



powered by **exite**

www.tecnet.ro

Primul serviciu pentru mesagerie EDI din România



► Versiunea 2.0 Multi Partener

Utilizator:

Parola:

► Login

Avantaje:

- Reducerea întârzierilor prin eliminarea erorilor datorate faxurilor sau e-mail-urilor
- Eliminarea proceselor de introducere manuală a informațiilor în sistem
- Eliminarea erorilor de livrare (dată, cantități etc.)
- Utilizarea unei interfețe unice pentru mai mulți parteneri de afaceri
- Creșterea vitezei de reacție în sectorul comercial
- Securitatea datelor
- Trasabilitatea documentelor
- Stocarea datelor și a mesajelor pe o perioadă de până la 10 ani
- Distribuția corectă a mărfurilor în teritoriu în funcție de cerințe

Contact:

Tel: +40 21 231 47 02

Fax: +40 21 231 47 05

Mobil: +40 732 011 310

E-mail: office@tecnet.ro

Această pagină poate fi dedicată companiei dumneavoastră!

Faceți un pas în fața a 4000 de societăți! Contactați redacția la nr. de tel. 021 231 47 03 sau e-mail office@gs1.ro pentru a rezerva spațiul de reclamă.



▲ P90 – rafturi pentru paleți



▲ Construcții de rafturi pe mai multe etaje pentru depozite și arhive



▲ Platforme metalice pentru optimizarea pe înălțime a spațiului

DEXION

Creating Space.

Șos. de Centură Chitila - Mogoșoaia nr. 3-5.

077045 Chitila, jud. Ilfov

E-mail: office@dexion.ro

www.dexion.ro, www.bruynzeel.ro

Tel.: 021/436 4956, 021/436 4958

Fax: 021/436 4957; Mobil: 0729 028 751



▲ Rafturi statice înșurubabile



▲ Rafturi metalice mobile Compactus® pentru arhive sau depozite



▲ Side2Side – mărirea capacității de depozitare pentru rafturi statice existente



▲ Compactus® Office – rafturi mobile de birouri pentru o utilizare optimă a spațiului disponibil

CONSTRUCTOR

A member of STORAGE & FILING



INFO Supliment

Nr. 2 // Mai 2009



pag. 2-3

Reguli de alocare a GTIN cu exemple din practica comercială

pag. 4

GLN

pag. 5

Programul GS1 Romania privind certificarea membrilor săi

pag. 6-7

EDI pentru toți partenerii de pe lanțul de distribuție

Rătăciți printre codurile neautorizate

Dincolo de presupunția că orice ghinio este manifestarea incognito a forțelor vrăjmașe necunoscute, sugerată deseori prin expresia „așa s-a întâmplat”, suntem chemați de logică, istorie, știință și experiențe probate să răspundem concret realității. „De ce GS1 și nu orice alt vânzător, cu inițiativă și aplomb, dar neautorizat, de coduri?” Răspunsul nu pornește de la afirmația resemnată că „așa s-a întâmplat”; nici de la argumentul primordialității GS1 în domeniul codificării, pentru că astăzi suntem mai interesați de perfecționare decât de conservarea concepțiilor originale. GS1, pentru că este un arbore ramificat în toate colțurile lumii, pentru că a rodit soluții eficiente, experimentate timp îndelungat, pentru că are o rădăcină adâncă în cerințele de afaceri, pentru că se dezvoltă continuu din propria sevă, pentru că gestionează un sistem de standarde ce stau la baza codificării articolelor comerciale și companiilor membre de pretutindeni. Preluarea adaptată, modificarea, utilizarea lor de către alte organizații decât cele membre GS1, este un „împrumut” fraudulos generator al unor imitații precare și probleme majore. Numerele de identificare, reprezentate în coduri de bare EAN-13, nu se atribuie la un apel telefonic, în fuga mașinii, notându-se, pentru evidență, „conștiincios”, pe colțul ziarului. O companie căreia i s-a atribuit o plajă de numere de la un vânzător neautorizat, și printr-un accident pierde documentul care atestă acest lucru, se confruntă cu o situație inimaginabilă. Vân-

zătorul de coduri nu a păstrat nici o înregistrare, prin urmare refuză să elibereze o copie a documentului justificativ care să-i confirme companiei proprietatea asupra acelor coduri și îi recomandă sec să cumpere o altă plajă de numere și să-și recodifice produsele. Unicitatea devenită vulnerabilă în privința codurilor, se transferă astfel asupra unei hârtii volante. Un exemplu negativ întâlnit în marile lanțuri de magazine este cazul suprapunerii codurilor neautorizate cu cele GS1, cele mai frecvente fiind cele care încep cu 642, codul de țară alocat de către sistemul GS1 Global, Finlandei. Vânzătorii neautorizați marjează pe principiul ineficient că ceea ce se face se și desface, fără a ține cont de implicații grave precum pierderi în timp, bani, prestigiu, pentru furnizori și

lanțuri de magazine. Recent, compania finlandeză Rautakirja a introdus în România un sistem automat de gestiune a retururilor, mașina de cartat returnări, a cărei funcționare impunea alinierea GS1 pentru furnizorii de presa și carte. Nu dintr-un capriciu potrivit vânzătorilor de coduri oarecare, ci din simplul motiv că buna funcționare a echipamentului nu poate fi asigurată decât prin codificare corectă și în mod unitar a publicațiilor. Atrăși de perspectiva eficientizării activității, unii dintre furnizorii de presă și carte au constatat că nu pot intra în ora cu papuci de hârtie. Codurile false, cumpărate de la vânzatori neautorizați nu au fost acceptate și s-au facut

tot mai auzite voci revendicative „am plătit pentru codurile pe care le avem, faceți ceva!” Facem și sperăm să fim auziți dar, puțin-tică atenție, utilizatori de mine ai codurilor!

Pentru a le proteja de tentația codurilor « puține și ieftine », societăților care produc sau gestionează un număr mic de produse, GS1 Romania le oferă posibilitatea de a se încadra în sistemul global de comerț cu costuri foarte reduse, fără taxe anuale, prin intermediul cheilor unice GS1 - GTIN. Codurile internaționale GS1 (EAN) vor putea fi în curând achiziționate contra-cost de la Centrul de soluții al GS1 pentru un număr de la 1 la 5 produse de bază. Pentru fiecare dintre cele cinci produse se pot obține încă 4 coduri suplimentare, reprezentând variante tipodimensionale (mărime, culoare, aromă, etc) ale produsului respectiv. În cazul în care o companie necesită coduri de bare EAN pentru un număr mai mare de produse/varianțe tipodimensionale soluția este de a deveni membri GS1. Ca și în cazul membrilor GS1 numărul obținut este garantat ca unic și autentic, fără pericolul duplicării sau expirării. El va fi înregistrat pe numele companiei și poate fi reutilizat după epuizarea totală de pe piață a produsului ce l-a purtat anterior. Numerele pentru codurile de bare vor fi însoțite de imaginea (grafică) simbolului EAN în formatul dorit pentru a fi utilizată de către creatorii ambalajului produsului și de un certificat care confirmă alocarea codurilor din baza internațională de numere a GS1.

Atenție la codurile de bare pirat!

Reguli de alocare a GTIN cu exemple din practica comercială

În numărul anterior al Suplimentului INFO am prezentat componența precum și utilitatea Numărului Global al Articolului Comercial (GTIN) la identificarea oricărui articol comercial. GTIN este reprezentat grafic printr-un cod de bare folosit în identificarea automată și captura de date. GTIN trebuie alocat în mod unic și nu conține elemente cu semnificație ci doar conduce la informațiile despre un produs, înmagazinate într-o bază de date. Un nou GTIN pentru un articol comercial este necesar atunci când caracteristicile predefinite ale articolului se modifică într-un mod relevant pentru procesul comercial. Prețul nu este un criteriu relevant pentru schimbarea GTIN exceptând situația în care prețul este tipărit direct pe articolul comercial.

Ca regulă generală, dacă una dintre dimensiunile brute (de exemplu lungimea, adâncimea, greutatea) se modifică cu mai mult de 20%, este necesar un nou GTIN. Întotdeauna, o schimbare a GTIN al articolului la un nivel inferior de ambalare va conduce la modificarea GTIN al unui nivel superior de grupare.

GTIN-ul alocat unui articol comercial scos din producție nu se reutilizează o perioadă de cel puțin 48 de luni după data de expirare a ultimelor articole purtătoare ale celui GTIN.

RESPONSABILITATEA ALOCĂRII GTIN

Proprietarul de marcă este în mod obișnuit responsabil cu alocarea GTIN. Prin aderarea la Organizația GS1, proprietarul de marcă primește un Prefix de Companie GS1, utilizat exclusiv de către el. Fie că este producător, furnizor, importator, distribuitor sau retailer proprietarul de marcă deține articolul și îl vinde sub propriul nume de marcă.

Excepțiile privind responsabilitatea alocării GTIN:

- Articolelor fără nume de marcă - li se atribuie GTIN, de asemenea, de către producător. Deși articole produse sau furnizate de companii diferite pot părea identice cumpărătorilor (de exemplu mere sau scaune), ele poartă GTIN-uri diferite.
- Articolelor produse pentru un anumit client și care pot fi comandate numai de către acesta - cumpărătorul este cel care atribuie GTIN folosind prefixul său de companie. (Dacă furnizorul vinde un articol comercial la mai mulți cumpărători, vânzătorul este cel care atribuie GTIN).
- Articolelor cărora proprietarul de marcă nu le-a atribuit un GTIN - importatorul sau un alt intermediar poate atribui articolului, un GTIN temporar.

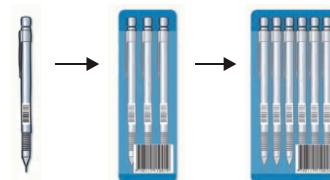
Regulile privind necesitatea schimbării GTIN se adaptează unei multitudini de situații ce apar în procesele comerciale, de aceea reprezintă o problemă de instruire permanentă și adaptată la nevoile utilizatorilor. În general, cazurile speciale se grupează după evenimente precum schimbarea proprietarului de marcă, modificarea caracteristicilor predefinite ale articolului într-o anumită măsură, marcarea pretului sau unor indicii de preț pe produs, promoțiile în marea lor varietate, gruparea articolelor comerciale în diferite variante, etc. Vă prezentăm în continuare câteva dintre situațiile pe care le puteți întâlni în practica dvs. și recomandările de bună practică ale GS1.

GTIN SE MODIFICĂ

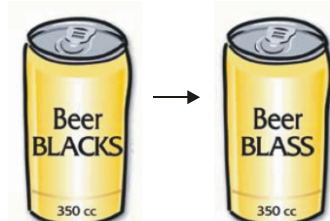
- Exprimarea într-o altă limbă pe ambalajele aflate pe o piață/țară.



- Grupaje din același articol comercial în cantități diferite.

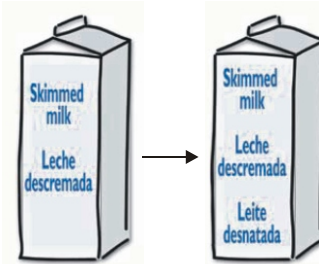


- Modificări ale denumirii, numelui de marcă sau ale descrierii produselor, conduc la schimbarea GTIN și a etichetei la raft.



GTIN SE MENȚINE

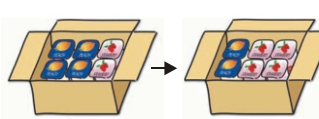
- Adăugarea textului într-o nouă limbă pe ambalajul produsului vândut pe mai multe piețe (etichete multi lingvistice).



- Modificări nesemnificative ale greutății, volumului, numărului (modificarea toleranțelor care nu afectează declarația către consumator).



- Modificări în configurația asortimentului într-un grupaj de articole.

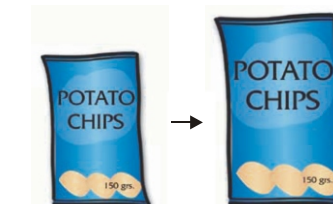


GTIN SE MODIFICĂ

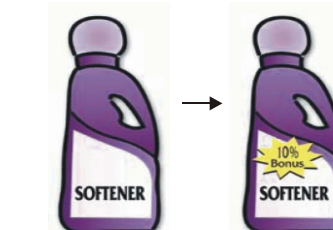
- Schimbări majore în funcționare impun diferențierea articolului nou de cel vechi.



- Orice modificare dimensională sau de greutate brută a ambalajului, mai mare de 20%.



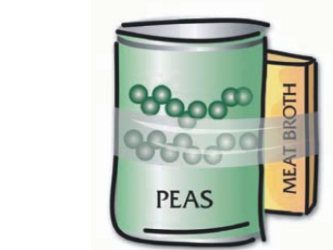
- Reducerea de preț specificată explicit pe ambalajul produsului necesită deosebirea stocului nou de cel vechi.



- Un pachet bonus (articol cărui i s-a mărit cantitatea: greutate netă, număr, volum și este vândut la același preț ca și articolul obișnuit).



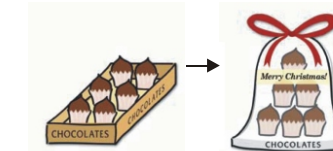
- Articolele compuse din cuplarea a două sau mai multe articole comerciale, vândute în mod obișnuit separat. Se formează un produs nou.



- Prețul de vânzare marcat pe ambalaj se schimbă.

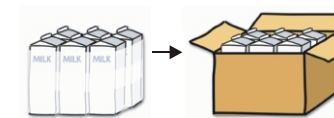


- Articole comerciale modificate din motive sezoniere (ciocolată pentru Paște).

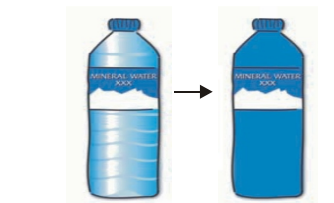


GTIN SE MENȚINE

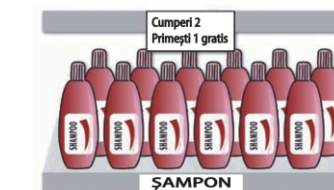
- Schimbări minore în tipul de ambalare, la un grupaj standard de articole comerciale.



- Modificări minore ale materialului de ambalare sau design-ului ce nu au impact asupra partenerilor pe lanțul de distribuție.



- Promoție constând în gratuitate pentru al doilea articol în cazul achiziționării unuia.



- Două sau mai multe articole comerciale legate între ele, cu scopul de a promova unul dintre ele.



- Reconfigurarea ambalajului pentru scoatere aniversară pe piață a unui produs. Nu are impact asupra partenerilor comerciali.



- Cupon de reducere atașat sau introdus în ambalajul unui articol comercial, dacă nu influențează prețul, comanda-re sau facturarea produsului.



- Articolul comercial pentru care mai mulți retaileri solicită etichetă specifică de preț.



GLN (Număr Global de Locație)

Toate companiile schimbă informații în procesele comerciale atât cu parteneri externi cât și cu cei din interiorul companiei. Este de aceea necesară identificarea unică, fără ambiguitate a locațiilor fizice și a entităților legale, proces realizat cu ajutorul GLN (Numărul Global de Locație).

GLN este o cheie GS1 de referință pentru identificarea și extragerea informațiilor dintr-o bază de date despre părți (entitate legală sau departament funcțional) sau despre locații (fizice sau virtuale). Exemple de astfel de date obținute prin intermediul GLN pot fi: punctul de livrare/adresa; tipul locației: unitate de producție, depozit, birou central; informații bancare; persoană de contact; furnizorul de informații.

GS1 a standardizat și o metodă internă de identificare a locației prin extinderea capacității GLN astfel încât să permită numerotarea internă a locațiilor.

GLN este compus din 13 cifre reprezentând:

- Prefixul GS1 de Companie atribuit de către Organizația GS1 (N1-N7)
- Referința de locație alocată de companie unei locații (N8-N12)
- Cifra de control calculată după un algoritm standard (N13).

GLN poate fi reprezentat grafic printr-un cod de bare EAN 13 aplicat:

- unităților comerciale pentru identificarea părților implicate
- unităților de expediție (cross docking)
- locațiilor fizice



CÂND SE UTILIZEAZĂ GLN ?

- **ÎN SCHIMBUL ELECTRONIC DE DATE:** GLN este un concept cheie în EDI care realizează o identificare unică, neambiguă și eficientă a tuturor locațiilor relevante pentru tranzacțiile EDI. Este necesar ca toate companiile să folosească același standard de codificare a locațiilor. Numele, adresele și informațiile despre anumite locații, odată introduse în computer, sunt extrase ulterior prin simpla referire la un GLN unic.
- **ÎN SINCRONIZAREA GLOBALĂ A DATELOR:** GLN este cheie și pentru a obține o informație înmagazinată într-un data pool (bază de date certificată GDSN - Rețeaua Globală a Comunității Companiilor Membre GS1).
- **ÎN EXPEDIȚIE ȘI CROSS DOCKING.**
- **ÎN MARKETING:** GLN reprezintă o cheie de căutare a unei companii și adresei acesteia în rețeaua internațională de cataloage, GEPIR.
- **ÎN ACTIVITATEA DIN VĂMI:** Este necesară identificarea partenerului comercial pentru a construi managementul riscului sau pentru a îndeplini cerințele reglementatorii.
- **ÎN SĂNĂTATE:** Nevoia de identificare a pacienților, a personalului medical și a unor furnizori de servicii simple sau multiple (spital, farmacie, asigurator, laborator).
- **ÎN COMERȚUL B2C (BUSINESS TO CONSUMER):** Este necesară identificarea consumatorilor pentru a sprijini potențialele aplicații B2C (scanare în magazin cu telefonul mobil, achiziție cu telefonul).
- **ÎN eGovernment:** Este necesară identificarea partenerilor comerciali de către organismele de reglementare în stat: control vămi, înregistrarea companiei, completarea rapoartelor anuale, eProcurement, managementul deșeurilor.
- **ÎN TRASABILITATE:** Identificarea partenerilor comerciali sprijină aplicațiile de urmărire și trasare.
- **ÎN ALINIAREA STRATEGIEI DE IDENTIFICARE PROPRII:** GS1 trebuie să-și evalueze cele mai bune soluții (GLN, GSRN, Biometrici). Sunt necesare Coduri de Bare și Identificare, Soluții Net, eCom, EPC.

Se menține același GLN în cazul unor schimbări minore:

- modificarea numelui companiei (cu păstrarea locației fizice)
- se modifică codul poștal, dar se păstrează locația fizică
- schimbări minore ale adresei fizice (mutarea la un alt etaj)
- schimbarea informațiilor despre persoana de contact
- apar amendamente la condițiile de livrare și transport
- modificări în programul de lucru al partenerului
- modificarea programului de livrări
- modificări în managementul planificării
- modificări ale informațiilor financiare
- modificări interne: schimbarea utilității unui raft într-un depozit
- locația este împărțită și o parte este utilizată de proprietarul GLN
- adăugarea unei noi operațiuni sau clădiri în cadrul complexului
- schimbarea statutului legal prin cumpărarea unei alte companii

Se alocă un nou GLN în cazul unor modificări majore:

- Schimbarea adresei fizice
- Bunuri livrate în același punct dar direcționate spre arii diferite din incinta punctului de livrare
- Locația este împărțită și o parte este închiriată altei entități legale
- Achiziția/crearea/utilizarea unei noi locații
- Relocarea entității legale într-o altă țară
- Compania este cumpărată de o alta

GS1 Romania
B-dul Aviatorilor, nr. 50A, Sector 1,
București, Cod 011864, România
T (40 21) 317 80 31
E office@gs1.ro
W www.gs1.ro

ATLAS PRESS SRL Editură și tipografie
Str. Argentina nr. 10, Sector 1,
București, Cod 011754, România
T (40 21) 231 47 03
E office@atlaspress.ro
W www.atlaspress.ro

Programul GS1 Romania privind certificarea membrilor săi

Efortul de eficientizare a activității comerciale se intensifică în direcția aspectelor ce au o influență determinantă, de aceea un număr majoritar de retailerii din întreaga lume afirmă hotărârea sau intenția de a solicita furnizorilor lor Certificatul GS1 și raportul de verificare a codului de bare, înaintea listării unui nou produs.

Acestea reprezintă asigurarea că produsele sunt codificate unic pe plan global, în conformitate cu specificațiile GS1, că există o calitate a tipăririi codurilor corespunzătoare ce permite scanarea lor fără erori, că se depistează și se evită introducerea în lanțul de distribuție a numerelor de identificare neautorizate, generatoare de mari probleme precum întreruperi ale activității, întâzieri și costuri adăugate.

GS1 se implică în prevenirea și eliminarea posibilelor erori de codificare, ambalare, reambalare, reetichetare; în asigurarea unui nivel corespunzător de cunoștințe în materie de codificare ale furnizorului și ale partenerilor de servicii ai acestuia (tipografi, designeri, furnizori de ambalaje și servicii logistice etc.); în atestarea capacităților EDI; în sincronizarea globală a datelor.

GS1 România demarează anul acesta un program care constă în eliberarea de Certificate GS1, acordate pe 4 nivele în raport cu gradul de complexitate a relațiilor furnizorilor cu distribuitorii, după cum urmează:

- Pentru **Nivelul 1** - Certificatul obținut de la GS1 România va confirma faptul că societatea a primit prefix de companie și coduri de produs de la GS1 România, fiindu-i atașată și lista de produse. De asemenea documentul va certifica faptul că în organizația respectivă există cel puțin o persoană responsabilă cu acest domeniu care a urmat un curs de formare GS1;
- Pentru **Nivelul 2** - Certificatul de la GS1 România va include verificările de la nivelul 1 și în plus va confirma, pentru fiecare produs oferit retailerilor, că simbolurile de cod de bare sunt reprezentate și poziționate corect pe ambalaje. Atestatul este însoțit de un Buletin de analiză pentru fiecare simbol de cod de bare primit spre verificare în laboratorul GS1.
- Pentru **Nivelul 3** - Certificatul va garanta capacitatea EDI a companiei (ce include alocare de GLN, capacitatea companiei de a recepționa mesaje electronice standardizate EANCOM/XML)
- Pentru **Nivelul 4** - Certificatul va confirma capacitatea de preluare a informațiilor despre produs (sincronizare), în format electronic, pe baza GTIN, din baza de date a GS1 România sau din Global Registry (contra cost) prin mesaje EANCOM sau XML GS1.

Eliberarea documentelor menționate mai sus se va face în urma verificării îndeplinirii condițiilor, în contul cotizației, pentru companiile membre GS1 Romania.

Pentru instruirea persoanelor nominalizate de companii ca responsabili pe acest domeniu se va stabili un calendar cu tematica de formare și datele/locațiile de susținere. Instruirile se vor face de către specialiștii Centrului de Soluții EAN.

GS1 Romania este în discuții avansate cu câteva mari rețele de retail pentru includerea acestor cerințe - Certificatul și Atestatul GS1 - în contractele comerciale cu furnizorii, astfel încât această acțiune să nu fie izolată, iar efectul asupra pieței să fie consistent.

BIOFARM S.A. - prima companie românească certificată de nivel 2

Stăm de vorbă cu Dl. Dragoș Guțoi, responsabil codificare:

■ Ce v-a determinat să solicitați certificarea de nivel 2?

Deși societatea noastră are persoane instruite în domeniul codificării care veghează asupra acestei activități, am considerat necesar să avem, din partea organizației autorizate GS1, garanția bunei reprezentări a codurilor de bare pe fiecare dintre produsele noastre, pentru a preîntâmpina orice neajunsuri sub acest aspect. Mai mult, diversitatea portofoliului de produse al BIOFARM S.A. și prezența pe piața internațională ne obligă să eliminăm orice eroare care ar putea afecta prestigiul companiei. Înțelegem că certificatul de nivel 2 nu ne exonerează de răspunderea unei codificări corecte, dar ne ajută s-o aplicăm, câștigând totodată și încrederea clienților noștri.

■ Vi s-ar părea justificată acțiunea de solicitare generalizată, mandatorie a certificărilor GS1 pe lanțul de distribuție și de ce?

În primul rând, perfecționarea oricărui proces din cadrul activității companiilor producătoare ar trebui să fie un deziderat comun. În afară de acest lucru, privind din perspectiva distribuitorilor, orice acțiune menită a simplifica, și aici mă gândesc mai ales la automatizarea identificării și gestiunii, a fluidiza și a elimina riscurile de erori datorate codificării, este binevenită.

■ V-ar avantaja ca furnizorii dvs să fie certificați GS1?

Certificarea furnizorilor ar însemna alinierea la un sistem unic de codificare, sistemul GS1, ceea ce ar facilita procesele interne precum cel de comandare sau recepție a materiilor prime. Nu în ultimul rând, această uniformizare a codificării ar permite realizarea trasabilității produselor noastre de la pacient până la furnizorii societății BIOFARM, știut fiind faptul că și în domeniul medical, ca și în cel alimentar, posibilitatea urmăririi și trasării produselor este un element extrem de important în asigurarea siguranței consumatorilor.



EDI pentru toți partenerii de pe lanțul de distribuție

eCom este un termen GS1 utilizat pentru tehnologia Schimbului Electronic de Date (EDI), care poate fi definit ca "transfer rapid, eficient, corect și automat de date structurate prin mesaje standard de la o aplicație computerizată la alta, cu minim de intervenție umană indiferent de tipurile de hardware sau software ale utilizatorilor". Transportul, Logistica și eGovernment cu concentrare pe eProcurement au fost identificate ca sectoare centrale de activitate în care aplicarea eCom se află în expansiune. Două companii care decid să implementeze EDI trebuie să agreeze definițiile tipului de date ce le vor schimba și cum vor fi prezentate aceste date, respectiv prin mesaje standardizate.

STANDARDE PENTRU SCHIMBUL DE INFORMAȚII

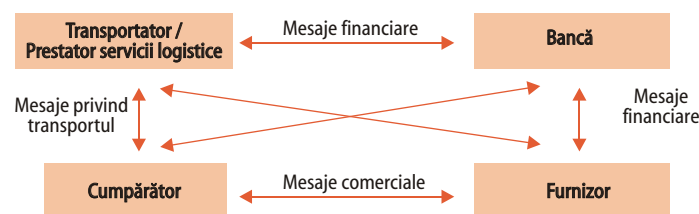
GS1 a creat oficial două standarde complementare pentru eCom. Cel mai răspândit ca implementare în aproximativ 70.000 companii membre din 42 de țări este **EANCOM®**, un subset al standardului UN/EDIFACT. Deși este folosit de 20 de ani, EANCOM® prezintă o creștere în procentul de implementări de 10% pe an.

GS1 XML este o tehnologie mai recentă a cărei popularitate este în creștere. Strategia pe termen lung a GS1 tinde spre adoptarea GS1 XML ca unic standard eCom. Totuși, GS1 recunoaște că EANCOM® este eficient și operativ, iar migrarea către GS1 XML pe scară largă va fi posibilă numai la dorința utilizatorilor, nu dintr-o decizie strategică.

O altă tehnologie nou dezvoltată care permite companiilor mici cu capacități tehnologice limitate să partajeze informații cu parteneri comerciali mai mari este **webEDI**.

MESAJELE EANCOM®

Mesajele disponibile în standardul EANCOM® acoperă toate funcțiile necesare pentru efectuarea unei tranzacții comerciale.

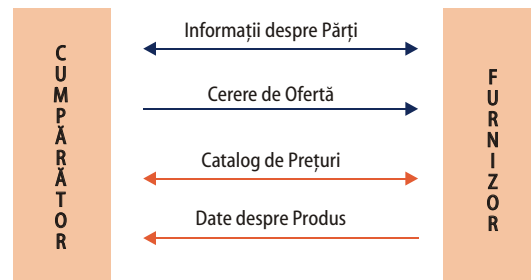


Părțile implicate în EDI trebuie să aibă capacitatea de a utiliza și interpreta datele în același mod, de aceea alinierea datelor între partenerii comerciali constituie o cerință preliminară implementării EANCOM®.

Tipuri de mesaje EANCOM®

1. Mesaje folosite pentru alinierea și schimbul datelor master despre parteneri și produse. Datele master se stochează în sistemele informatice ca referințe pentru tranzacțiile sau schimburile ulterioare.

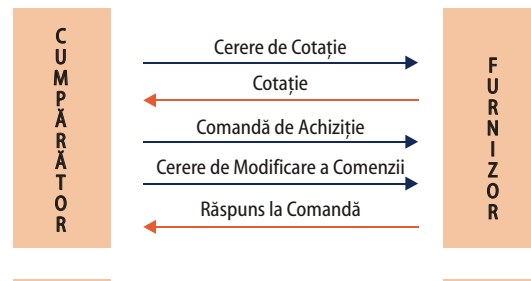
- **Party Information (PARTIN)** - Informații despre Părți - furnizează informații despre locații și alte date administrative, comerciale, financiare (nume, adresă, contact, cont).
- **Product Inquiry (PROINQ)** - Cerere de Ofertă - solicită informații pentru a se selecta un anumit grup de produse dintr-un catalog.



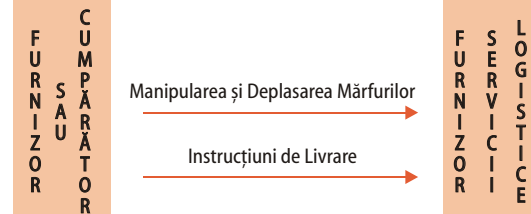
- **Product Data (PRODAT)** - Date despre Produs - este folosit pentru furnizarea informațiilor tehnice și funcționale ale produsului.
- **Price/Sales Catalogue (PRICAT)** - Catalog de Prețuri - este o listă cu produsele unui furnizor care include descrieri, informații logistice și financiare despre fiecare produs.

2. Mesaje folosite în tranzacții - mesaje folosite pentru a comanda bunuri sau servicii, pentru a organiza transportul bunurilor și pentru a realiza plata bunurilor sau serviciilor furnizate.

- **Request for Quotation (REQOTE)** - Cerere de Cotație - pentru bunuri sau servicii, include și condiții de plată, precizează cantitatea, locația livrare.
- **Purchase Order (ORDERS)** - Comandă de Achiziție.
- **Purchase Order Change Request (ORDCHG)** - Cerere de Modificare a Comenzii.

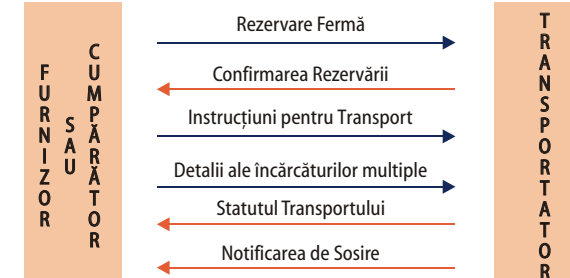


- **Quotation (QUOTES)** - Cotație - răspunde mesajului precedent.
- **Purchase Order Response (ORDRSP)** - Răspuns la Comandă - confirmă primirea mesajului de Comandă, acceptarea comenzii, propune amendamente sau notifică neacceptarea comenzii.



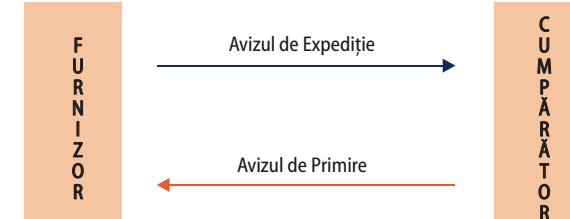
- **Cargo/Goods Handling and Movement (HANMOV)** - Manipularea și Deplasarea Mărfurilor - identifică cerințele legate de manipulare.
- **Instruction to Despatch (INSDES)** - Instrucțiuni de Livrare - instrucțiuni de livrare a bunurilor (locație, dată).

- **Firm Booking (IFTMBF)** - Rezervare Fermă - angajament de servicii al expeditorului față de transportator.
- **Transport Instruction (IFTMIN)** - Instrucțiuni pentru Transport.
- **Forwarding and Consolidation Summary (IFCSUM)** - Detalii ale încărcăturilor multiple pentru care se furnizează serviciul de transport.



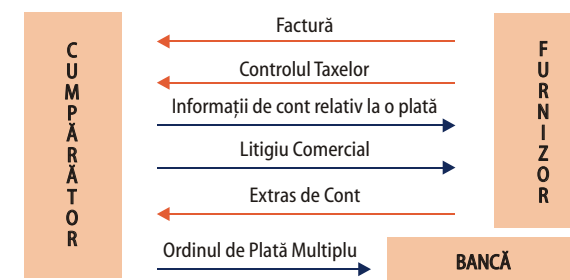
- **Booking Confirmation (IFTMBC)** - Confirmarea Rezervării.
- **Transport Status (IFTSTA)** - Statutul Transportului - informații privind statutul deplasării fizice a încărcăturii.
- **Arrival Notice (IFTMAN)** - Notificarea de Sosire - notifică și dă detalii privind sosirea unei încărcături.

- **Despatch Advice (DESADV)** - Avizul de Expediție - avizează destinatarul despre bunurile expediate în condițiile agreeate de vânzător și cumpărător. Punctul de expediție este numai unul însă destinațiile pot fi multiple.



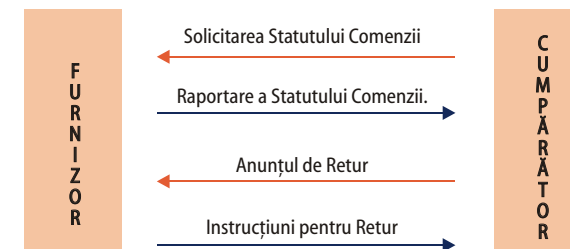
- **Receiving Advice (RECADV)** - Avizul de Primire - specifică detaliile conținutului unei expediții primite, în scopul de a-l încunoștiința pe destinatar ce materiale au fost primite dintre cele comandate.

- **Remittance Advice (REMADV)** - Informații de cont relativ la o plată.
- **Commercial Dispute (COMDIS)** - Litigiu Comercial - contestă mesaje INVOIC
- **Multiple Payment Order (PAYMUL)** - Ordinul de Plată Multiplu - indică băncii să debiteze unul sau mai multe conturi.



- **Invoice (INVOIC)** - Factură - joacă rol de factură proformă.
- **Tax Control (TAXCON)** - Controlul Taxelor - rezumă informațiile legate de taxe pentru o factură.
- **Commercial Account Summary (COACSU)** - Extras de Cont - datele legate de plățile realizate într-o perioadă.

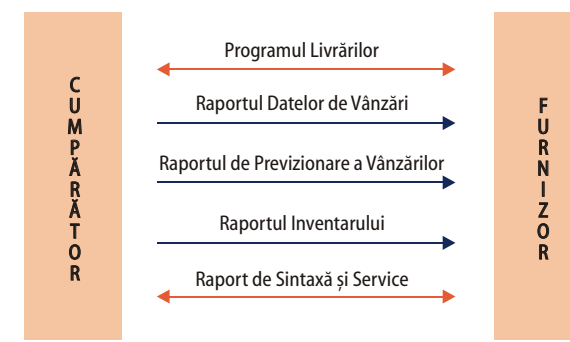
- **Order Status Report (OSTRPT)** - Raportare a Statutului Comenzii.
- **Instructions for Returns (RETINS)** - Instrucțiuni pentru Retur - o parte o informează pe cealaltă dacă și modul în care se vor returna bunuri sau indică cum să se procedeze cu bunurile ce trebuiau returnate.



- **Order Status Enquiry (OSTENQ)** - Solicitarea Statutului Comenzii - solicită informații referitoare la statutul actual al unei comenzi.
- **Announcement for Returns (RETANN)** - Anunțul de Retur - detalii despre bunuri ce vor fi returnate.

3. Raportare și planificare - mesaje folosite pentru a furniza partenerilor comerciali informații relevante sau cerințe pentru viitor, confirmări sau erori.

- **Sales Data Report (SLSRPT)** - Raportul Datelor de Vânzări - permite transmiterea datelor de vânzare ce pot fi procesate automat.
- **Sales Forecast Report (SLSFCT)** - Raportul de Previzionare a Vânzărilor - comunicarea datelor de vânzări previzionate.
- **Inventory Report (INVRPT)** - Raportul Inventarului - specifică informații legate de inventarele planificate



- **Delivery Schedule (DELFOR)** - Programul Livrărilor - instrucțiuni de livrare pe termen scurt sau previziuni pe termen lung în scopul planificării.
- **Syntax and Service Report Message (CONTRL)** - Raport de Sintaxă și Service - confirmă primirea unui mesaj EDIFACT sau detaliază erorile conținute.

Băncile fac, de asemenea, parte din viața societăților de pe lanțul de distribuție și, pentru îmbunătățirea comunicației cu acestea, au fost create o serie de mesaje precum: **Multiple Debit Advice (DEBMUL)** - Aviz de Debit Multiplu - raport al sumelor debitate din conturile clientului; **Multiple Credit Advice (CREMUL)** - Aviz de Credit Multiplu - raport al sumelor creditate în contul clientului; **Banking Status (BANSTA)** - Statutul Bancar -

informează asupra statutului unui mesaj financiar trimis anterior; **Financial Cancellation (FINCAN)** - Contramandare/Anulare Financiară - solicită anularea unui mesaj financiar anterior; **Financial Statement (FINSTA)** - Extrasul Financiar - dare de seamă cu privire la intrările în cont.

În numărul următor vă propunem spre lectură un articol privind EDI în România, asigurat prin serviciul TECNET.