



# Livret de codification GS1

Règles de changement de code GTIN



# sommaire

<b>I</b>	<b>LES FONDAMENTAUX DE LA CODIFICATION</b>	
	1. Les règles de base du changement de code	2
	2. Rappel sur les caractéristiques des unités commerciales	2
	3. Les différents types d'unités commerciales	3
<b>II</b>	<b>LES CRITÈRES D'ÉVALUATION DU CHANGEMENT OU DU MAINTIEN DU CODE GTIN</b>	
	1. Quand doit-on changer de code ?	5
	2. L'évolution de l'unité-consommateur	7
<b>III</b>	<b>NOUVELLE UNITÉ COMMERCIALE</b>	
	Tableau de synthèse	9
	1. Coexiste	10
	2. Annule et Remplace	39
	3. Autres cas	59

# I - Les fondamentaux de la codification

## 1. Les règles de base du changement de code

### ► à savoir

- La règle générale est qu'il faut attribuer un GTIN distinct à chaque unité commerciale différente.
- La personne, dans l'entreprise, chargée d'attribuer les codes GTIN doit s'assurer qu'à chaque unité commerciale correspond un GTIN et un seul.
- Une fois attribué, le GTIN d'une unité commerciale ne doit pas changer tant que les caractéristiques de l'unité ne changent pas.

Ces règles impliquent que chaque variante d'un produit doit se voir attribuer un GTIN différent chaque fois qu'elle est, d'une façon ou d'une autre, apparente et significative pour l'un des partenaires de la chaîne d'approvisionnement, l'utilisateur final ou le consommateur.

Le caractère apparent et significatif d'une variante peut s'apprécier de façon différente d'une industrie à l'autre.

Néanmoins, certaines règles doivent toujours être respectées : elles sont décrites dans la partie III de ce livret.

En règle générale, il faut également retenir que l'on évitera de créer de nouveaux codes GTIN lorsqu'ils ne sont pas nécessaires, car leur multiplication engendre des coûts inutiles.

## 2. Rappel sur les caractéristiques des unités commerciales

Les caractéristiques de base d'une unité commerciale sont les suivantes :

- Le type du produit et sa variété
- La marque
- Les dimensions du conditionnement et sa nature
- La quantité de produit
- S'il s'agit d'un regroupement, le nombre d'unités distinctes qu'il contient, leur répartition en sous-conditionnements et la nature du regroupement (carton, palette, caisse-palette, palette plate...).

Cette liste n'est pas exhaustive.

### 3. Les différents types d'unités commerciales

#### ● L'unité commerciale (Trade Item)

« Une unité commerciale (trade item) désigne tout produit ou service pour lequel il est nécessaire de retrouver des informations prédéfinies et qui peut être commandé, livré ou facturé en n'importe quel point de la chaîne d'approvisionnement, quelle qu'elle soit. » (extrait des « GS1 General Specifications »)

#### ● L'unité-consommateur (Retail Consumer Trade Item)

L'unité commerciale présentée au consommateur final dans un magasin de vente au détail est l'unité-consommateur (ou UC).

#### ● L'unité logistique standard\* (Standard Trade Item Grouping)

Les regroupements standard d'unités commerciales, regroupements qui ne sont généralement\*\* pas destinés à être vendus dans des magasins de détail, sont des unités logistiques (ou UL).

#### ● Sous emballage non codifié (Non-GTIN Pack)

Il s'agit d'un regroupement d'unités commerciales pour lequel il n'y a pas de besoin d'identification par un GTIN. Si une identification est nécessaire, il s'agit alors d'une unité-consommateur ou d'une unité logistique.

#### ● Unité d'expédition (Logistic Unit)

N'importe quelle unité, quelle que soit sa composition, qui est constituée pour le transport et/ou le stockage et qui doit être gérée tout au long de la chaîne d'approvisionnement est une unité d'expédition. Elle est identifiée par un SSCC.

\* Elles sont standards en ce qu'elles sont inscrites au catalogue du fournisseur.

\*\* Dans certains cas, des unités-consommateurs peuvent aussi être des unités logistiques. Par exemple : le carton de 6 bouteilles de vin vendu en magasin peut être à la fois unité-consommateur et unité logistique.

## ● Assortiment dynamique (Dynamic Assortment)

Une unité logistique standard qui contient un nombre fixe d'unités commerciales (dans un assortiment changeant, de deux ou plusieurs unités-consommateurs, identifiées chacune par un GTIN) est un assortiment dynamique. Toutes les unités-consommateurs de l'assortiment possibles et leurs GTIN sont communiqués au distributeur avant le début de la transaction commerciale.

Le distributeur accepte que le fournisseur puisse changer l'assortiment contenu sans notification préalable.

Par exemple : une unité logistique de 10 petites voitures contenant n'importe quel assortiment de plus de 10 modèles de petites voitures identifiés chacun par un GTIN différent et dont la description a été transmise au distributeur.

## ● Assortiment prédéfini

Une unité logistique standard qui contient un assortiment fixe (en nombre et en référence) de deux ou plusieurs unités-consommateurs, chacune identifiée par un GTIN, est un assortiment prédéfini.

Un quelconque changement dans l'assortiment est considéré comme la création d'une nouvelle unité commerciale et nécessite l'attribution d'un nouveau GTIN pour l'assortiment ainsi créé.

# II - Les critères d'évaluation du changement ou du maintien du code GTIN

## 1. Quand doit-on changer de code ?

- Lorsque la modification porte sur l'unité-consommateur

### Impact sur le GTIN de l'unité-consommateur

En règle générale une modification importante d'un des éléments de base caractérisant l'unité-consommateur équivaut à la création d'une nouvelle unité-consommateur et, par conséquent, implique l'attribution d'un nouveau GTIN. Cependant, dans certaines industries comme l'industrie pharmaceutique, une modification, même mineure, de la composition nécessite l'attribution d'un autre GTIN.

### ► à savoir

**En cas de doute sur la nécessité de changer ou non le code, il faut se poser les questions suivantes :**

- **La nouvelle version du produit est-elle destinée à annuler et remplacer l'ancienne ?**

- **L'incidence sur les ventes d'une légère modification du produit mérite-t-elle d'être suivie ?**
- **Comment prendre en compte les modifications temporaires dues à une opération promotionnelle ?**
- **Le poids brut ou les dimensions du conditionnement sont-ils modifiés ?**

Les réponses à ces questions sont détaillées dans le tableau page 9. Ce tableau donne des directives visant à préciser les changements de codes. Les réponses données permettent de déterminer si l'évolution du produit implique ou non un changement de code, tant au niveau de l'unité-consommateur que de l'unité logistique.

### Impact sur le GTIN de l'unité logistique

Ce paragraphe ne traite que des impacts sur l'unité logistique des modifications de l'unité-consommateur.

## ► à savoir

**Lorsque la modification ne porte que sur l'unité-consommateur, deux UL doivent avoir des codes différents lorsqu'elles contiennent des unités consommateurs présentant elles-mêmes des différences qui ont entraîné un changement de leurs codes GTIN .**

Dans les autres cas (UL contenant des promotions ou des produits modifiés n'ayant pas entraîné de changement de leurs GTIN ), il n'y a généralement pas de changement du GTIN de l'UL.

Néanmoins, il peut être souhaitable dans certains cas de lui attribuer un code séparé :

- Si le produit doit être bien distinct pour des questions d'efficacité des circuits de commande, de manutention et de suivi, il faut lui attribuer un code séparé.

Exemples : promotions limitées à certains secteurs géographiques ou spécifiques à une date, conditionnement libellé en différentes langues.

- Si l'identification des variantes mineures du produit n'est utile qu'au fabricant, les variantes seront différenciées par l'attribution d'une variante produit (AI 20)\*

Exemples : modifications mineures dans le dessin du conditionnement du produit qui n'entraînent pas de changement du GTIN du produit mais que le fabricant souhaite pouvoir distinguer dans son stock

pour une question de prix de revient différents.

*Pour tous les cas limites, il est préférable de consulter GS1 France, étant entendu que la décision finale appartient au créateur du GTIN.*

### **Lorsque la modification porte sur l'unité logistique**

Deux unités logistiques différentes doivent avoir des codes différents dès lors que l'un des éléments caractérisant l'UL varie d'une unité à l'autre.

Ces différences peuvent provenir notamment :

- de la nature de la ou des unités-consommateurs contenues;
- de la quantité de ces UC;
- de leur répartition en unités de rang inférieur (exemple : palette conditionnée en 40 cartons de 24 au lieu de 80 cartons de 12)
- de certaines modifications de l'unité-consommateur elle-même (voir paragraphe précédent).

\* AI : identifiant de données dans le symbole GS1-128

## 2 . L'évolution de l'unité-consommateur

### ● L'évolution conjoncturelle (promotion)

Une promotion est une opération temporaire effectuée sur l'unité-consommateur. Elle est décidée par le fournisseur au bénéfice du consommateur. Elle modifie, de façon visible, la présentation du produit. Généralement, elle coexiste avec le produit standard.

On attribue un nouveau GTIN à une promotion si elle consiste en :

- l'augmentation de la quantité contenue, sans modification de prix (promotion « girafe ») ;
- une variante promotionnelle qui modifie de plus de 20 % le poids brut ou les dimensions de l'unité commerciale;
- une réduction de prix explicitement indiquée sur l'emballage (emballage promotionnel), sauf disposition contraire de la législation sur le marquage des prix ou pratiques commerciales locales particulières ;
- une « offre spéciale » ou « prix choc » (le montant de la réduction n'étant pas imprimé sur le produit) ;
- une promotion saisonnière.

Exemple : confiseries spécialement sur-emballées pour Pâques.

Les autres promotions ne doivent pas recevoir de GTIN différents.

Exemples : produit avec coupon de réduction immédiat ou différé, cadeau gratuit à l'intérieur du conditionnement, jeu-concours...

A noter que l'opération « Bon de réduction valable immédiatement » se distingue de la promotion « Baisse de prix » évoquée au paragraphe précédent, en ce que la réduction n'est acquise que contre remise d'un coupon à la caisse.

### ● L'évolution durable (modification de l'UC hors promotion)

Un changement d'UC se définit comme une modification ou une amélioration apportée au cours de la vie d'un produit sur décision de son créateur. Selon les cas, la création d'une variante d'une UC entraîne ou non l'attribution d'un nouveau GTIN.

Dans les exemples qui suivent, on suppose que la nouvelle UC remplace l'ancienne.

- Des modifications ou améliorations mineures d'une UC ne nécessitent pas de changer le code. Exemples : modification du graphisme de l'étiquette, modification mineure de la description du produit sans changement du contenu, modification mineure des ingrédients.

- Si les modifications du produit peuvent être considérées comme majeures, un code GTIN différent doit être généralement attribué. Exemples : modification de la quantité ou des dimensions de l'article, de son nom, de sa marque ou de sa description, du type de conditionnement ou bien encore lorsque le consommateur peut penser qu'il s'agit d'un produit différent.

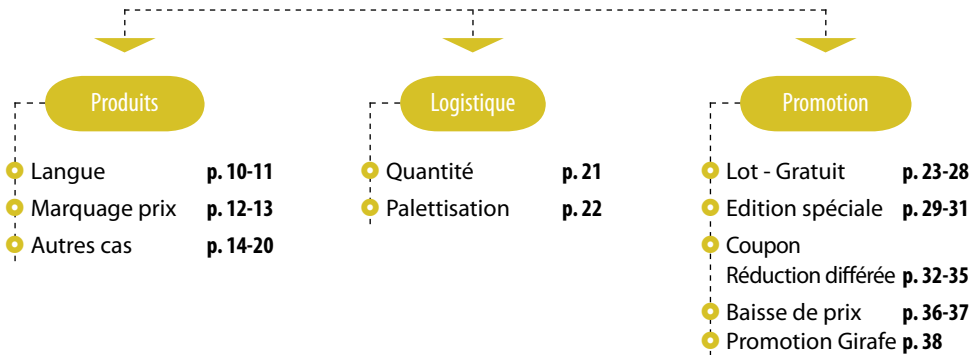
En principe, lorsque le nouveau conditionnement du produit comporte des indications rédigées dans des langues différentes de l'ancienne, le code doit être changé. Cependant, si le nouveau produit remplace l'ancien, il est possible de conserver le même GTIN.

Exemple : un produit marqué uniquement en français peut avoir le même GTIN qu'un produit marqué précédemment en français et en allemand. Toutefois le fabricant devra distinguer les unités logistiques contenant des conditionnements rédigés dans des langues différentes.

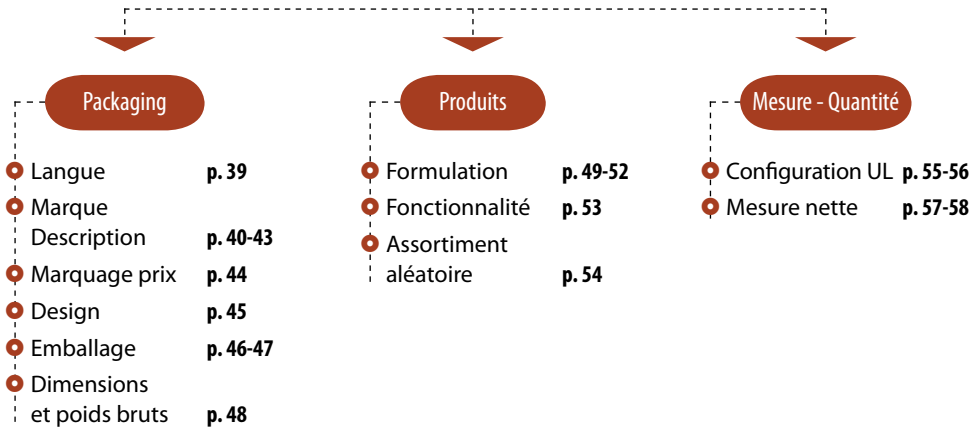
# III - Nouvelle unité commerciale

Si les évolutions portent sur plusieurs critères, il suffit qu'une règle impose l'attribution d'un nouveau code GTIN pour que celle-ci s'applique.

## Coexiste



## Annule & Remplace



## Autres cas p. 59

Coexiste ●

Produits

Langue ●

### Nouvelle langue sur l'emballage d'un produit vendu dans un seul pays/marché (étiquette en une seule langue)



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

**OUI**

*EXCEPTION : le propriétaire de la marque commerciale peut conserver le même code GTIN pour les différents produits si la gestion des approvisionnements se fait au niveau de l'unité logistique. En revanche la règle s'applique si le changement de langue implique une modification de la marque du produit. Dans ce cas, l'unité-consommateur ainsi que les unités logistiques se voient attribuer de nouveaux codes GTIN.*

#### **Motivation de la règle**

La gestion des expéditions (au niveau des centres logistiques du distributeur) nécessite de distinguer des unités logistiques non substituables par des codes différents.

Coexiste

Produits

Langue

## Emballages multilingues localement substituables



NOUVEAU  
GTIN



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

**OUI**

*EXCEPTION : le propriétaire de la marque commerciale peut conserver le même code GTIN pour les différents emballages si la gestion des approvisionnements se fait au niveau de l'unité logistique.*

### Motivation de la règle

Si un emballage est en langues A, B et C et un autre en langues A, D et E, ces deux produits ne sont pas substituables sur les marchés B, C, D et E et doivent donc être identifiés par des codes GTIN différents.

### Conséquence

L'attribution de deux codes GTIN différents empêchera le propriétaire de la marque commerciale de substituer simplement un produit par un autre sur un marché spécifique (dans l'exemple ci-dessus, pour le marché A, si les deux produits multilingues ont des codes différents, la substitution nécessitera de transmettre les deux codes GTIN aux clients de ce marché).

*GS1 General Specifications V7.0 cas 1.3*

Coexiste ●

Produits

Marquage prix ●

### Marquage prix spécifique par client

Remarque : le marquage prix n'est pas encouragé comme pratique commerciale dans la chaîne d'approvisionnement dans la mesure où il amène de la complexité au niveau de la maintenance des fichiers unités-consommateurs et unités logistiques.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

*Les unités-consommateurs pour lesquelles plusieurs distributeurs demandent des étiquettes prix spécifiques ne nécessitent pas l'attribution de code GTIN spécifique pour chaque étiquette prix.*

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

Coexiste

Produits

Marquage prix

### Marquage prix de vente suggéré

Remarque : le marquage prix n'est pas encouragé comme pratique commerciale dans la mesure où il amène de la complexité dans la maintenance des fichiers unités-consommateurs et unités logistiques dans la chaîne d'approvisionnement. De plus, quand le fabricant intègre le prix dans le graphisme de l'emballage (comme dans le cas du prix de vente suggéré), le prix de vente final n'a pas forcément de lien avec le prix de vente marqué sur le produit et cela peut amener à l'impression d'un nouveau prix de vente sur l'emballage.



NOUVEAU  
GTIN



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**OUI**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**OUI**

### Motivation de la règle

Les partenaires de la chaîne d'approvisionnement doivent pouvoir distinguer les stocks des nouveaux et anciens produits.

### Conséquence

Risque que le prix imprimé soit différent du prix facturé au consommateur.

Coexiste ●

Produits

Autre cas ●

### Différents fabricants d'un même produit

Différents fabricants produisent le même produit pour un client.

Exemple : les produits à marque distributeur.

Fabricant A



Fabricant B



MÊME  
GTIN



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

L'attribution d'un nouveau code GTIN serait impossible à gérer en raison de la ressemblance des produits. De plus, le client est propriétaire de la marque commerciale et le prix d'achat n'a pas d'impact sur le code GTIN du produit.

Coexiste

Produits

Autre cas

### Différents prix par région ou par client (sans marquage prix)

Différents prix de vente, par exemple pour différentes régions dans un pays, le prix n'étant pas marqué sur l'emballage.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

Le prix de vente consommateur n'a pas d'impact sur l'attribution des codes GTIN tant qu'il n'est pas pré-imprimé par le fournisseur sur l'emballage.

L'attribution des codes GTIN serait impossible à gérer si elle était liée aux prix de vente consommateur.

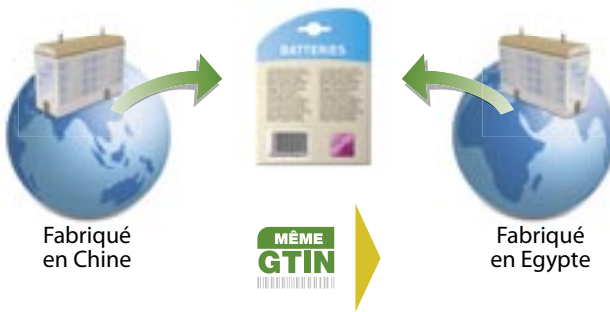
Coexiste ●

Produits

Autre cas ●

### Pays de fabrication

Le même produit est fabriqué dans différents pays.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

Bien qu'un même produit soit fabriqué dans différents pays, il n'y a pas de différence pour le consommateur. De plus, la gestion de plusieurs codes pour la même unité-consommateur entraînerait de nombreux problèmes pour les distributeurs tant au niveau de la gestion des fichiers caisses que du réapprovisionnement.

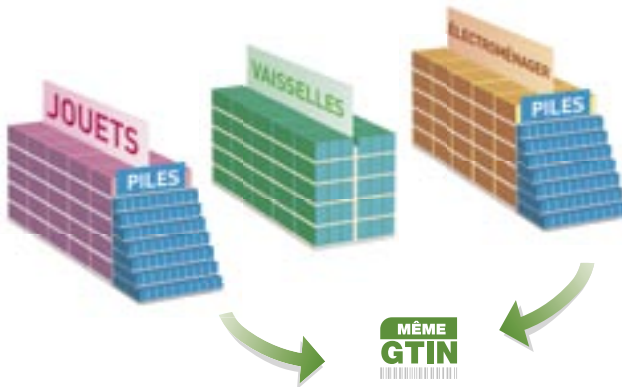
● Coexiste

Produits

● Autre cas

### Lieu de vente

Unité commerciale vendue dans différents pays ou dans différents rayons par exemple.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

Même si un produit identique est vendu dans différents pays ou rayons, il n'y a pas de différence pour le consommateur. De plus, la gestion de plusieurs codes pour la même unité-consommateur entraînerait de nombreux problèmes pour les distributeurs tant au niveau de la gestion des fichiers caisses que du réapprovisionnement.

Coexiste ●

Produits

Autre cas ●

### Système antivol

Ajout d'un système antivol.



MÊME  
GTIN



#### Nouveau code pour l'Unité-Consommateur

**NON**

*Même code GTIN avec ou sans système antivol et quel que soit le système antivol.*

#### Nouveau code pour l'Unité Logistique

**OUI**

*Un code GTIN différent par type de système antivol de l'unité-consommateur en accord avec les partenaires commerciaux.*

#### Motivation de la règle

Sans codes GTIN différents au niveau de l'unité logistique, le distributeur ne pourrait pas livrer les magasins en fonction du système antivol utilisé par chacun d'entre eux.

#### Conséquence

Facilite le processus de réapprovisionnement chez le distributeur ainsi que la gestion de stock.

Coexiste

Produits

Autre cas

## EPC

Ajout d'une étiquette RFID/EPC.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

*Qu'un produit soit identifié par un code à barres seul ou accompagné d'une étiquette RFID, le GTIN encodé doit être le même.*

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

## Motivation de la règle

Des unités commerciales identiques, avec ou sans étiquettes RFID/EPC, doivent être identifiées par le même GTIN pour ne pas perturber les opérations logistiques.

## Conséquence

L'utilisation d'étiquette RFID/EPC doit se faire dans le cas d'un accord entre partenaires.

Coexiste

Produits

Autre cas

### Nouveau millésime

Exemple : nouveau millésime d'un vin.



NOUVEAU  
GTIN



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

*Si le millésime a un impact sur les tarifs, les commandes ou la facturation pour l'un des partenaires de la chaîne d'approvisionnement.*

**OUI**

*Uniquement si le code de l'unité-consommateur a changé.*

### Motivation de la règle

Pour les vins de qualité, leur prix et la perception qu'en a le consommateur varient d'une année sur l'autre, ce qui motive le changement de code.

Pour les autres vins (exemple : vins de table), le millésime n'a pas d'impact sur le prix ou sur la perception du consommateur. In fine, le changement de code GTIN est de la responsabilité ultime du propriétaire de la marque (où de celui qui commercialise le vin).

### Conséquence

L'attribution des codes GTIN a des conséquences sur la commercialisation des produits.

Coexiste

Logistique

Quantité

### Unités logistiques d'un même produit mais en quantités différentes



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

N/A

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

#### Motivation de la règle

Des codes GTIN différents sont nécessaires pour distinguer des unités logistiques différentes. En effet, des codes GTIN différents permettent de distinguer les unités logistiques selon leurs caractéristiques, pour des besoins de commande, d'approvisionnement, de stockage et de facturation. L'utilisation d'un seul code GTIN pour des regroupements de quantités différentes rendrait impossible ce type d'application.

Coexiste ●

Logistique

Palettisation ●

## Nouvelle palettisation standard coexistant en permanence avec la palettisation standard originale



NOUVEAU  
GTIN



**Nouveau code pour l'Unité-Consommateur**

**N/A**

**Nouveau code pour l'Unité Logistique**

**NON pour les cartons**

*EXCEPTION : si le plan de palettisation est important pour le distributeur, alors il doit commander à la palette. Ceci implique un code GTIN pour chaque plan de palettisation.*

### Motivation de la règle

Le plan de palettisation n'a pas de conséquence sur la quantité d'unités-consommateurs ou de cartons contenus.

### Motivations de l'exception à la règle

Si deux plans de palettisation sont proposés en parallèle sur un même marché et peuvent être commandés distinctement, un code GTIN doit être attribué à chaque palettisation. La palette devient alors l'unité de commande. De plus, pour les systèmes automatiques de manutention (robots), le plan de palettisation doit être identifié.

*GS1 General Specifications V7.0 cas 3.7*

Coexiste

Promotion

Lot - Gratuit

### Lot promotionnel non constitué (plusieurs produits qui ne sont pas physiquement liés)

**Cas 1:** les produits peuvent être achetés séparément. Par exemple, 2 achetés, 1 gratuit. Un produit promotionnel est offert quand le produit standard est acheté, le produit standard étant vendu au prix habituel.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

*Dans la mesure où il n'y a pas de modifications des unités logistiques standard.*

### Motivation de la règle

La promotion n'a d'impact, ni sur le produit standard, ni pour les partenaires de la chaîne d'approvisionnement, ni sur la déclaration au consommateur. De plus, l'attribution d'un nouveau code pour des modifications ne concernant que le fabricant entraînerait une multiplication des codes et donc des coûts inutiles.

*GS1 General Specifications V7.0 cas 3.1.1.1 et 3.1.1.3*

Coexiste ●

Promotion

Lot - Gratuit ●

**Lot promotionnel non constitué (plusieurs produits qui ne sont pas physiquement liés)**

**Cas 2 :** l'un des produit ne peut être acheté seul, il est offert lors de l'achat de l'autre.



**Nouveau code pour l'Unité-Consommateur**

**NON**

*Dans la mesure où tous les produits ont un code.*

**Nouveau code pour l'Unité Logistique**

**NON**

*EXCEPTION : si une unité logistique contenant les produits standard et les produits gratuits est créée, un code GTIN spécifique doit lui être attribué.*

**Motivation de la règle**

La promotion n'a pas d'impact sur le produit standard.

De plus, l'attribution d'un nouveau code pour des modifications ne concernant que le fabricant entraînerait une multiplication des codes et donc des coûts inutiles.

Coexiste

Promotion

Lot - Gratuit

### Lot promotionnel constitué (plusieurs produits qui sont physiquement liés)

Lot où les dimensions de l'emballage et le poids net (ou la quantité ou le volume) du produit ne sont pas modifiés. Le lot n'est pas destiné à être commandé à nouveau car la promotion est limitée dans le temps.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

La modification n'a pas d'impact pour les partenaires de la chaîne d'approvisionnement (par exemple, un paquet de couches avec un paquet de 5 lingettes). De plus, l'attribution d'un nouveau code pour des modifications ne concernant que le fabricant entraînerait une multiplication des codes et donc des coûts inutiles.

### Conséquence

Les informations concernant la promotion peuvent être uniquement distinguées en connaissant la période de la promotion. La gestion des emplacements n'est pas modifiée, la déclaration au consommateur non plus.

GS1 General Specifications V7.0 cas 3.1.1.2

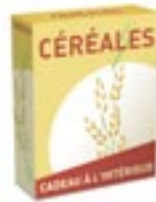
Coexiste ●

Promotion

Lot - Gratuit ●

### Cadeau à l'intérieur de l'unité-consommateur

Un cadeau se trouve à l'intérieur de l'emballage de l'unité-consommateur sans modification de la quantité de produit et la promotion est vendue au même prix que le produit standard.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

*EXCEPTION : si le cadeau modifie les taux de taxe ou implique des taxes spécifiques, cette information doit être transmise aux partenaires commerciaux.*

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

### Motivation de la règle

Cette modification n'a aucun intérêt pour les partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

Coexiste

Promotion

Lot - Gratuit

### Produit gratuit

Quand le distributeur achète au prix normal et que des produits supplémentaires lui sont fournis gratuitement. Ou quand la quantité d'unités-consommateurs dans les cartons peut être augmentée sans modification de prix.



MÊME  
GTIN



NOUVEAU  
GTIN

Produit gratuit  
dans les cartons



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**OUI**

*EXCEPTION : si l'augmentation porte sur la quantité de cartons standard (i.e. 10 cartons achetés plus 1 gratuit), le code du carton ne change pas.*

### Motivation de la règle

Il y a un nouveau code du fait de l'augmentation de la quantité contenue dans l'unité logistique. Les flux physiques doivent être gérés tout au long de la chaîne d'approvisionnement même pour les produits gratuits. Dans le cas de l'exception, le réapprovisionnement est basé sur la quantité de cartons livrée et non sur la quantité commandée qui sera inférieure. Dans ce cas, il n'y a pas de raison de changer le code du carton.

Coexiste ●

Promotion

Lot - Gratuit ●

### Lot

Produit composé d'au moins deux unités-consommateurs vendues habituellement séparément et qui forment un lot.



NOUVEAU  
GTIN



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Un nouveau code GTIN est nécessaire pour identifier le lot car il s'agit d'un nouveau produit.

### Conséquence

Il faut masquer les codes à barres des composants du lot. En effet, si plus d'un code à barres est visible, l'utilisateur ne sait pas lequel scanner.

● Coexiste

Promotion

● Edition spéciale

### Packaging

Une unité-consommateur dont le packaging a été modifié pour des raisons promotionnelles (par exemple, l'édition spéciale d'une boîte de café), qui contient la même quantité de produits que le produit standard et qui est vendue au même prix.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

*Si l'une des dimensions du produit change de plus de 20 %, alors un nouveau code GTIN est nécessaire.*

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

### Motivation de la règle

La modification n'a pas d'impact pour les partenaires de la chaîne d'approvisionnement. L'information au consommateur ne change pas. Le poids net ne change pas.

Coexiste ●

Promotion

Edition spéciale ●

### Promotion avec période de validité



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

*Quand le FIFO ne peut pas s'appliquer.*

### Motivation de la règle

Certaines promotions doivent être proposées à une date donnée (par exemple, un produit dérivé devant être mis en rayon à la sortie d'un film, mais pas avant).

Dans ce cas, la gestion FIFO n'est pas applicable et c'est le changement de GTIN de l'unité logistique permet de gérer une mise en rayon distincte.

Les différentes unités logistiques doivent alors être distinguées pour la réception et l'expédition.

D'autres promotions se gèrent en FIFO (par exemple : emballage spécifique par saison).

### Conséquence

Ne pas changer le code GTIN de l'unité-consommateur permet de faire référence à l'historique des ventes du produit.

*GS1 General Specifications V7.0 cas 3.1.1.9*

● Coexiste

Promotion

● Edition spéciale

### Suremballage saisonnier (Noël, Pâques)

Produit modifié pour des raisons saisonnières.

Exemple : packaging spécial vacances, confiseries avec suremballage spécial Pâques.



NOUVEAU  
GTIN



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**OUI**

*Les produits saisonniers qui restent identiques d'une année sur l'autre conservent ce nouveau code.*

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**OUI**

### Motivation de la règle

Facilite la tarification, la commande, la facturation et la gestion des stocks au niveau unité logistique. Facilite la gestion des substitutions au niveau unité-consommateur.

### Conséquence

Complexité supplémentaire en début et fin de saison de commercialisation.

Coexiste ●

Promotion

Coupon - Réduction différée ●

### Coupon de réduction

Le coupon peut être sur ou dans l'emballage de l'unité-consommateur.  
La réduction peut s'appliquer sur le même produit ou sur un autre.

**Cas 1 :** le coupon n'a pas de période de validité.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

*EXCEPTION : si le consommateur  
peut choisir le produit avec ou sans  
coupon, des codes différents doivent  
être attribués.*

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

### Motivation de la règle

Le coupon n'a pas d'impact sur les processus d'approvisionnement. Un code différent augmenterait la complexité de gestion des unités, avec et sans coupon.

● Coexiste

Promotion

● Coupon - Réduction différée

### Coupon de réduction

Le coupon peut être sur ou dans l'emballage de l'unité-consommateur.  
La réduction peut s'appliquer sur le même produit ou sur un autre.

**Cas 2 :** le coupon a une période de validité.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

*Quand le FIFO ne peut pas s'appliquer.*

### Motivation de la règle (cas général et exceptions)

Le fait de ne pas changer le code GTIN de l'unité-consommateur permet de faire référence à l'historique des ventes.

Certaines promotions doivent être proposées à une date donnée (par exemple un produit dérivé devant être mis en rayon à la sortie d'un film, mais pas avant).

Dans ce cas la gestion FIFO n'est pas applicable.

D'autres promotions se gèrent en FIFO (par exemple : emballage spécifique par saison).

### Conséquence

Ne pas changer le code GTIN de l'unité-consommateur permet de faire référence à l'historique des ventes du produit.

*GS1 General Specifications V7.0 cas 3.1.1.6 et 3.1.1.9*

Coexiste ●

Promotion

Coupon - Réduction différée ●

### Réduction différée

Une unité-consommateur avec un coupon ou une offre de réduction différée ou une offre de remboursement sur l'emballage.

**Cas 1 :** promotion sans période de validité.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

La modification n'a pas d'impact pour les partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

● Coexiste

Produits

● Coupon - Réduction différée

### Réduction différée

Une unité-consommateur ayant un coupon ou une offre de réduction différée ou de remboursement sur l'emballage.

**Cas 2 :** promotion avec période de validité.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

*Quand le FIFO ne s'applique pas.*

### Motivation de la règle (cas général et exceptions)

Certaines promotions doivent être proposées à une date donnée (par exemple, un produit dérivé devant être mis en rayon à la sortie d'un film, mais pas avant).

Dans ce cas, la gestion FIFO n'est pas applicable et c'est le changement de GTIN de l'unité logistique qui permet de gérer une mise en rayon distincte.

Les différentes unités logistiques doivent alors être distinguées pour la réception et l'expédition. D'autres promotions se gère en FIFO (par exemple : emballage spécifique par saison).

### Conséquence

Différents distributeurs imposent des règles différentes à un même fournisseur entraînant des coûts logistiques inutiles.

*GS1 General Specifications V7.0 cas 3.1.1.7 et 3.1.1.9*

Coexiste ●

Promotion

Baisse de prix ●

### Promotion avec marquage prix

Quand la promotion fait l'objet d'un marquage prix sur le produit.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Les stocks des deux produits doivent être distingués par les partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

### Conséquence

Risque que le prix annoncé au consommateur (sur le produit) soit différent du prix facturé (prix dans le système de caisse).

● Coexiste

Promotion

● Baisse de prix

### Réduction de prix indiquée sur le produit

La réduction de prix est imprimée sur l'emballage. Par exemple, 10 centimes de réduction.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**OUI**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**OUI**

### Motivation de la règle

Les stocks des deux produits doivent être distingués par les partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

### Conséquence

Risque que le prix annoncé au consommateur (sur le produit) soit différent du prix facturé (prix dans le système de caisse).

Coexiste ●

Promotion

Promotion Girafe ●

### Promotion girafe

Une promotion girafe est un produit où la quantité a été augmentée (poids net, volume, quantité) et qui est vendue au même prix que le produit standard.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**OUI**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

*Le poids net et le volume de l'unité  
logistique changent.*

### Motivation de la règle

Cette modification entraîne un changement du prix à l'unité de mesure qui doit être retranscrit sur l'étiquette de gondole.

### Conséquence

Risque que le prix affiché soit différent du prix facturé au consommateur.

● Annule & Remplace

Packaging

● Langue

### Ajout d'une langue sur l'emballage d'un produit vendu dans plusieurs pays/marchés (étiquette multilingue)



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

*EXCEPTION : un code GTIN différent  
doit être attribué à chaque emballage  
multilingue standard.*

#### Motivation de la règle

L'ajout d'une nouvelle langue sur l'unité-consommateur n'a pas d'impact sur les marchés existants. Par exemple, si la langue D est ajoutée sur un emballage en langues A, B et C, cet ajout n'a pas de conséquence pour les clients actuels.

Annule & Remplace ●

Packaging

Marque - Description ●

### Graphisme de la marque

Modification du graphisme de la marque. Exemple : couleurs, police, taille,...



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

La modification n'a pas d'impact pour les partenaires.

En effet, une modification du graphisme ne nécessite pas de modification de l'étiquette de gondole.

● Annule & Remplace

Packaging

● Marque - Description

### Ajout d'une marque



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

La modification n'a pas d'impact pour les partenaires.

Annule & Remplace ●

Packaging

Marque - Description ●

### Modification de la marque, du nom du produit ou de sa description

Tels qu'ils apparaissent sur l'emballage (ceci inclut la suppression de marque utilisée pour décrire le produit entre partenaires et au consommateur).



NOUVEAU  
GTIN



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Ces modifications ont un impact sur les applications de la chaîne d'approvisionnement. Sans changement de codes, les modifications de marque ou de description ne seraient pas enregistrées correctement, ce qui pourrait entraîner la mise à disposition d'informations erronées au consommateur.

### Conséquence

La modification entraîne une mise à jour des étiquettes de gondole.  
La modification doit être communiquée et les stocks distingués.

GS1 General Specifications V7.0 cas 2.2.6

## Annule & Remplace

### Packaging

## Marque - Description

### Modification progressive de la marque

Modification progressive de la marque (quand l'ancienne marque coexiste avec la nouvelle durant une certaine période avec plusieurs évolutions de packaging).



#### Nouveau code pour l'Unité-Consommateur

##### OUI

*Le propriétaire de la marque décide à quel moment le nouveau code est attribué. Il doit le faire au plus tard quand l'ancienne marque a disparu du produit.*

#### Nouveau code pour l'Unité Logistique

##### OUI

*Le changement de code se fait au même moment que pour l'unité-consommateur.*

### Motivation de la règle

La modification de la marque doit entraîner une mise à jour des étiquettes de gondole. Cette modification doit donc être signalée et les stocks distingués. Si le GTIN n'était pas changé, les modifications du produit pourraient ne pas être enregistrées correctement, ce qui pourrait entraîner la mise à disposition d'informations erronées.

Annule & Remplace ●

Packaging

Marquage prix ●

### Changement de prix marqué

Remarque : le marquage prix n'est pas encouragé comme pratique commerciale dans la mesure où il amène de la complexité dans la chaîne d'approvisionnement au niveau de la maintenance des fichiers unités-consommateurs et unités logistiques. Le prix de vente est celui imprimé sur l'emballage. Il doit être conforme à la loi.



NOUVEAU  
GTIN



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Pour les journaux, magazines et certains livres, le prix est pré-imprimé. Si le prix imprimé change, le code GTIN doit changer (Pour la France, une solution particulière s'applique, merci de contacter GS1 France).

### Conséquence

La législation sur les prix impose que le prix affiché soit égal (ou supérieur) au prix facturé au consommateur. Si le prix est imprimé sur le produit, cette information doit être transmise aux partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

GS1 General Specifications V7.0 cas 3.2.3

## Annule & Remplace

### Packaging

## Design

### Modification du Design

Modification concernant le visuel du produit (et non la marque ou la description du produit).



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

### Motivation de la règle

Une modification mineure du design, dans le cadre d'un re-vamping du produit ou d'un habillage saisonnier ou promotionnel et dans la mesure où elle n'amène pas d'autres modifications du produit, ne nécessite pas de changement de code GTIN.

Annule & Remplace

Packaging

Emballage

### Modification mineure

Modification mineure des matériaux de l'emballage de l'unité-consommateur (par exemple, le passage de PET en HDPE) qui n'a pas d'impact sur les dimensions du facing du produit.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**NON**

*EXCEPTION : si la modification a un impact de plus de 20 % le poids brut ou les dimensions brutes du produit, un nouveau code GTIN est nécessaire.*

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

### Motivation de la règle

Les dimensions des unités logistiques et des unités-consommateurs font parties des données élémentaires de la fiche produit (Item File Master Data), qui est échangée entre les partenaires via les catalogues électroniques (par exemple le réseau GDS France des catalogues électroniques...).

### Conséquence

L'historique des ventes peut être fait en gérant la date de changement d'emballage.

*GSI General Specifications V7.0 cas 2.1.5*

## Annule & Remplace

### Packaging

## Emballage

### Modification mineure

Changement mineur de l'emballage de l'unité logistique. Par exemple, optimisation des matériaux ou changement de fournisseur de l'emballage.



#### Nouveau code pour l'Unité-Consommateur

N/A

#### Nouveau code pour l'Unité Logistique

**NON**

*EXCEPTION : si la modification a un impact de plus de 20 % sur le poids brut ou les dimensions brutes du produit, un nouveau code GTIN est nécessaire.*

### Motivation de la règle

Le changement ne concerne pas les partenaires de la chaîne logistique. L'attribution d'un nouveau code pour des modifications ne concernant que le fabricant entraînerait une multiplication des codes et donc des coûts inutiles.

### Conséquence

Le fournisseur peut, en attribuant des numéros de lots, suivre les modifications de l'emballage.

## Annule & Remplace

### Packaging

## Dimensions et poids bruts

### Modification majeure de l'emballage

Modification majeure de l'emballage portant sur plus de 20 % des dimensions du facing, du poids brut ou des dimensions brutes du produit.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Les dimensions des unités logistiques et des unités-consommateurs font partie des données élémentaires de la fiche produit (Item File Master Data) qui est échangée entre les partenaires via les catalogues électroniques (par exemple le réseau GDS France des catalogues électroniques,...).

Sans changement de code, les informations logistiques obligatoires ne seraient pas transmises aux partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

Les 20 % représentent la limite «raisonnable» car 0 % n'est pas acceptable pour les fournisseurs et 100 % n'est pas acceptable pour les distributeurs.

Les entreprises membres du GCI ont donc tranché à 20 %.

## Annule & Remplace

Produit

## Formulation

### Modification mineure de la recette ou des caractéristiques d'un produit

La nouvelle recette remplace l'actuelle et n'implique pas de changement dans la description du produit auprès du consommateur (pas de contrainte légale). Modification pour des raisons de réduction de coûts sans modification des caractéristiques du produit. Par exemple : goût, viscosité, modification mineure d'ingrédients...



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

La modification n'a pas d'impact pour les partenaires de la chaîne d'approvisionnement. Les changements mineurs d'ingrédients ne modifient pas la description du produit.

Annule & Remplace ●

Produit

Formulation ●

### Modifications d'ingrédients pour des raisons saisonnières

Recette saisonnière (offre de nouvelle ligne). Par exemple : « yaourts aux fruits de saison » où les fruits changent d'une saison à l'autre.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

La description consommateur du produit reste la même quelle que soit la saison.

## Annule & Remplace

Produit

## Formulation

### Modification de recette

Modification pour laquelle le consommateur souhaite distinguer le nouveau produit de l'ancien et faire ses achats en conséquence.



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**OUI**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**OUI**

### Motivation de la règle

La modification nécessite la mise à jour des étiquettes de gondole, car fournir des informations produit inexactes au consommateur (via l'étiquette de gondole) peut être illégal. Or, sans nouveau code GTIN, il n'est pas possible de distinguer l'ancien et le nouveau produit.

### Conséquence

Avec un nouveau code GTIN, il est possible de distinguer l'ancien et le nouveau produit (par exemple pour savoir si le produit goût Citron se vend mieux que le produit goût Citron Vert).

Annule & Remplace ●

Produit

Formulation ●

### Modification pour lesquelles la législation impose de distinguer l'ancienne formulation de la nouvelle

Exemple : dans le secteur de la Santé.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Fournir des informations produit inexactes au consommateur peut être illégal. La modification nécessite de fournir une information précise au consommateur. Sans nouveau code GTIN, il n'est pas possible de distinguer l'ancien et le nouveau produit.

## Annule & Remplace

Produit

## Fonctionnalité

### Modification majeure des fonctionnalités

Lorsque le changement amène de nouvelles caractéristiques ou fonctionnalités. Par exemple, nouvelle version d'un logiciel ou nouvelle caractéristique d'un produit brun ou blanc.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Il est recommandé d'attribuer un nouveau code GTIN à l'unité-consommateur et à l'unité logistique afin de permettre aux partenaires de la chaîne d'approvisionnement de distinguer l'ancien du nouveau produit.

### Conséquence

Il devient possible de distinguer les stocks.

Annule & Remplace ●

Produit

Assortiment aléatoire ●

### Assortiment aléatoire

Une unité-consommateur contenant un assortiment aléatoire de produits.

Exemple : assortiment avec répartition aléatoire des couleurs ou des arômes de gelée.



MÊME  
GTIN



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

Si l'assortiment est aléatoire, la modification n'a pas d'impact sur la déclaration aux consommateurs ou aux partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

● Annule & Remplace

Mesure - Quantité

● Configuration UL

### Assortiment standard

Changement de l'assortiment standard (voir définition). Par exemple : un assortiment contenant 5 unités-consommateurs avec 3 arômes différents (configuration 2 cassis/1 fraise/2 citron vert). L'assortiment change (configuration 2 fraise/1 cassis/2 citron vert) mais la quantité totale reste la même.



NOUVEAU  
GTIN



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

N/A

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

OUI

### Motivation de la règle

L'unité logistique est un nouveau produit pour l'approvisionnement. (Note : il ne s'agit pas d'un assortiment aléatoire mais d'un nouvel assortiment permanent). Sans changement de code, il serait impossible d'identifier le contenu en termes de référence et de quantité.

Annule & Remplace ●

Mesure - Quantité

Configuration UL ●

### Assortiment dynamique

Changement de l'assortiment dynamique (voir la définition en section I.3 page 4).



**Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur**

**N/A**

**Nouveau code pour l'Unité  
Logistique**

**NON**

*Même si une nouvelle  
unité-consommateur est ajoutée  
ou enlevée de l'assortiment.*

### Motivation de la règle

Le distributeur a accepté que l'assortiment soit modifié sans notification.

● Annule & Remplace

Mesure - Quantité

● Mesure nette

### Modification mineure (non déclarée) du poids net, de la quantité ou du volume

Par exemple, des modifications dans les tolérances qui n'ont pas d'impact sur la description du produit au consommateur.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

**NON**

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

**NON**

### Motivation de la règle

Des modifications dues à des améliorations dans les processus de fabrication ou les tolérances de production, qui n'ont pas d'autre conséquence sur les règles de codification, ne nécessitent pas l'attribution d'un nouveau code GTIN.

Annule & Remplace ●

Mesure - Quantité

Mesure nette ●

### Modification majeure, qui doit être déclarée, du poids net, de la quantité ou du volume

Exemples : le nombre de cachets dans une boîte d'aspirine, la quantité de couches dans un paquet, un poids net passant du 750 g à 770 g, un produit de 400 g composé de 4 portions de 100 g passant à 8 portions de 50 g.



Nouveau code pour  
l'Unité-Consommateur

OUI

Nouveau code pour l'Unité  
Logistique

OUI

### Motivation de la règle

Fournir des informations produit inexactes au consommateur (via l'étiquette de gondole) peut être illégal et la modification nécessite donc la mise à jour des étiquettes de gondole. Sans changement de code, il pourrait être difficile de distinguer l'ancienne de la nouvelle unité-consommateur et cela pourrait amener à fournir un prix à l'unité de mesure incorrect, contrairement à la loi. De plus, les partenaires de la chaîne d'approvisionnement doivent pouvoir gérer distinctement les approvisionnements du nouveau et de l'ancien produit, ce que permet l'attribution de codes GTIN différents.

GS1 General Specifications V7.0 cas 2.2.1

## Autres cas

### Produit test

#### Produit test

Un produit test est essayé sur le marché.



#### Nouveau code pour l'Unité-Consommateur

**OUI**

*S'il est vendu dans les points de vente*

#### Nouveau code pour l'Unité Logistique

**OUI**

*S'il est finalement commercialisé*

#### Motivation de la règle

Si le produit est testé sur le marché, il doit être identifié dans la chaîne d'approvisionnement et lors du passage en caisse.

#### Conséquence

Ce code peut être conservé si le test est concluant et le produit commercialisé.

Pour tous les autres cas non traités dans ce document  
veuillez contacter  
le Service d'Assistance Technique de GS1 France  
par téléphone au 01 40 95 54 10  
ou par mail à [sat@gs1fr.org](mailto:sat@gs1fr.org)





3 200000 003729



France

2, rue Maurice Hartmann  
92137 Issy-les-Moulineaux cedex  
T +33 (0)1 40 95 54 10  
F +33 (0)1 40 95 54 49  
E [infos@gs1fr.org](mailto:infos@gs1fr.org)

[www.gs1fr.org](http://www.gs1fr.org)