



НАШИТЕ ПРВИ 20 ГОДИНИ

www.gs1mk.org.mk/20godini

GS1 е-ИНФО

Бр.17 - Ноември 2014

Почитувани читатели на е-ИНФО на GS1 Македонија

Повторно се навраќам на моментално најактуелната тема која ги засега сите учесници во Прехранбената индустрија (од производители, дистрибутери, трговија на големо и мало, до крајниот потрошувач), а тоа е законската обврска на Европската Унија – Регулатива EU 1169/2011, која стапува на сила на 13 декември 2014 година во сите земји членки на ЕУ и ги менува постојните законски правила за означување на храната.

Целта на EU 1169/2011 Регулативата е со подобро информирање на потрошувачите на прехранбени производи да се осигура поразбирливо означување на прехранбените производи, што придонесува за зголемена заштита на здравјето на потрошувачите и го гарантира нивното право за информирање, при што им се овозможува носење на најповолни одлуки во врска со купувањето.

Во Регулативата се пропишани сите податоци кои мораат задолжително да бидат прикажани на етикетата и електронски да се разменат.

GS1 стандардите, услугите и решенијата можат да им помогнат на компаниите од прехранбената индустрија да ги задоволат барањата во однос на преносот на информации за производите (во согласност со одредбите за електронска трговија).

Компанијата под чие име храната се пласира на пазарот треба однапред да ги обезбеди потребните податоци за трговците на мало кои продаваат производи преку интернет и таа е одговорна за содржината и точноста на потребните информации. Воедно сите други субјекти, како што се добавувачите кои ги снабдуваат производителите на храна, добавувачите на храна во продажбата



Слаѓана Милутиновиќ,
извршен директор

на големо и трговијата со храна на мало, имаат одредени одговорности. Затоа треба да се обезбеди ефикасна размена на податоците за производот во синџирот на снабдување. Сите потребни информации за храната предвидени со Регулативата можат да се пренесуваат во облик на податоци дефиниран со GS1 стандардите. Ова е најдобриот можен начин да се обезбеди правилна и точна употреба на сите информации за производите во дистрибутивниот прехранбен синџир.

Освен стандардизирани формати на податоците, GS1 Македонија обезбедува и технологија за пренос и размена на податоци. GS1 Македонија нуди услуги кои помагаат да се обезбеди гаранција на високиот квалитет на податоците на производите.

Сите овие информации се содржат во електронскиот каталог на македонски производи на GS1 Македонија. Со внесување на Вашиот производ во GS1 Каталогот на артикли на македонските компании (www.gs1katalog.mk) Вашиот производ ќе биде чекор поблиску до задоволувањето на барањето на EU 1169/2011 Регулативата.



Typical values	100ml contains	250ml contains	%GDA*
Energy	199kJ 47kcal	500kJ 120kcal	6% 2000kcal
Protein	0.5g	1.3g	
Carbohydrate of which sugars	10.5g	26.3g	29%
Fat	10.5g	26.3g	
of which saturates	trace	trace	
Fibre	trace	trace	
Sodium	trace	trace	
equivalent	trace	trace	
amounts			

Упатство за имплементација на Регулативата EU 1169/2011 со користење на GS1 стандардите

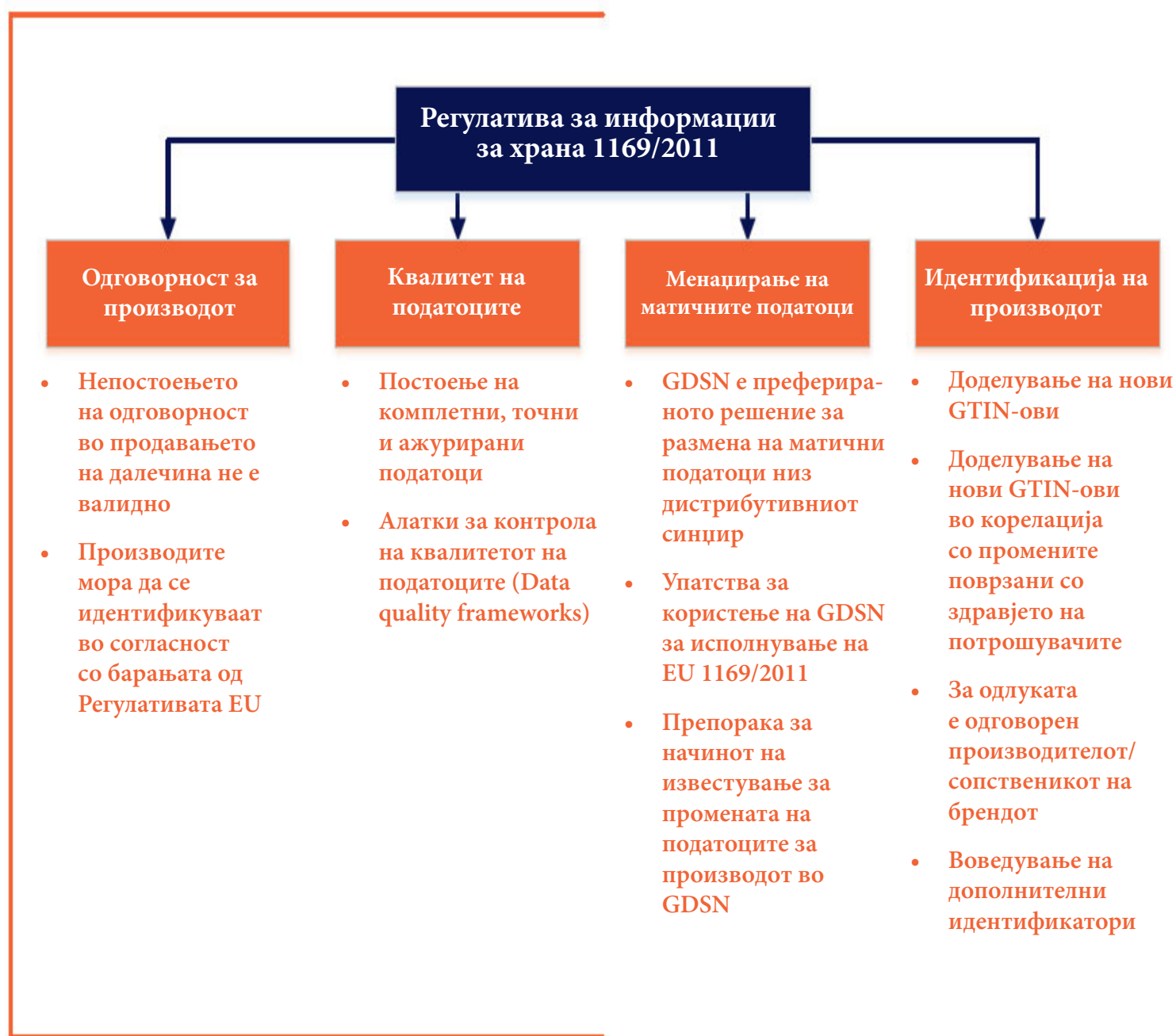
Напомена

Иако се направени сите потребни проверки за да се осигура точноста на податоците содржани во документот, GS1 Македонија и GS1 GO, одговорни за креирањето на овој документ ја отфрлаат одговорноста во сите случаи на оштетувања и губитоци поврзани со користењето на овој документ. Документот може да се менува, бидејќи се базира на технологии, стандарди и правни регулативи кои се подложни на промени.



1. Вовед

Ова упатство е наменето за да им помогне на производителите и трговците да ја имплементираат EU Регулацијата 1169/2011, т.е. Регулацијата за информации за храната, базирана на GS1 стандарди. Опфаќа области како што се одговорноста за производите, квалитетот на податоците, менаџирање на матичните податоци и идентификација на производите.



Слика 1: Областите на влијание на Регулацијата EU 1169/2011

2. Краток осврт на Регулативата

EU Регулативата 1169/2011 која стапува на сила на 13 декември 2014 година ги обврзува сите компании од прехранбената индустрија да ги почитуваат пропишаните правила во врска со информациите на производот. Земајќи го во предвид фактот дека купувањето на храната во дигиталниот свет на интернетот станува се помасовно и со цел да се заштитат потрошувачите, Регулативата опфаќа значајни облигациони мерки за продавање од далечина (на пр. продавање online, преку телефон, каталог). Како резултат на промените кои настанале во барањата за продавање од далечина, исполнувањето на правилата за информациите на производот (кои треба да се почитуваат од 13 декември 2014 година) претставува предизвик за голем број производители и трговци од прехранбената индустрија.

По овој датум, објавувањето на доверливи податоци за производот нема повеќе да биде доброволно, туку со оваа регулатива стануваат задолжителни, а со единствена цел да се зголеми довербата и заштитата на потрошувачот. Отсуството на информации или погрешни информации може да води до незадоволство кај потрошувачот, па се до пишани жалби и непосакувани акции. Лесниот пристап до информациите преку интернетот води до зголемена видливост на податоците, но исто така ја зголемува опасноста ваквите податоци да бидат погрешни.

Со цел објавувањето на информациите да биде ефикасно и во согласност со Регулативата, GS1 Македонија предлага компаниите од прехранбената индустрија да ги користат GS1 стандардите. Уникатната идентификација на производот со користење на Глобален број на трговска единица (GTIN-13/EAN-13) и организирањето на матичните податоци на начинот овозможен преку GS1 Каталогот, ќе овозможи компаниите да ги разменуваат податоците на различни нивоа во прехранбениот дистрибутивен синџир на начин кој што ќе ги почитува пропишаните регулативи и е прифатлив за потрошувачите.

Дополнителни информации во врска со Регулативата EU 1169/2011

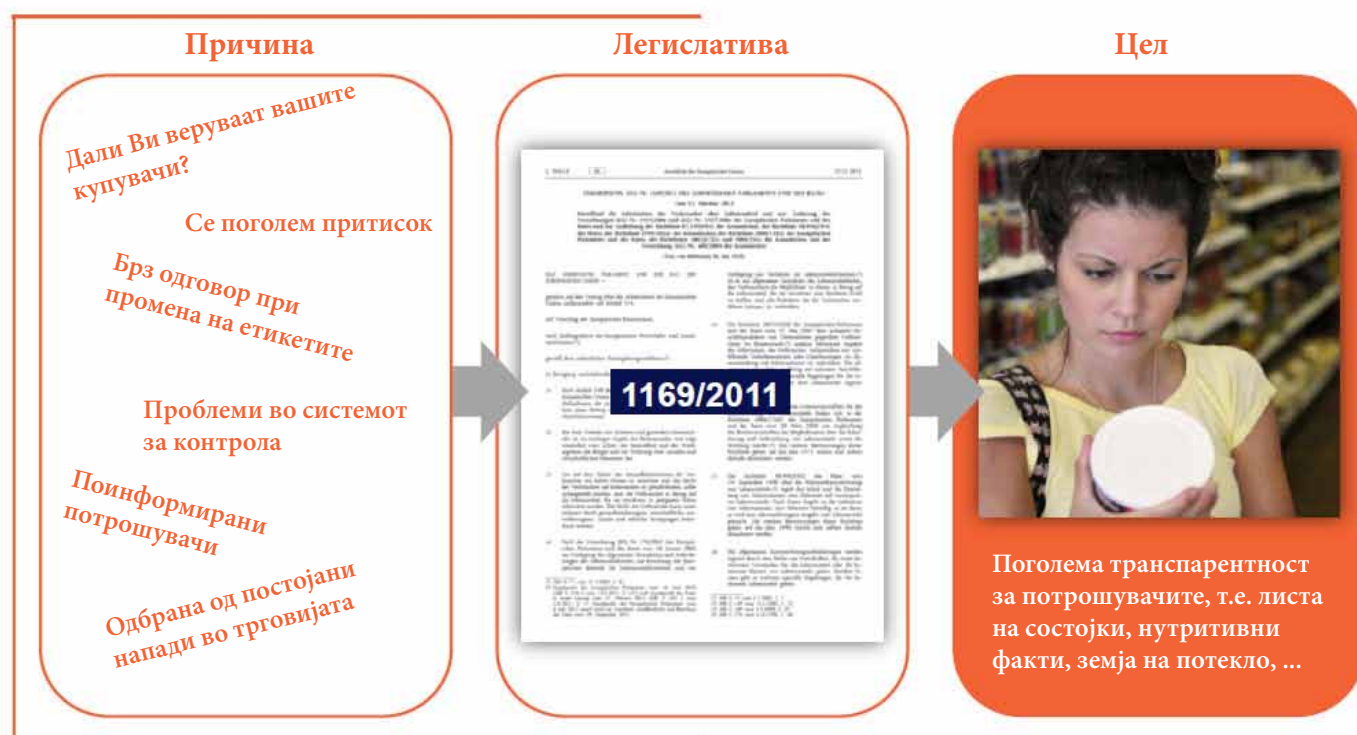
Целосната содржина на Регулативата е достапна на веб страницата на Европската комисија.

Линк до целиот документ:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:EN:PDF>

3. Основните барања во Регулативата за информации за храната

Пакувањето на производот треба да им овозможи на потрошувачите појасни информации поврзани со содржината на производот, со што одлуката за купување на производот ќе се базира на повеќе информации. Ова барање е поставено како резултат на политичките реакции од кризата во доверливоста на податоците во прехранбената индустрија. Целта на Регулативата е поголема хармонизација: се комбинираат различни правни прописи и се пропишува кои информации треба да бидат објавени за прехранбениот производ и како тоа треба да се случи.



Слика 2: Поголема транспарентност за потрошувачите согласно Регулативата EU 1169/2011

3.1. Општи регулативи и дефинирање на поимите

Регулативата ги опфаќа сите компании од прехранбената индустрија, односно сите компании учесници во било кое ниво од прехранбениот дистрибутивен синџир, доколку нивната дејност опфаќа објавување на информации за производот. Под компании од прехранбената индустрија, или “прехранбени бизнис оператори” се подразбираат сите оние одговорни за осигурување дека регулативите пропишани за храната ќе бидат задоволени во компаниите.

Регулативата не ги опфаќа единствено производите кои се наменети за крајните корисници, туку и производите кои се наменети или доставувани во некој од нивоата во дистрибутивниот синџир (на пр. catering).



Останатите регулативи, закони и облигациони правила поврзани со храната, базирани на донесените закони во ЕУ, треба да се почитуваат (на пр. правилата за регулирање на додатоците во храната, регулативите за маркетинг, итн.).


3.2. Задолжителни информации

Под мотото “Информација НЕ Етикета”, Регулацијата за информации за храната ги идентификува задолжителните информации кои треба да бидат објавени за храната (во секција 9 за сите видови на храна и секција 10 за одредени класи и типови на храна).

Задолжителните информации пропишани во секција 9 од Регулацијата:

- а) Име на храната
- б) Листа на состојки
- в) Сите состојки кои може да предизвикаат алергии или проблеми кај потрошувачот
- г) Квантитет на одредени состојки или категории на состојки
- д) Нето квантитет на храната
- ѓ) Датум на минималниот период на достапност на производот или датумот до кој што производот може да се употребува
- е) Ако е соодветно за производот: специјалните услови за користење/складирање на производот
- ж) Името на производителот (провајдерот) на информациите за производот, како и неговите контакт информации
- з) Инструкции за припремата (користењето) на производот доколку не може да се користи храната без претходно исполнување на инструкциите
- с) За алкохолните пијалоци кои содржат повеќе од 1.2% алкохол: јачината на алкохолот во волуменот на пијалокот
- и) Декларација на нутритивниот состав: енергетската вредност и информациите за шест нутритивни факти (заситени и незаситени масти, јаглехидрати, шеќери, протеини, сол).

Во иднина мора моментално да се препознае дали производот содржи состојки кои предизвикуваат алергии. Таквите состојки треба да бидат јасно потенцирани во табелата за состојките на производот. За производите кои не се продаваат пакувани (како што се пекарските производи), етикета со алергенсите е исто така задолжителна.



Воедно, задолжителен е приказот на датуми за употребливост или период на минимална достапност на производот. Иновативен аспект на Регулативата се однесува на информациите поврзани со датумите за смрзнување на месото и подготовка на месото.

Препорачано, но не е задолжително да се наведе потеклото на производот. Тоа е со цел потрошувачот да не биде “излажан” за вистинското потекло на производот од самото пакување на кое може да се прикажани национални знамиња, типични пејзажи или згради од други земји (на пр. кривата кула од Пиза) или национална облека (носија).

Понатамошните барања во однос на измените на оваа Регулатива ќе се однесуваат на потеклото на дел од основните состојки во производот. Доколку моцарелата се продава како италијанска, а млекото има потекло од Франција, во тој случај производот треба да се означи како “Италијанска моцарела направена со француско млеко”. За месните производи ќе треба да се наведе во кои региони животното било одгледувано, а каде било подготвено за продажба. Овие барања сеуште не се финализирани.

На сите пакувани прехранбени производи ќе треба да е прикажана енергетската вредност и нутритивните факти (заситени и незаситени масти, јагленихидрати, шеќери, протеини и сол за 100 g/ml). Некои производи се ослободени од задолжителната нутритивна декларација: непроцесираните производи кои содржат една состојка или една категорија на состојки (на пр. билки, желатин, сол).

Иако остатокот од Регулативата е задолжителен за сите компании од прехранбената индустрија од 13 декември 2014 година, делот за декларацијата на нутритивниот состав не е задолжителен до 13 декември 2016 година. Сепак, доколку доброволно се поставува нутритивен состав, тој треба да ги почитува правилата пропишани во Регулативата 1169/2011.

3.3. Продавање од далечина

Регулативата не е ограничена на физичката продажба на производот. Истите задолжителни информации е потребно да се објават од производителите (провајдерите) на информациите доколку производот се продава од далечина, со исклучок на датумот најдобро до, batch/lot бројот, датумот на замрзнување, итн. Овие начини на продажба може да бидат под влијание на други регулативи кои се однесуваат на продавањето преку телефон, интернет или каталог. Единствената храна која не е вклучена во оваа регулатива е храната во машините за продажба.

Датумот на минимална достапност на производот или датумот употребливо до, може да се прикажува доброволно при продавањето од далечина. Наместо, точниот датум на употреба, најчесто се наведува периодот во кој што се гарантира употребливоста на производот (на пр. три месеци).



Слика 3: Информациите за производот кои се внесени online мора да бидат идентични со податоците кои се прикажани на физичкиот производ

Задолжителните информации треба да бидат објавени на кохерентен национален јазик од земјата во која производот се продава. Ако веб страницата е дизајнирана да биде достапна на сите земји членки на EU, тогаш задолжителните информации треба да бидат објавени на јазиците од секоја од земјите.

Доколку информациите за храната се објавени во комерцијална смисла и производите се наменети за крајниот корисник, во тој случај зависи дали потрошувачот е дистрибутер или не. Доколку се работи за “бизнис со бизнис” комуникација, во тој случај не е потребно да се објавуваат задолжителните информации и доволни се информациите содржани во хартиените документи. Но, самото продавање online ја комплицира процедурата, бидејќи провајдерите може да ги нарачаат производите од online продавницата на ист начин како што тоа го прават купувачите, па поради тоа потребно е во сите online продавници да се прикажуваат сите задолжителни информации.

3.4. Период на транзиција

Имплементацијата на Регулативата пред 13 декември 2014 година е препорачлива со цел да бидат внесени сите задолжителни полиња пред овој краен датум. Секако, до тој датум производите кои се извезуваат во Европската унија треба да ги почитуваат и старите регулативи за етикетирање, кои се во согласност и со новата Регулатива.

Се препорачува компаниите да ја подготват имплементацијата на Регулативата што е можно поскоро и во согласност со државните органи и другите организации (GS1 Македонија). Важно е да се има во предвид преостанатото време за промена на етикетите на пакувањето, бидејќи секое пакување кое не ги почитува правилата пропишани во Регулативата EU 1169/2011 нема да може да се продава по 13 декември 2014 година.

4. Одговорност за производот

Со новата регулатива целта е да се постигне најголемата можна транспарентност. Но, кој е одговорен да потврди дека информациите поврзани со содржината, нутритивниот состав, алергените се точни, комплетни, навремено ажурирани и во согласност со законот? Кој ќе е одговорен доколку потрошувачот има потреба од медицинска помош, доколку не се точно внесени алергените?

Според Регулативата, секој кој што ги објавува или менува информациите за производот, без разлика дали свесно или несвесно е одговорен. Секоја информација побарана од Регулативата мора да биде објавена за производот.

Наведувањето на напомени од типот “Потрошувачот треба да ги провери сите информации на пакувањето” при продажбата од далечина не се прифатливи, бидејќи потрошувачите не може да ја проверат декларацијата пред да се изврши купувањето. При тоа, останува на трговецот активно да реагира на проблемот, кој што му го укажал потрошувачот или организација за заштита на потрошувачите со цел да ги отстрани сите некомплетни и неточни информации и да се изврши враќање на парите.

Во случаи кога дефектот на производот е предизвикан од страна на производителот, тогаш online трговецот кој што објавил неточни информации правно може да добие надомест за направената штета од производителот (повлекување на производ, враќање на производот, жалби, административни трошоци).

Во случаи кога информацијата не е точна и online трговецот бил свесен за ваквите грешки, тогаш тој во согласност со Регулативата, е одговорен за информацијата и може да биде казнет поради неточните информации.

5. Квалитет на податоците

Основата за почитување на облигационите правила пропишани со EU Регулативата 1169/2011 е високиот квалитет на матичните податоци. Квалитетот на податоците е одреден со потполност (сите потребни вредности се снимени електронски), точност (сите вредности се точни), валидност (сите вредности се навремено променети во соодветниот временски период), почитувањето на стандардите (се почитуваат GS1 стандардите) и конзистентност (сите податоци се променети низ целата мрежа на системи).

Секоја компанија треба да дефинира начини и механизми, следејќи ги GS1 стандардите, за подобрување на квалитетот на податоците. Квалитетот на податоците може да се подобри преку промена на веќе постоечките системи во компаниите или преку користење на готови софтверски решенија преку кои ќе се овозможи подобрување на квалитетот на податоците (на пример GS1 Каталогот).



6. Менаџирање на матичните податоци

Со помош на GS1 стандардите, бизнисите може да разменуваат разновидни податоци со партнерите електронски во рамките на дистрибутивниот синџир – вклучувајќи ги и податоците кои се под влијание на Регулативата 1169/2011.

Денес, размената на матичните податоци сеуште претставува проблем за компаниите. Регулативата, која го опишува правилниот начин на размена на податоците низ неколку стадиуми на дистрибутивниот синџир, предизвикува дополнителни предизвици за прехранбените бизнис оператори, особено ако податоците не се наоѓаат во една централизирана внатрешна база, од која ќе може лесно да се извлечат.

Иако дел од набавувачите веќе ги имаат направено потребните промени, сепак ќе треба да се направат промени (обновување или прифаќање) на ИТ процеси за обработка, оптимизација и објава на матичните податоци.

Еден од начините како да се овозможи задоволување на овие комплексни барања и тоа да се направи максимално ефикасно е со користење на Глобалната мрежа за синхронизација на податоците (GDSN). Со цел да се користи оваа мрежа, производителите од прехранбената индустрија ги внесуваат податоците во сертификирани податочни базени на матични податоци, кои се поврзани со GDSN. Тие исто така се одговорни за валидноста на внесените податоци. Овие податоци потоа се користат во online продажбата на производите и се овозможува да им бидат достапни на потрошувачите во секој од стадиумите од продажбата (на пример, при продажба преку online продавница или продажба преку мобилна апликација). Потрошувачот може да ги прочита релевантните информации и да е сигурен дека податоците кои ги добил се комплетни, точни и ажурирани од доверлив извор.

7. Идентификација на варијантите на производот во продажбата од далечина

Регулативата за информации за храната не е ограничена единствено на физичкото пакување на производот, туку ги содржи и сите форми на продажба од далечина. Додека во продавницата, купувачот може да ја прочита физичката етикета од производот, која ги содржи сите задолжителни информации пред продажбата, во online продавницата тој единствено има пристап до дигиталните информации прикажани на производот.

Online купувачите очекуваат производот кој што го нарачале да биде 100% ист со оној кој што го добиле. Во спротивен случај, се нарушува довербата на компанијата и би можеле да следат постапки на враќање на производот.



GS1 Каталог



Ваш извор
на квалитетни
податоци

www.gs1katalog.mk



Храната која има различна или променета декларација, според Регулативата мора јасно да може да се идентификува при менаџирањето на податоците, со цел да се осигура дека информациите кои се разменуваат при продажбата од далечина се идентични со оние кои се наоѓаат на пакувањето на производот.

Секогаш кога има промена во декларацијата на производот, може да настане проблем при продажбата од далечина. Доколку настанала промена во рецептурата, ќе треба да се промени листата со состојките и табелата со нутритивниот состав.

Во вакви случаи, производителите и трговците најчесто не доделуваат нов GTIN и покрај промените во декларацијата на пакувањето. Според Регулативата, при вакви промени ќе мора да се додели нов GTIN.



Слика 4: Проблемот при идентификација на два малку различни производи при продажбата на далечина

Во одреден транзициски период, кога два или повеќе производи со различни декларации се дистрибуирани низ дистрибутивниот синџир, online трговецот не може да биде сигурен, единствено на основа на GTIN-от, за која варијација на производот е извршената нарачка.

Препорака на GS1 GO и GS1 Македонија е секој производ чија декларација се променила да добие нов GTIN, па дури и нов идентификатор (број на варијанта).

Веќе постоечките IT системи можат да процесираат фреквентни промени на GTIN-овите. Сепак одредени технички промени треба да бидат направени во процесите, особено поврзувањето на претходниот и идниот GTIN.

Нови GTIN-ови треба да се доделат и при промени во сите податоци за производот кои имаат здравствено значење (состојките и алергенсите), со цел јасно да се идентификуваат производите при продажбата од далечина при нивното нарачување.

Компаниите од прехранбената индустрија е потребно да обратат посебно внимание на оние информации кои што имаат значајно политичко влијание (земја на потекло или информации за заштита од фалсификат), социјално, економско и етничко



Слика 5: Двата алтернативни начини за означување на малку различни производи

Доколку компанијата одлучи да не издаде нов GTIN, бидејќи смета дека промените направени на производот се минимални, тогаш треба да се превземат други ефективни мерки (промена на моменталните матични податоци, рачна проверка), со цел да се осигура дека ќе се достави вистинскиот производ. Во спротивно, тие го прифаќаат ризикот дека нарачаните и доставените производи нема да имаат исти декларации во транзицискиот период. Промените кои се опишуваат во декларацијата на производот не се однесуваат на започнувањето на производство на нов производ.

Нови маркетинг услуги на GS1 Македонија

Со огромно задоволство Ве информираме за новите услуги кои им ги овозможуваме на сите читатели на е-ИНФО на GS1 Македонија. Како резултат на искажаниот интерес на нашите читатели, GS1 Македонија воведува две нови услуги во рамките на нашето електронско месечно списание е-ИНФО и тоа:

- Рекламирање во рамките на електронското списание е-ИНФО и
- Поддржувач на GS1 Македонија

Рекламирање во рамките на електронското списание е-ИНФО



Пример на реклама во рамките на е-ИНФО

Сите компании добиваат можност за рекламирање на своите услуги во електронското списание е-ИНФО на GS1 Македонија кое секој месец се доставува до повеќе од 3000 маил адреси на деловни субјекти од сите производни и непроизводни сектори во Република Македонија. Рекламирањето може да биде во вид на реклама (слика со текст) со максимална големина A4 или комерцијален текст од една странца, A4 формат. Рекламата или комерцијалниот текст во целост е изработен од Ваша страна според претходно максимално дефинираните големини и истиот го доставувате во било кој формат за објава до GS1 Македонија.

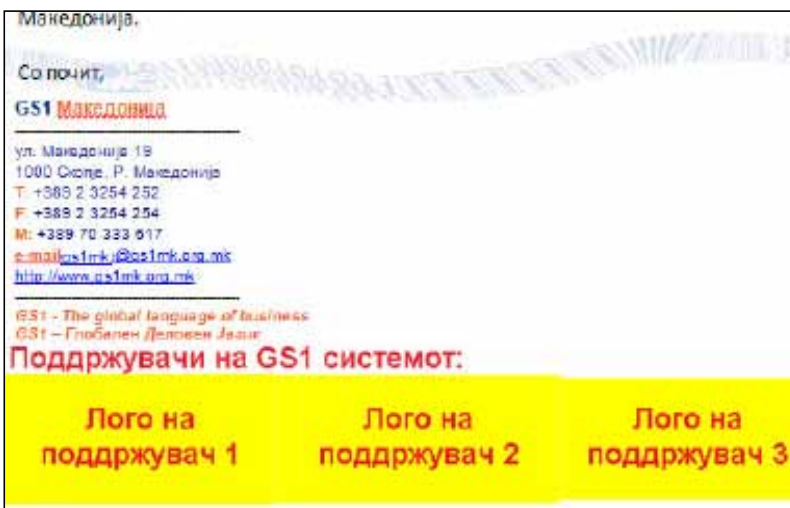
Ценовник за рекламирање во е-ИНФО:

- 1 објава - 1.000 ден + 18%ДДВ
- 3 објави - 2.700 ден + 18%ДДВ
- 12 објави - 10.000 ден + 18%ДДВ

Поддржувач на GS1 Македонија во времетраење од 12 месеци

Оваа услуга е достапна за сите деловни субјекти читатели на GS1 Македонија во времетраење од 12 месеци од денот на стекнување на статус на поддржувач на на GS1 Македонија. Деловниот субјект корисник на оваа услуга добива:

- Рекламирања во рамките на електронското списание е-ИНФО,
- Комерцијални newsletters до над 3000 нашите членки и читатели на е-ИНФО,
- Банер на веб страната на GS1 Македонија во делот на поддржувачи на GS1 системот,
- Бесплатна консултација во просториите на GS1 Македонија,
- Лого (банер) на деловниот субјект во рамките на електронскиот потпис на службениот маил на GS1 Македонија (gs1mk@gs1mk.org.mk) кој што се користи во секојдневната комуникација на GS1 Македонија со своите членки.



Лого на деловен субјект во електронскиот потпис на GS1 Македонија

Контактирајте не и дознајте повеќе!