



The Global Language of Business

# Standard za upravljanje GTIN-om

Ovaj standard je prikazan na web stranici GS1:  
<http://www.gs1.org/1/gtinrules/>

*Izdanje 1.1, ratificirano, septembar 2023.*

---

## Rezime dokumenta

Podaci o dokumentu	Trenutna vrijednost
Naziv dokumenta	Standard za upravljanje GTIN-om
Naziv originala	GTIN Management Standard
Datum posljednje izmjene	septembar 2023.
Izdanje dokumenta	1.1
Status dokumenta	Ratificiran
Opis dokumenta	Ovaj standard je postavljen na web stranici GS1: <a href="http://www.gs1.org/1/gtinrules/">http://www.gs1.org/1/gtinrules/</a>

## Saradnici

Ime	Organizacija
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

Ime	Organizacija
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
David Little	eBay Inc

Ime	Organizacija
Jia Liu	GS1 China
Theresa Long	Bunge Oils
Elizabeth Lorkins	Unilever UK
Ilka Machemer	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 Saussol	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
Andrew Steele	GS1 Australia

Ime	Organizacija
Emily Stow	New Look Retailers Limited
Taishi Takaoka	GS1 Japan
Xin Tian	GS1 China
Marianne Timmons	GS1 Global Office
Elena Tomanovich	GS1 Global Office
Xavier Tournade	Mars Inc.
Ron Trauthwein	Coca-Cola Company (The)
Milan Vacval	1WorldSync Holdings Inc.
Ankur Vaid	GS1 Australia
Frits van den Bos	GS1 Netherlands
Regan Van Tassel	Ecolab
Krisztina Vatai	GS1 Hungary
Jon Verb	Bar Code Graphics Inc.
Olivier Veys	Bonduelle
Anand Vora	Google Switzerland GmbH
Kathleen Welch	Wegmans Food Markets
Matthias Wiesmann	Google Switzerland GmbH
Carrie Wilkie	GS1 US
MJ Wylie	Johnson & Johnson
Ruoyun Yan	GS1 China
Qi Zhibo	GS1 China
Dale Zukaitis	Wegmans Food Markets

## Log izmjena

Izdanje	Datum izmjene	Izmijenili	Rezime izmjena
1.0 G.	juni 2016	Morgan, A. Hearn & D. Buckley	WR16-012, GS1 UniqueID inicijativa: Pojednostavljenje i razjašnjenje upravljanja GTIN-om pomaže u poslovanju prilikom razmjene detaljnih informacija o proizvodu sa potrošačima na današnjem omni-channel tržištu.
1.1	Sep 2023	D. Mullen	WR 23-145 i WR 23-251, Rad Globalne razvojne grupe za modernizaciju GTIN pravila se ne odnosi na setove/snopove i proizvode koji nisu novi (eng. non-new)

## Upozorenje

GS1®, u skladu sa svojom politikom u vezi sa intelektualnom svojinom (IP), nastoji da izbjegne neizvjesnost u pogledu prava na intelektualnu svojinu tražeći od učesnika u Radnoj grupi koja razvija ovaj **Standard za upravljanje GTIN-om**, da su saglasni da se dopusti članicama GS1 pravo na besplatno korištenje ili RAND dozvola za pravo na potraživanje, kako je ovaj pojam definisan u IP politici GS1. Također, skreće se pažnja na mogućnost da jedan ili više elemenata (dijelova) ove specifikacije mogu biti predmet patenta ili drugih prava intelektualne svojine koja nisu uključena u pravo na potraživanje. Pravo na svaki takav patent ili drugu intelektualnu svojinu nije predmet licencnih obaveza GS1. Šta više, sporazum o davanju dozvola koji pruža GS1 IP politika ne uključuje prava na IP i bilo kakva prava treće strane koja nema predstavnike u Radnoj grupi.

U skladu s tim, GS1 preporučuje da svaka organizacija, koja razvija implementaciju projektovanu u skladu sa ovom specifikacijom, treba da ustanovi da li ima nekih patenata koji se mogu odnositi na specifičnu primjenu koju organizacija razvija u skladu sa ovom specifikacijom i da li je potrebna licenca za korištenje patenta ili druge intelektualne svojine. Utvrđivanje potrebe za dozvolom (licencom) treba da se sačini u pogledu detalja specifičnog sistema koji projektuje organizacija u konsultaciji sa svojim savjetnikom za patente.

OVAJ DOKUMENT NE DAJE NIKAKVE GARANCIJE, UKLJUČUJUĆI BILO KAKVU GARANCIJU PRODAJE, NE GARANTUJE DA NISU PREKRŠENA PRAVA, PODESNOSTI POSEBNOJ SVRSI, ILI BILO KOJU DRUGU GARANCIJU KOJA PROISTIČE IZ OVOG DOKUMENTA. GS1 ovim putem odbacuje svaku odgovornost za bilo kakvu štetu, direktnu, indirektnu, logičnu, finansijsku, proisteklu iz primjene ili pogrešne primjene ovog dokumenta, uključujući odgovornost za kršenje bilo kojeg prava na intelektualnu svojinu vezano za upotrebu informacija u ovom dokumentu, ili koje se oslanjaju na ovaj dokument.

GS1 zadržava pravo da povremeno vrši izmjene ovog dokumenta. GS1 ne garantuje za upotrebu ovog dokumenta i ne snosi odgovornost za bilo kakve greške koje se mogu pojaviti u dokumentu, niti je u obavezi da ažurira informacije sadržane u njemu.

GS1 i GS1 logo su registrovani zaštitni znaci organizacije GS1 AISBL.

## Sadržaj

<b>1</b>	<b>Uvod</b>	<b>8</b>
1.1	Vodeći principi/poslovni zahtjevi za promjenu GTIN-a	9
1.2	Definisanje novog proizvoda u usporedbi sa izmjenom postojećeg proizvoda na tržištu	9
1.3	GS1 standardi i pravna/regulatorna usklađenost	9
1.4	Standard za upravljanje GTIN-om i diskreciono pravo vlasnika robne marke	9
<b>2</b>	<b>Pravila za upravljanje GTIN-om</b>	<b>10</b>
2.1	Uvođenje novog proizvoda	10
2.2	Deklarisana formulacija ili funkcionalnost	11
2.3	Deklarisani neto sadržaj	12
2.4	Promjena dimenzija ili bruto težine	13
2.5	Dodavanje ili uklanjanje oznake o certifikatu	14
2.6	Primarna robna marka	14
2.7	Vremenski ograničeni ili promotivni proizvod	15
2.8	Količina u paketu/kutiji	16
2.9	Prethodno definisan asortiman	17
2.10	Cijena na pakovanju	18

## 1 Uvod

Globalni broj trgovinske jedinice (GTIN) predstavlja rješenje u globalnom lancu snabdijevanja za identifikaciju bilo koje trgovinske jedinice kojoj se može odrediti cijena, koja se može naručiti ili fakturisati u bilo kojoj fazi lanca snabdijevanja, te kod koje postoji potreba za korištenjem prethodno definisane informacije.

Standard za upravljanje globalnim brojem trgovinske jedinice (GTIN) osmišljen je kako bi pomogao privrednim subjektima da donose dosljedne odluke po pitanju jedinstvene identifikacije trgovinskih jedinica u otvorenim lancima snabdijevanja. Ovaj standard je razvijen u skladu sa GS1 globalnim procesom upravljanja standardima (GSMP) i smatra se dijelom GS1 Sistema standarda. Općenito, troškovi se smanjuju kada se svi partneri u lancu snabdijevanja pridržavaju Standarda za upravljanje GTIN-om.

Jedinstvena identifikacija trgovinskih jedinica od suštinskog je značaja za održavanje efikasnosti u poslovanju na koju se poslovni partneri oslanjaju kako bi razmjenjivali informacije o proizvodima na dosljedne načine, te osigurali neometano funkcionisanje globalnih lanaca snabdijevanja. Uz to, jedinstvena identifikacija trgovinskih jedinica presudna je i kad treba da se osigura usklađenost sa različitim propisima širom svijeta. Konačno, jedinstvena identifikacija, kao i komunikacija između trgovinskih partnera, ključne su kako bi se osiguralo da odgovarajući proizvod bude dostupan na policama trgovina ili bude adekvatno prezentovan i plasiran prema potrošaču posredstvom platformi za prodaju putem interneta.



## 1.1 Vodeći principi/poslovni zahtjevi za promjenu GTIN-a

Standard za upravljanje GTIN-om od dragocijene je pomoći poslovnim subjektima i potrošačima u situacijama kada se prethodno definisane informacije o postojećim proizvodima *mijenjaju* ili kada se novi proizvod uvodi po prvi put. **Ovaj Standard za upravljanje GTIN-om NEĆE SE KORISTITI za identifikaciju trgovinskih jedinica koje nisu nove (eng. non-new). Za pravila o identifikaciji trgovinskih jedinica koje nisu nove, pogledajte Opšte specifikacije, sekcija 2.1.15.** Svaki vlasnik robne marke treba uzeti u obzir sljedeće vodeće principe kada vrši izmjene postojećeg proizvoda, kao i prilikom izrade strategije dodjele GTIN brojeva novim proizvodima.

1. Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?
2. Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?
3. Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?

Bar jedan od vodećih principa mora biti zadovoljen kako bi promjena GTIN-a bila potrebna.

## 1.2 Definisanje novog proizvoda u usporedbi sa izmjenom postojećeg proizvoda na tržištu

Pri donošenju odluke o identifikaciji proizvoda, bitno je shvatiti razlike između NOVOG proizvoda i IZMJENE postojećeg proizvoda na tržištu.

Novi proizvodi su oni koji trenutno ne postoje u asortimanu vlasnika robne marke i novi su na tržištu. Standard za upravljanje GTIN-om nalaže da proizvodu koji je nov na tržištu uvijek treba dodijeliti novi GTIN, kako bi se na ispravan način novi proizvod razlikovao od bilo kojeg postojećeg proizvoda na tržištu.

Izmjene postojećih proizvoda se smatraju „zamjenskim proizvodima“ (prethodna verzija više neće postojati kada zamjenski proizvod stupi na tržište, kako je odredio vlasnik robne marke). Standard za upravljanje GTIN-om utvrđuje kada je izmjena određenih atributa postojećeg proizvoda na tržištu takva da zahtijeva novi GTIN.

- **Novi proizvod:** „Novi proizvod“ se definiše kao proizvod koji trenutno ne postoji ili nije bio dostupan u prodaji, te predstavlja dodatak u ponudi vlasnika robne marke/nov je na tržištu.
- **Izmjena proizvoda:** Postojeći proizvod, trenutno je dio ponude vlasnika robne marke i dostupan je na tržištu, a njegovi atributi su izmijenjeni.

## 1.3 GS1 standardi i pravna/regulatorna usklađenost

Standard za upravljanje GTIN-om postavlja minimalne zahtjeve. Imajte u vidu da mogu postojati propisi na vašem tržištu koji postavljaju strožije zahtjeve i kojih se MORATE pridržavati.

Svi lokalni pravni i regulatorni propisi imaju prioritet nad Standardom za upravljanje GTIN-om.

## 1.4 Standard za upravljanje GTIN-om i diskreciono pravo vlasnika robne marke

Standard za upravljanje GTIN-om predstavlja minimum zahtjeva za promjenom GTIN-a, koje su postavili privrednici. Vlasnici robnih marki mogu mijenjati GTIN onoliko često koliko smatraju za primjereno na osnovu svojih potreba, kao i potreba njihovih potrošača i trgovinskih partnera, uzimajući u obzir vodeće principe definisane u dijelu [1.1](#).

## 2 Pravila za upravljanje GTIN-om

U nastavku su prikazana pravila koja definišu kada se novi GTIN MORA dodijeliti (NOVI PROIZVOD) ili promijeniti (ZAMJENSKI PROIZVOD) radi usklađenosti sa GS1 Standardom za upravljanje GTIN-om.

Pravila za upravljanje GTIN-om definišu kada su promjene GTIN-a potrebne na nivou potrošačke trgovinske jedinice u maloprodaji (osnovna jedinica) kao i kod viših nivoa trgovinskih jedinica (npr. kutija, paleta), koje se trenutno koriste u procesima distribucije.

Ne zaboravite da pri donošenju konačne odluke o promjeni GTIN-a treba uzeti u obzir sva pravila o upravljanju GTIN-om.

### 2.1 Uvođenje novog proizvoda

„Novi proizvod“ se definiše kao proizvod koji trenutno ne postoji ili nije bio dostupan u prodaji, te je dodatak u ponudi vlasnika robne marke/nov je na tržištu.

**Svaki novi proizvod zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.**

#### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- GTIN je dodijeljen na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN je dodijeljen na svakom nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Novi GTIN za nivo potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Uvođenje novog proizvoda	DA	DA

#### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju dodjelu GTIN-a

- Proizvođač mobilnih telefona uvodi model sa novim odlikama u svoju ponudu proizvoda.
- Proizvodna linija će uvesti okus ili aromu proizvoda koji trenutno ne postoji u asortimanu vlasnika robne marke, te će to biti dodatak drugim okusima ili aromama u asortimanu.
- Pakovanje proizvoda je na engleskom jeziku, a kreirana je verzija istog proizvoda samo na španskom jeziku.
- Sezonska modifikacija pri čemu vlasnik robne marke očekuje da potrošač/trgovinski partner može naručiti proizvod na jedinstven način.
- Novi model televizora sa novim funkcionalnostima (npr. WiFi i mogućnosti streaminga).
- Nova odijevna džins linija uključuje različite veličine određenog stila i boje džinsa (30x30, 30x32, 32x30, 32x32 itd.). Svaki stil, boja i veličina smatra se jedinstvenim proizvodom i dodjeljuje mu se jedinstveni GTIN.
- Berba (godina proizvodnje) boce vina se mijenja i potrošač je prepoznaje kao proizvod drugačijeg kvaliteta u odnosu na prethodnu godinu, TAKO DA se ovo vino ne tretira kao „izmjena“ ili isti proizvod, već kao novi i jedinstveni proizvod.

#### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Uvođenje novog proizvoda	DA	DA	DA

## 2.2 Deklarisana formulacija ili funkcionalnost

„Funkcionalnost“ se definiše kao konkretna upotreba ili skup upotreba zbog kojih je nešto dizajnirano. „Formulacija“ se definiše kao lista sastojaka ili komponenti koje se koriste za stvaranje trgovinske jedinice.

**Ovaj Standard za upravljanja GTIN-om NEĆE SE KORISTITI za identifikaciju trgovinskih jedinica koje nisu nove (eng. non-new). Za pravila o identifikaciji trgovinskih jedinica koje nisu nove, pogledajte Opšte specifikacije, sekcija 2.1.15.**

***Promjena formulacije ili funkcionalnosti postojeće trgovinske jedinice koja utječe na zakonski obavezne informacije na deklaraciji pakovanja proizvoda, te situacija u kojoj vlasnik robne marke očekuje od potrošača ili partnera u lancu snabdijevanja da prepozna razliku u proizvodu, zahtijevaju dodjelu novog GTIN-a.***

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Promjena GTIN-a mora se izvršiti na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Deklarisana formulacija ili funkcionalnost	DA	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a

- Proizvod sadrži orašaste plodove, što uvodi novi alergen, a to se prema zakonu mora deklarirati i potrošači moraju biti u stanju to prepoznati.
- Promjena u formulaciji kojom se sadržaj šećera umanjuje za 50% kako bi se trgovinska jedinica učinila proizvodom sa niskim udjelom šećera.
- Amonijak (potencijalno opasan sastojak) je dodan formuli, što može uzrokovati problem u načinu na koji potrošači/trgovinski partneri koriste ili skladište proizvod.
- Prethodno zamrznuti losos se sada prodaje kao svježi losos.

### Dodatne informacije

- Dodjela novog GTIN-a **NIJE** obavezna kada se deklarira postojeća funkcionalnost koja je prethodno postojala, ali nije bila deklarirana na pakovanju, te se sada reklamira na novom pakovanju.
- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Deklarisana formulacija ili funkcionalnost	DA	DA	DA

## 2.3 Deklarisani neto sadržaj

„Neto sadržaj“ se definiše kao količina potrošnog proizvoda trgovinske jedinice sadržane u pakovanju, kako je deklarirano na etiketi, što može uključivati: neto težinu, zapreminu, broj komada, jedinice itd.

***Bilo kakva izmjena (povećanje ili smanjenje) neto sadržaja koji se zakonski mora deklarirati i odštampati na pakovanju, zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.***

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Promjena GTIN-a vrši se na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Deklarisani neto sadržaj	DA	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a

- Deklarisani broj pelena u paketu pelena za jednokratnu upotrebu promijenjen je sa 14 na 12 komada.
- Deklarisana neto težina kutije sa grickalicama povećana je sa 680 g na 794 g.
- Deklarisani broj žileta u pakovanju promijenjen je sa 4 na 6 komada.
- Dodatna količina proizvoda sada je uvrštena u pakovanje i na deklaraciju. Naprimjer, pakovanje od 4 komada balzama za usne povećano je i deklarirano kao bonus pakovanje od 6 komada. Dodatni proizvod (2 komada balzama) deklariraju se potrošačima (sada je 6 komada).

### Dodatne informacije

- Zahtjev ne uključuje bilo kakvu marketinšku deklaraciju niti sugestiju koju treba dati na znanje potrošaču, ali nije direktno povezan sa cijenom, robnom markom ili državnim propisima. Naprimjer: predložena veličina porcije.
- Deklarisani neto sadržaj je ono što se koristi za označavanje na policama i jediničnu cijenu deklariranu za potrošača. Tačnost i sinhronizacija su ključni, a neusklađenost može rezultirati kaznama.
- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Deklarisani neto sadržaj	DA	DA	DA

## 2.4 Promjena dimenzija ili bruto težine

**Promjena fizičkih dimenzija veća od 20%, po bilo kojoj osi, ili bruto težine, zahtijevaju dodjelu novog GTIN-a.**

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Promjena GTIN-a vrši se na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Promjena dimenzija ili bruto težine	DA	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a

- Bruto težina proizvoda povećana je za 50%, sa 0,34 kg na 0,68 kg, zbog izmjene materijala pakovanja iz plastike u staklo.
- Visina kutije deterdženta za veš mijenja se za 40%, sa 7,6 cm na 10,64 cm.
- Orijentacija kutije ili palete (bez promjena sadržane jedinice) može se izmijeniti tako da se jedna ili više osa mijenja.

### Dodatne informacije

- Ovaj dio standarda primjenjuje se samo na izmjene dimenzija i bruto težine proizvoda. Bilo kakve izmjene deklarisanog neto sadržaja regulisane su pravilom o „Deklarisanom neto sadržaju“.
- Česte kumulativne izmjene, bez promjene GTIN-a, kako bi se izbjeglo pravilo od 20%, neprihvatljiva su praksa. Trgovinski partneri trebaju biti obaviješteni o svim promjenama dimenzija. Kumulativne izmjene mogu uzrokovati probleme trgovinskim partnerima i mogu ometati protok proizvoda.
- Vidi [GS1 Standard za mjerenje pakovanja i proizvoda](#) koji pruža dosljedan proces koji se može ponavljati, sa ciljem utvrđivanja mjera određenog pakovanja proizvoda.
- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Promjena dimenzija ili bruto težine	DA	NE	DA

## 2.5 Dodavanje ili uklanjanje oznake o certifikatu

***Izmjena pakovanja kako bi se dodala nova, ili uklonila postojeća oznaka o certifikatu (npr. košer, UL, ili CE) što je značajno za regulatorna tijela, trgovinske partnere ili za krajnjeg potrošača, zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.***

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Promjena GTIN-a vrši se na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Dodavanje ili uklanjanje oznake o certifikatu	DA	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a

- Uklanjanje Halal ili Košer oznake o certifikatu sa pakovanja proizvoda.
- Dodavanje „Energy Efficiency“ logotipa izdatog od strane ovlaštene vladine agencije.
- Uklanjanje oznake o certifikatu: ORGANSKI PROIZVOD.

### Dodatne informacije

- U svrhu tumačenja ovog pravila, oznaka o certifikatu predstavlja simbol, logotip ili tekst na proizvodu kojim se deklarira da je proizvod zadovoljio konkretne kriterije i standarde u formulaciji, berbi, obradi ili izradi (npr. oznaka evropskog certifikata), a što može eksterno verificirati institucija ili agencija ovlaštena za izdavanje certifikata, koja može biti javnog ili privatnog karaktera.
- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdjevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Dodavanje ili uklanjanje oznake o certifikatu	DA	DA	DA

## 2.6 Primarna robna marka

Primarna robna marka je marka koja je najprepoznatljivija od strane potrošača, onakva kakvom ju je odredio vlasnik robne marke, a može se izraziti kao logotip i/ili tekst.

***Promjena primarne robne marke koja se pojavljuje na trgovinskoj jedinici, zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.***

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Promjena GTIN-a vrši se na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.

- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Primarna robna marka	DA	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a

- Naziv primarne robne marke mijenja se iz „Old Edge Computers“ u „Leading Edge Computers“.

### Dodatne informacije

- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Primarna robna marka	DA	NE	DA

## 2.7 Vremenski ograničeni ili promotivni proizvod

***Izmjena proizvoda koji se promoviše (uključujući izmjene na pakovanju) u okviru određenog događaja ili datuma, što utječe na način upravljanja u lancu snabdijevanja kako bi se osiguralo da trgovinska jedinica bude u prodaji tokom određenog vremenskog perioda, zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.***

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Nije potrebna promjena GTIN-a na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Vremenski ograničeni ili promotivni proizvod	NE	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a kod viših nivoa u hijerarhiji pakovanja (npr. paket, kutija, paleta):

- Besplatni probni proizvod (nema vlastiti GTIN) pridružen je postojećem proizvodu u toku promotivnog perioda, deklarirani neto sadržaj originalnog proizvoda je neizmijenjen, a dimenzije pakovanja ili bruto težina proizvoda NISU izmijenjeni za više od 20%.
- Na period od dva mjeseca, praznične slike su prikazane na proizvodu: slike novogodišnje jelke su prikazane na kutiji sa ubrusima.
- Jedinstveno pakovanje proizvoda uvedeno uoči početka školske godine.

- Logotipi Svjetskog prvenstva dodani na pakovanje proizvoda na ograničen vremenski period.
- Na neko vrijeme, proizvođač postavlja kupon od €2 na „veliku“ bocu deterdženta za veš. Kupon se može iskoristiti u trenutku kupovine deterdženta.
- Promotivna verzija proizvoda je plasirana sa „specijalnom ponudom“ odštampanom na pakovanju.

### Dodatne informacije

- Za vremenski ograničene promocije, GTIN maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice nije potrebno mijenjati, ali u svrhu praćenja u lancu snabdijevanja, kutija i paleta trebaju biti jedinstveno identificirani.
- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Vremenski ograničeni ili promotivni proizvod	DA	NE	DA

## 2.8 Količina u paketu/kutiji

***Promjena broja trgovinskih jedinica u kutiji ili promjena količine kutija u prethodno definisanoj konfiguraciji palete zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.***

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Količina u paketu/kutiji	Nije primjenjivo	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a kod viših nivoa u hijerarhiji pakovanja (npr. paket, kutija, paleta):

- Konfiguracija kutije se mijenja i umjesto 8 trgovinskih jedinica sada sadrži 12 trgovinskih jedinica, te se kutija mora jedinstveno identificirati.
- Konfiguracija palete se mijenja i umjesto 12 kutija sada sadrži 16 kutija, te se paleta mora jedinstveno identificirati.

### Dodatne informacije

- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.



## Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Količina u paketu/kutiji	NE	DA	DA

## 2.9 Prethodno definisan asortiman

Prethodno definisan asortiman je vrsta asortimana/pakovanja fizičke trgovinske jedinice koja se sastoji od fiksne kompozicije od dvije ili više različitih trgovinskih jedinica koje se kombinuju i prodaju zajedno kao jedna fizička trgovinska jedinica.

**Promjena, dodavanje ili zamjena jedne ili više trgovinskih jedinica uključenih u prethodno definisani asortiman zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.**

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Promjena GTIN-a vrši se na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Prethodno definisan asortiman	DA	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a

- Asortiman mirisa unutar paketa sa tri parfema je izmijenjen i jedna od bočica je zamijenjena novim mirisom.
- Pakovanje sa kombinacijom šampona i regeneratora za kosu izmijenjeno je i sada uključuje šampon i dubinsku hidratantnu masku za kosu.
- Paket koji sadrži više plavih košulja izmijenjen je tako što je žuta košulja zamijenila jednu od postojećih plavih košulja.

### Dodatne informacije

- Pojedinačne trgovinske jedinice uključene u asortiman izričito su definisane od strane trgovinskih partnera i nose vlastiti, jedinstveni GTIN koji se razlikuje od GTIN-a dodijeljenog asortimanu.
- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

## Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Prethodno definisan asortiman	DA	DA	DA

## 2.10 Cijena na pakovanju

'Cijena na pakovanju' ogleđa se u tome da vlasnik robne marke uključi prethodno definisanu cijenu na ambalažu. Ovo ne podrazumijeva cijenu označenu na etiketi, naljepnici, privjesku ili bilo čemu što se može ukloniti sa pakovanja ili proizvoda.

***Bilo kakvo dodavanje, izmjena ili uklanjanje cijene označene direktno na pakovanju proizvoda (ne preporučuje se), zahtijeva dodjelu novog GTIN-a.***

### Nivo hijerarhije kod dodjele GTIN-a

- Promjena GTIN-a vrši se na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice ili osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodjeljuje na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

Naziv GTIN pravila	Promjena GTIN-a za potrošačku trgovinsku jedinicu/osnovnu jedinicu?	Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, kutija, paleta)?
Cijena na pakovanju	DA	DA

### Primjeri poslovnih scenarija koji zahtijevaju promjenu GTIN-a

- Odštampana cijena na pakovanju mijenja se sa €3 na €2.
- Prodajna cijena od €8 dodana je na pakovanje proizvoda.
- Preporučena cijena proizvođača utvrđena je u iznosu od \$2,19 i uključena je u ambalažu.

### Dodatne informacije

- Postoji opasnost da se deklaracija cijene za potrošača (na pakovanju) razlikuje od cijene koja se naplaćuje (cijena u sistemu trgovca u maloprodaji). Zakonski propisi o cijenama obično nalažu da prikazana cijena mora biti jednaka ili veća od cijene koja se naplaćuje potrošaču. Preporučuje se da se zbog ovih problema cijena ne štampa na ambalažu.
- Lokalni, državni ili regionalni propisi mogu zahtijevati učestalije promjene GTIN-a. Takvi propisi imaju prednost nad pravilima koja postavlja Standard za upravljanje GTIN-om.

### Relevantni vodeći principi

Naziv GTIN pravila	Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmijenjeni ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?	Postoji li regulatorna/pravna obaveza za objavljivanje informacija potrošaču i/ili trgovinskom partneru?	Postoji li značajan utjecaj na lanac snabdijevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?
Cijena na pakovanju	DA	DA	DA