GS1inEurope» sagatavotie materiāli...





Kopsavilkums - EU FIR 1169/2011 Regula

- Regula attiecas uz iepakotiem pārtikas produktiem un dzērieniem, tai skaitā, kurus pārdod tiešsaistē. Regula stāsies spēkā 2014 gada decembrī visās ES dalībvalstīs.
- Noteikts, ka ievērojamam daudzumam informācijas (sastāvdaļām un alergēniem) jābūt pieejamiem patērētājam pirms viņš/viņa iegādājas produktu pie mazumtirgotāja tīmekļa vietnē.
- Ja informācija nav pieejama, iepakoto produktu tiešsaistē mazumtirgotājs pārdot nedrīkst.
- Lai ievērotu likuma prasības un nodrošinātu precīzu un pilnīgu obligāto informāciju, būs nepieciešama sadarbība starp zīmola īpašnieku un tiešsaistes mazumtirgotāju, kurš pārdod preces tiešsaistē.



EU 1169/2011 jautājumi

- 1. Starp ES valstu regulatoriem un uzņēmumiem pastāv dažādas interpretācijas**
 - Daži regulatori un uzņēmumi uzskata, ka ir pietiekami, ja internetā ir atruna, piem., patērētājam piegādātā produkta sastāvdaļas var atšķirties no mājas lapā redzamā
 - Daži regulatori un uzņēmumi uzskata, ka patērētājam jāpiegādā identiski tāds pat produkts, kāds ir redzams mājas lapā
 - Zīmolu īpašniekiem, kuri darbojas vairākās valstīs nepieciešama vienota interpretācija
- 2. Varētu būtiski ietekmēt mazumtirgotāju mājas lapas un patērētājus:**
 - Daudzu mazumtirgotāju Eiropas *on-line* veikaliem ir vienota mājas lapas platforma un viņiem ir nepieciešama vienota interpretācija
 - On-line pārtikas veikali izmanto tā saucamo noklusējuma (*default*) iepirkumu sarakstu, (patērētāja regulārie pirkumi), izmantojot produkta GTVN. Regulāras svītrkoda numura (GTVN) izmaiņas sakarā ar nelielām formulējuma izmaiņām varētu ievērojami ietekmēt šo koncepciju un negatīvi ietekmēt patērētāju pieredzi.
- 3. Lielākā daļa zīmolu īpašnieku līdz 2014.gadam (ES 1169 ieviešanas termiņš) nebūs gatavi sniegt produkta datus**
 - Arī citu valstu pieredze liecina, ka līdzīgu pakalpojumu ieviešana ilgst vairāk nekā 2 gadus

Noslēgums

Attiecīgie Pārtikas Informācijas Regulas (PIR) nosacījumi stāsies spēkā jau **2014. gada decembrī**, laika ir palicis visai nedaudz, lai pārtikas nozare un pārtikas apritē iesaistītie dalībnieki izlemtu, kā tiks nodrošināta precīzas obligātās pārtikas produktu informācijas pieejamība patērētājam pirms pirkuma veikšanas tiešsaistē.



- Kas un kā pārbaudīs regulas ieviešanu?
- Vai ir pietiekama informācija uzņēmumiem un kā tā ietekmēs uzņēmumus?
- Kombinēts risinājums: B2B + B2C + B2G?
- Informācijas apmaiņa – sadarbība (ZM-PVD-GS1-ECR)?



Veiksmīgu un visiem izdevīgu sadarbību vēlot!

Contacts:

Edgars Pentjuss, Managing Director

M +371 26546645

F +371 67885461

E info@ecr-baltic.org

Brivibas Street 149,
8th floor, Riga, LV-1012, Latvia

Skype: ecr.baltic

W www.ecr-baltic.org

W2 www.ecr-all.org

W3 www.ecr-europe.org