

Jeden kód, nekonečně možností



Jeden kód, nekonečně možností

Přinášíme přehled aktuální legislativy Evropské unie v oblasti udržitelnosti a digitalizace, která ovlivňuje způsob komunikace produktových dat vůči spotřebiteli. Zdůrazňuje klíčová nařízení a vysvětluje, jak tato opatření podporují udržitelnou spotřebu, zlepšují transparentnost a přispívají k přechodu na cirkulární ekonomiku.

Zároveň popisuje přínosy využití značení pomocí 2D kódů s podporou standardů GS1 pro sdílení informací o produktech. Vysvětluje výhody značení pouze **jedním (optimálně 2D) kódem** na obalu pro splnění všech požadavků na data: od informací pro spotřebitele přes požadavky na bezpečnost, plnění podmínek nejrůznějších regulací až po maximální efektivitu procesů v místě prodeje.



Nařízení EU a produktové informace pro spotřebitele

Evropská unie zavedla řadu legislativních opatření na podporu udržitelnosti a digitalizace. Tato opatření významně ovlivňují množství informací, které je třeba sdílet se spotřebiteli.

Mezi klíčové předpisy patří:

- **Nařízení o ekodesignu udržitelných výrobků (ESPR),**
- **Směrnice o posílení postavení spotřebitelů pro ekologickou transformaci,**
- **Nařízení o obalech a odpadech z obalů (PPWR).**

Cílem těchto opatření je zajistit, aby byly produkty energeticky účinné, odolné, opravitelné a recyklovatelné, a zároveň poskytovat spotřebitelům srozumitelné a úplné informace, které jim pomohou nakupovat udržitelně a podpoří přechod na cirkulární ekonomiku.

- **Nařízení o ekodesignu** se snaží o lepší udržitelnost výrobků nastavením požadavků na jejich výrobu. Zavádí rovněž **digitální pas výrobku (DPP)**, který by měl poskytnout detailní údaje o výrobním procesu a doložit tak jeho udržitelnost.
- **Směrnice o posílení postavení spotřebitelů** ukládá povinnost poskytovat jasné a přesné informace o dopadech výroby na životní prostředí, posiluje práva spotřebitelů a propaguje principy cirkulární ekonomiky důrazem na trvanlivost a opravitelnost produktů.
- **Nařízení o obalech a odpadech z obalů** se zaměřuje na podporu prevence, opětovné použití, recyklaci a využití obalových odpadů. Revidované nařízení cílí na rok 2030, kdy by měly být všechny obaly opakovaně použitelné nebo recyklovatelné. Zároveň klade důraz na postupné snižování nadměrného množství obalů a zvyšování využívání recyklovaného obsahu. Již do konce roku 2024 měly členské státy zavést **systémy rozšířené odpovědnosti výrobců** pro všechny obaly.

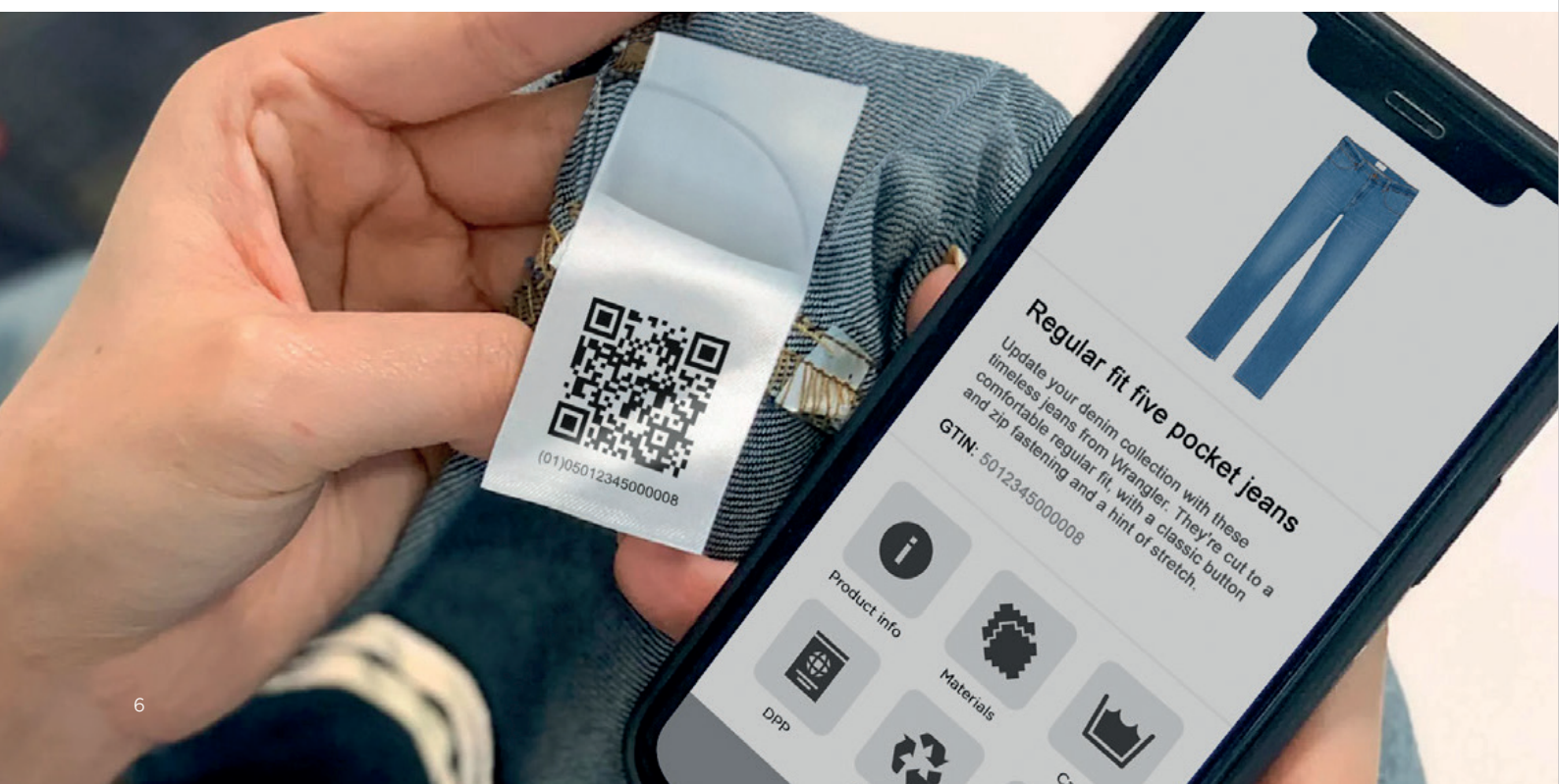


Informace o produktu a digitální značení

Evropská legislativa definuje nové povinnosti ohledně dat, která musí společnosti sdílet se spotřebiteli. Firmy jsou nově povinné sdílet se spotřebiteli podrobné informace o udržitelnosti, a to jak na etiketách, tak prostřednictvím digitálních platform. Týká se to například informací o energetické účinnosti, složení materiálu, recyklovatelnosti nebo výskytu nebezpečných látek. Cílem této snahy je zajistit transparentnost a umožnit spotřebitelům nakupovat s větší dávkou jistoty s ohledem na životní prostředí.

Z pohledu komunikace produktových dat je připravované zavedení **digitálního pasu výrobku** zásadní novinkou. Bude pro spotřebitele užitečným nástrojem, jak si vybrat udržitelné produkty, které jsou v souladu s jejich hodnotami.

Do budoucna lze očekávat i další evropská nařízení, která budou vyžadovat sdílení informací se spotřebiteli a tím posílí potřebu digitálního značení. 2D kódy s podporou standardů GS1 budou hrát klíčovou roli v zajištění snadné dostupnosti komplexních produktových informací, celkové přehlednosti a zajištění informovaného rozhodování spotřebitelů. Tento přístup je plně v souladu s obecným záměrem EU posílit ochranu spotřebitele, prosazovat udržitelnost a směřovat k přechodu na cirkulární ekonomiku.



Výhody 2D kódů a digitálního značení pro sdílení produktových informací

Obecně platí, že všichni – spotřebitelé, regulační autority, výrobci i obchodníci – chtějí vědět více o tom, co kupují, prodávají nebo používají. Prostor na obalu ale není bez omezení, resp. vždycky bude nutno limitovat množství informací, které budou uvedeny přímo na fyzické etiketě nebo na obalu.

Zástupci průmyslu se shodli na tom, že **2D kódy s podporou standardů GS1** mohou tento problém vyřešit. Umožňují **propojit konkrétní produkt s různými on-line zdroji informací v reálném čase**, což dalece přesahuje dnešní možnosti běžného čárového kódu.

Hlavními výhodami jsou:



Uživatelský komfort

2D kódy (zejména QR kód) lze snadno a rychle načíst chytrým telefonem a ihned získat údaje o složení, způsobu použití, udržitelnosti a mnoho dalších informací.



Úspora místa

2D kódy umožňují sdílet více informací, aniž by hrozilo zahlcení fyzického obalu. To je vhodné zejména pro produkty se zvýšenými požadavky na značení.



Nízká nákladovost

Zavedení 2D kódů může být za určitých okolností levnější než tisk extrémně rozsáhlých textů na obaly, zejména pokud se zredukuje potřeba dalších tištěných materiálů. Výsledné řešení je zároveň šetrnější k životnímu prostředí.



Dynamická aktualizace

Informace dostupné prostřednictvím 2D kódů lze upravovat v reálném čase. To znamená, že při jakémkoliv změně produktových informací, jako je například získání nové certifikace udržitelnosti nebo změna návodu k použití, je možné změnu komunikovat okamžitě bez nutnosti změny obalu.



Větší zapojení spotřebitelů

2D kódy mohou odkazovat na interaktivní obsah, videa, návody nebo rozšířenou realitu a posílit tak vztah spotřebitele ke značce.

2D kódy s podporou standardů GS1 mají potenciál ovlivnit budoucnost řady průmyslových odvětví. Mohou pomoci změnit nákupní chování spotřebitelů, pozitivně ovlivnit ESG reporting na firemní i produktové úrovni a celkově zlepšit dosledovatelnost a přehlednost v rámci dodavatelských řetězců.

Jeden kód, nekonečně možností



Ambice GS1 do roku 2027: akceptace 2D kódů na pokladně

GS1 Ambition 2027 je celosvětová iniciativa, jejímž cílem je do konce roku 2027 **zajistit, že obchodníci budou na pokladnách připraveni na snímání 2D kódů.**

Hlavním důvodem a motivací pro tuto změnu je rostoucí potřeba transparentnosti a udržitelnosti výrobního procesu, sledovatelnosti v celém dodavatelském řetězci a v neposlední řadě také tlak na bezpečnost a ověřený původ produktů.

2D kódy by měly být **postupně integrovány do obchodní praxe** všude tam, kde to bude dávat smysl s ohledem na výše uvedené důvody. Oproti klasickým čárovým kódům mohou pojmout více dat. Například při využití QR kódu s podporou GS1 digitálního linku poskytnout prostým načtením pomocí chytrého telefonu údaje o výživových hodnotách, alergenech, udržitelnosti a mnoho dalších užitečných informací.

2D kódy mohou mít pozitivní vliv na efektivnější řízení zásob, lepší připravenost na zvládání stahování problémových výrobků z trhu a celkově posilují důvěru spotřebitele ve značku.

Obchodníci již přizpůsobují své pokladní systémy tak, aby uměly číst jak klasické, lineární, tak 2D kódy a umožnily **jediným načtením** splnit požadavky dodavatelského řetězce, spotřebitelů i kontrolních orgánů.

„Jeden kód vyhovuje všem“

Mít na obalu pouze **jeden 2D kód** je klíčové jak pro spotřebitele, tak i pro efektivní fungování dodavatelského řetězce.

Více kódů na obalu výrobku může přinést řadu obtíží:



Nejasné pro spotřebitele

Na první pohled není zřejmé, který 2D kód nese informace pro spotřebitele, což může negativně ovlivnit zákaznickou zkušenost.



Nepřehledný obal

Více 2D kódů na obalu narušuje vizuální dojem a může zákazníka odradit od nákupu.



Vyšší náklady

Každý 2D kód může vyžadovat napojení na jiný zdroj informací, což zvyšuje procesní složitost i náklady na balení a značení výrobku. To může působit obtíže zejména menším firmám.



Dodržování předpisů

Zajištění souladu jednotlivých 2D kódů s příslušnými předpisy může být složité a náročné na správu. Společnosti jsou přímo odpovědné za plnění všech legislativních požadavků.



Nejasnosti při skenování v místě prodeje

Více 2D kódů může zkomplikovat i samotný průchod zboží přes pokladnu. Jeden kód na produktu je jednoznačně nejpraktičtější varianta značení pro obchodníky i spotřebitele.

Shrnutí

Obecně platí, že 2D kódy nabízejí řadu výhod pro sdílení informací o produktech.

Pro dosažení maximální efektivity této technologie bude potřeba jednotný přístup napříč trhem, průmyslem i relevantní legislativou. Pouze prosazení **jediného 2D kódu s podporou standardů GS1** na obalu výrobku, který poskytne přístup ke všem relevantním informacím, zaručí do budoucna potřebnou efektivitu a uživatelský komfort pro všechny.

Takový přístup zlepší zákaznickou zkušenost, zjednoduší značení obalů i dodržování právních předpisů, aniž by byl ohrožen hladký průchod zboží přes pokladny.

Přijetím této správné praxe mohou společnosti lépe reagovat na požadavky evropské legislativy, podporovat cíle udržitelnosti a digitalizace a tím přispívat k celkové efektivitě a přehlednosti společného trhu.



O GS1 in Europe

GS1 in Europe je nezisková organizace, která sdružuje 49 národních organizací GS1 a zastupuje více než půl milionu uživatelů v Evropě i mimo ni. Jako součást globální standardizační organizace GS1 podporuje tvorbu a implementaci mezinárodně uznávaných standardů, které umožňují jednoznačnou identifikaci produktů, služeb, obchodních partnerů, jejich organizačních i funkčních složek i majetku. Posláním GS1 in Europe je prostřednictvím standardů podporovat efektivitu, transparentnost a inovace napříč průmyslovými odvětvími. Společně podporovat spolupráci mezi obchodními partnery v Evropě i mimo ni.

Potřebujete pomoci?

Národní organizace sdružené v GS1 in Europe jsou připraveny poskytnout podporu při zavádění standardů GS1.

GS1 Czech Republic

Na Pankráci 30

140 00 Praha 4

T: +420 227 031 261

E: info@gs1cz.org

www.gs1cz.org