

VODEĆE KOMPANIJE IZ SEKTORA MALOPRODAJE I PROIZVODNJE ROBE ŠIROKE POTROŠNJE PODRŽAVAJU PRELAZ NA QR KODOVE IZ OPSEGA GS1 STANDARDA

- 50 godina nakon što je prvi put skeniran bar kod, 22 lidera nekih od najvećih svetskih kompanija potpisali su globalnu zajedničku izjavu kojom pozivaju na prelaz na QR kodove sa GS1 standardima čime će se postići revolucija u iskustvu potrošača.
- Potpisnici uključuju lidere u industriji kao što su Alibaba, Carrefour, IGA, JD.com, J.M. Smucker, Mondelēz, Lidl, L'Oréal, Nestlé, P&G i Savencia.
- Ova inicijativa ima za cilj da QR kodove iz okvira GS1 standarda široko prihvate trgovci i proizvođači širom sveta do kraja 2027. godine.



Na 50-togodišnjicu prvog skeniranja bar koda, 22 sektorska lidera, uključujući kompanije kao što su Alibaba, Carrefour i Procter & Gamble, uputili su poziv za globalno prihvatanje QR kodova iz opsega GS1 standarda. Uz pomoć GS1, vodeće organizacije za standardizaciju koja stoji iza bar koda, ovi QR kodovi mogu da pruže pristup obilju informacija o proizvodu kojima se lako može pristupiti putem pametnih telefona za koje se očekuje da će u potpunosti uvesti revoluciju u iskustvo korisnika.

Od prvog skeniranja 1974. godine, saradnja između trgovaca i proizvođača kroz primenu GS1 standarda dovela je do širokog prihvatanja izvornog bar koda. Danas je ova tehnologija pouzdana univerzalna metoda za identifikaciju proizvoda kojom se dnevno više od 10 milijardi puta skeniraju bar kodovi sa više od milijardu artikala, čime se povećava efikasnost lanca snabdevanja širom sveta. Danas se globalni sektorski lideri ponovo ujedinjuju radi prelaza na QR kodove u okviru GS1 standarda.

"Prvo skeniranje bar koda zauvek je promenilo način na koji kupujemo i prodajemo proizvode," izjavio je **Renaud de Barbuat, predsednik i izvršni direktor GS1**. "Pedeset godina kasnije, sektorski lideri su se okupili pozivajući na prelaz na QR kodove GS1 sistema. Ovaj zajednički napor je učinjen da bi se transformisao način na koji kupujemo, jedemo i živimo. Verujemo da ovo označava početak druge bar kod revolucije – stvaranje bolje sledljivosti proizvoda i transformisanje potrošačkog iskustva čime se otvara nova era maloprodaje."

Revolucija potrošačkog iskustva

Za razliku od tradicionalnih bar kodova, GS1 QR kodovi mogu potrošače da povežu sa velikim brojem informacija o proizvodu koje uključuju uputstva za upotrebu i reciklažu, informacije o bezbednosti, nutritivne informacije i različite sertifikate.

Sa informacijama koje su lako dostupne putem pametnih telefona, ovo otvara niz novih mogućnosti za potrošače, proizvođače i maloprodaju jer se omogućuje pristup svim informacijama potrebnim potrošačima, unapređuje sledljivost i povećava efikasnost lanca snabdevanja s jedne strane, dok sa druge strane ostaje funkcija skeniranja na kasama.

- **Pametniji izbori:** s obzirom da informacije više neće biti ograničene prostorom na pakovanjima, GS1 QR kodovi će unaprediti potrošačka iskustva tako što će dozvoliti robnim markama deljenje dodatnih informacija uključujući video uputstva, savete, recepte i druge informacije bitne za kupovinu.
- **Održivost:** uz sve veće zahteve potrošača da razumeju uticaje proizvoda na okruženje, GS1 QR kodovi mogu da povežu potrošače sa informacijama kao što su: odakle je proizvod nabavljen, njegove komponente, ugljenični otisak i uputstva za reciklažu ili ponovno korišćenje ambalaže.
- **Bezbednija hrana:** osim nutritivnim i zdravstvenim informacijama, GS1 QR kodovi mogu da olakšaju pristup regulatornim informacijama, detaljnim savetima o alergijama, datumima "Najbolje do" ili "Prodati do" čime će se omogućiti da hrana kojoj je istekao rok bude odbijena na kasama ili kojoj se bliži rok isteka da bude prodana po nižim cenama. To vodi smanjenju bacanja hrane.

Kompanije će morati da procene svoju internu tehnologiju i procese kako bi maksimalno iskoristile QR kodove u okviru GS1 standarda. Dodavanje detaljnijih informacija o proizvodu u QR kodove može da se izvrši postupno, čime se omogućava da kompanije planiraju promene u skladu sa sopstvenim tempom.

"Potrošači zahtevaju više informacija o proizvodima koje kupuju, regulatori zahtevaju otkrivanje više informacija i postoji stalna potreba za efikasnijim praćenjem proizvoda kroz lanac snabdevanja", izjavio je **Jon R. Moeller, predsednik uprave, predsednik i CEO kompanije Procter & Gamble**. "Ovo može da se reši 2D bar kodom u okviru GS1

standarda – jednim bar kodom koji ima moć da pruži sve informacije koje su potrebne ili ih žele potrošači, da unapredi sledljivost u okviru lanca snabdevanja kao i skeniranje na kasama.”

QR kodovi u okviru GS1 standarda trebalo bi da se široko prihvate do kraja 2027. godine

Ova industrijska inicijativa je revolucionarni, zajednički napor za unapređenje globalnih standarda za efikasnost, bezbednost i održivost u sektorima maloprodaje i robe široke potrošnje. Kompanije koje su udružile snage sa GS1 predstavljaju skup vodećih vlasnika robnih marki, proizvođača i trgovaca čija je ukupna tržišna vrednost veća od 1.5 trilion USD. Ove kompanije posluju u više od 160 zemalja i dopiru do milijardi potrošača širom sveta. Time upiru put za uspeh projekta.

Cilj ove saradnje je da se do kraja 2027. godine QR kodovi u okviru GS1 standarda široko prihvate. Kako bi se ovo postiglo potreban je koordinisani napor između proizvođača i maloprodaje: Proizvođači treba da počnu sa primenom QR kodova u okviru GS1 standarda na pakovanjima proizvoda, dok trgovci treba da obezbede da njihovi skeneri na maloprodajnim naplatnim mestima (POS) budu prilagođeni da čitaju nove bar kodove.

“Očekujemo da će se u svetu prelaz na QR kodove u okviru GS1 standarda odvijati postepeno ali jedno je sigurno: Oni koji najbrže prođu kroz ovu transformaciju biće u najboljem položaju za otključavanje vrednih novih mogućnosti i pružanje većih pogodnosti svojim kupcima, klijentima i potrošačima,” rekao je **Mark Batenic, predsednik udruženja Independent Grocers Alliance (IGA) i predsednik Upravnog odbora GS1.**

Promena je već započela sa novom tehnologijom koja se testira u 48 zemalja širom sveta, što predstavlja 88% svetskog BDP-a.

Kompletna lista kompanija koje su potpisale globalnu zajedničku izjavu je sledeća: Alibaba (Taobao & Tmall Group), AS Watson, Barilla Group, Carrefour, 7-Eleven (CP ALL Thailand), Dr. Oetker, IGA, JD.com Group (Jingdong), Lidl International, L’Oréal, Master Kong (Tingyi Holding Corp.), Mengniu Group, Metro, Migros Ticaret A.S., Mondelēz International, Nestlé, The Procter & Gamble Company, Savencia Fromage & Dairy, The J.M. Smucker Co., Tsingtao Beer Group, WH Group (Henan Shuanghui Development Co.) i Yili Group.



Globalnu zajedničku izjavu možete pročitati [ovde](#).

Postoji nekoliko vrsta 2D kodova sledeće generacije. QR kod iz okvira GS1 standarda se najviše koristi u maloprodaji, dok se GS1 DataMatrix najčešće koristi u zdravstvu. Za više informacija o GS1 QR kodovima pogledati [OVDE](#).

O GS1

GS1 je neutralna, neprofitna organizacija koja obezbeđuje globalne standarde za efikasnu poslovnu komunikaciju. Najpoznatija je po bar kodu koji je BBC 2016. godine nazvao jednom od "50 stvari koje čine svetsku ekonomiju". GS1 standardi unapređuju efikasnost, bezbednost i vizibilnost lanaca snabdevanja preko fizičkih i digitalnih kanala u 25 sektora. GS1 omogućuje organizacijama svih vrsta i veličina da jedinstveno identifikuju, obuhvate i razmenjuju informacije. GS1 obuhvata nacionalne GS1 organizacije članice u 118 zemalja, više od 2 miliona korisničkih kompanija i 10 milijardi transakcija svakog dana. Ovim obezbeđuje da GS1 standardi čine jedinstveni zajednički jezik koji podupire sisteme i procese širom sveta. Videti više na www.gs1.org.

Izvor: Leading companies in retail and consumer goods industries support the transition to QR codes with GS1 standards, GS1, <https://www.gs1.org>