

# Codurile de bare DEZVĂLUIE !

INCURSIONE  
ÎN LUMEA CODURILOR  
E.A.N. / U.P.C.  
ȘI A ALTOR  
CODURI  
DE  
BARE



## De ce am nevoie de un cod de bare?



Aveți o idee măreață și vreți să intrați cu ea în afaceri... Produceți, importați sau vreți să vindeți produse *engros* sau detaliat.

Ați declanșat producția sau ați comandat produsele pentru revânzare și realizați că aveți nevoie de un Cod de Bare! Codurile de Bare sunt folosite pentru transmiterea prețurilor către mașinile electronice de încasat din magazine și mai sunt, de asemenea, cadrul inventarierilor și al verificărilor de stocuri. Veți avea nevoie de un Cod de Bare pentru fiecare produs sau variantă a produsului pe care îl vindeți. De exemplu, dacă vindeți tricouri, veți avea nevoie de Cod de Bare pentru fiecare fel de design, fiecare culoare și mărime a tricourilor.



Dacă intenționați să vindeți în magazine care folosesc Coduri de Bare cu prefix conectat la EDI (Electronic Data Interchange), atunci aveți nevoie să vă obțineți codul direct de la GS1.

După ce obțineți rapid Codul de Bare de la noi, aveți două variante: vă inserați grafica Codului de Bare în macheta etichetei produsului (sau pe etichete autocolante) sau comandați etichete unei firme care le poate tipări. Merită să verificați și oferta noastră.

Acum sunteți gata să începeți afacerea și aveți tot ce vă trebuie ca să porniți vânzările.

Contactați proprietarii de magazine, managerii, etc și îi convingeți că aveți de vânzare ceea ce potențialii clienți au nevoie. Obțineți acordul.



Vi se trimite o comandă iar dvs. le furnizați întâi o listă cu produsele dvs., specificațiile pentru fiecare produs (mărime, culoare, gramaj, etc) ȘI CODUL DE BARE EAN SAU UPC pentru fiecare articol în parte. Fiecare magazin își ține propria bază de date a produselor și a numerelor de Coduri de Bare. **Nu există vreo bază de date care să conțină toate produsele de pretutindeni!**





Informațiile pe care le-ați furnizat sunt introduse în computerul conectat la întregul lor sistem de POS (Point of sale/puncte de vânzare = casierile electronice conectate la scannere).

Produsele dvs. sunt livrate magazinelor unde devin disponibile pentru vânzare. (Putem să vă ajutăm și cu coduri de container, dacă aveți nevoie).



Un client alege produsul dvs și se duce la casa de marcat.



Produsul este scanat, iar informațiile produsului respectiv sunt trimise către mașina de încasat electronică. Stocul este ajustat, actualizat – se deduce cantitatea scanată – și articolul este vândut.

Clientul plătește pentru articol și tranzacția este completă.



LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIATI FARA ABONAMENT!

## Introducere în conceptul de Cod de Bare

Oriunde vei merge, la magazinul „din colț”, la supermarket, on line pe Amazon.com sau în propriul frigider sau congelator (!), vei vedea că tot ceea ce ai cumpărat poartă un Cod de Bare pe etichetă. Uneori e greu de găsit, întoarce pachetul și vei vedea că e acolo.

În această caret, avem de gând să „elucidăm misterul” Codurilor de Bare EAN sau UPC pentru ca toată lumea să înțeleagă mai bine cum funcționează.

Ei bine, un cod de bare este o reprezentare de date, citibilă de un aparat optic. Una dintre primele aplicări ale codurilor de bare a fost etichetarea vagoanelor de marfă de pe calea ferată, dar nu au fost un succes comercial până nu au fost folosite pentru automatizarea sistemelor de plăți din supermarket-uri, procedură ce azi a devenit universală.

Prin sisteme precum RFID s-a încercat schimbarea acestui standard, dar simplitatea lui, universalitatea și costul scăzut la printării codurilor de bare au limitat rolul noilor sisteme. Costă mai puțin de o treime de eurocent ca să implementezi un cod de bare tipărit, comparativ cu implementarea unui pasiv RFID care costă de la cinci la douăzeci și șase de eurocenți.\*

George Joseph Laurer a fost cel care a dezvoltat Universal Product Code în 1973. Ca inginer la IBM, i s-a solicitat să dezvolte șablonul folosit pentru Universal Product Code (codul de bare UPC-A).

GS1, care pe vremea aceea se numea Consiliul de Codare Uniformă (Uniform Code Council=UCC) este furnizorul de prefixe ale codurilor de bare UPC. O firmă se duce la GS1, cumpără prefixul și era responsabilă de auto-allocarea numerelor de identificare care urmează după prefix.

Prefixul de cod de bare (adică primele 6, 7, 8 sau 9 cifre) / cifre, care sunt în total unsprezece) se numește un Prefix UPC de Cod de Bare. Compania careia i s-a repartizat un Prefix UPC de Cod de Bare răspunde de alocarea următoarelor cifre (care vor face împreună Prefixul UPC de Cod de Bare unsprezece digiți) produselor lor.

Apoi, când numărul de cod de bare a fost desemnat, ultimul număr este determinat matematic printr-o ecuație algebrică ca să creeze o cifră de control. Această cifră este digitul final, al doisprezecelea. Când te alături GS1, primești un prefix certificat, împreună cu un „start-up package”/kit de pornire.

Din câte știm nu toate companiile de retaileri cer copii ale certificatelor de Prefix de Cod de Bare. Numitorul comun al acestor retailerilor este acela că folosesc prefixul producătorului pentru EDI-ul lor (Electronic Data Interchange). Dacă nu intenționați să vindeți direct acestor lanțuri de companii, aveți opțiunea de a folosi o firmă care în mod legal își poate subdivide Prefix de cod de bare.

GS1 menține o bază de date a prefixelor. În opinia noastră, conceptul acestei baze de date este o idee grozavă și trebuie menținută. Din păcate, această bază de date este, de fapt, ignorată, necunoscută și nefolosită.

Retailerii introduc informațiile de pe fișa de produs pe care au primit-o de la furnizorii lor. Furnizorul transmite retailerului informațiile produselor lor, inclusiv codul de bare uman-citibil (adică 12 digiți pentru UPC sau 13 digiți pentru EAN) iar retailerul introduce aceste date în sistemul lor POI.

Nu există o dată de baze centralizată a codurilor de bare. Există potențial 10 miliarde de produse în orice moment, ce ar putea fi reprezentate prin codurile de bare UPC-A, respectiv 100 miliarde dacă se ia în considerare digitul în plus de la simbolisti ca EAN! Asta explică mai mult ca orice, de ce nu poate exista o bază de date centralizată a produselor codate. Nimeni nu are resursele necesare catalogări atât de uriașe.

Nu există nimic programat în codurile de bare UPC sau EAN. Barele nu sunt altceva decât reprezentarea grafică a numerelor din codul de bare. Retailerul asociază aceste numere cu informația despre produs. Această informație este extrasă din baza de date a retailerului în momentul în care produsul este sacanat.

Aveți două alegeri atunci când trebuie să cumpărați un cod de bare sau un bloc de coduri de bare. Fie cumpărați direct de la GS1 (cu taxă anuală de plătit), fie cumpărați de la noi, mai ieftin. Compania pentru care se face intermedierea pe acest site sau companii similare, și-au primit prefixuri în anii 90' sau la începutul anilor 2000'. În 2002 GS1 a încercat să pună în aplicare o înțelegere cu deținătorii de prefixe de coduri de bare UPC în care era inclusă și o taxă de reînnoire anuală. Se includeau și reguli sub formă de contract, care făceau imposibilă subdivizarea unui număr de cod de bare. În înțelegerile anterioare, nimic de felul acesta nu existase.

Cei de la GS1 au decis să schimbe modul în care făceau business. Au început să trimită notificări insistând ca deținătorii de prefixe să le plătească taxă de reînnoire anuală și să fie de acord cu noii termeni și condiții.

În cele din urmă, a fost declanșat un proces comun împotriva GS1 în statul Washington, iar GS1 a pierdut. Rezultatul a fost că toți deținătorii de prefixe obținute înainte de 28 august 2002, au fost exceptați de la plata taxei de reînnoire anuală către GS1 și de la aplicarea noului acord.

#### **Citând din Hotărârea rezultată în urma procesului:**

<http://idhistory.com/standards/UCC%20Settlement%20Dec%202003.pdf>

*„Această Hotărâre stabilește că acele companii care au devenit membre UCC înainte de 28 august 2002 nu sunt obligate să plătească taxă de reînnoire anuală către UCC pentru a-și menține statutul de membre ca o condiție pentru a-și folosi Prefixelor de Companie eliberate lor de către UCC, sau ca o condiție a Beneficiilor de Bază rezultate în calitate de membri, așa cum au fost definite în hotărârea Class Settlement Agreement. Membrii care au plătit taxă de reînnoire anuală către UCC sunt îndreptățiți la compensații rezultate din suma agreată de 3.895.000 de dolari. Hotărârea mai stabilește că „acordul de licență”, care a însoțit facturile de achitare a taxelor de reînnoire anuală, este nul și neavenit pentru aceia care au devenit membri UCC înainte de 28 august 2002”\*\**

**Citându-l pe George Laurer**, *„Sunt adesea întrebat dacă o persoană care a cumpărat un număr de la un vânzător cod de bare din subdiviziune va avea probleme legale în viitor. Spun din nou, nu sunt avocat, dar dacă numărul a fost atribuit vânzătorului de cod de bare din subdiviziune, de către UCC, înainte de august 2002, atunci răspunsul este: nu va avea nici o problemă”\*\*\**

Decizia de a conlucra cu noi (ori firme similare nouă) sau cu GS1 este o chestiune de eficientizarea costurilor. GS1 solicită o sumă la începutul contractului și apoi o taxă anuală de reînnoire bazată pe numărul de coduri de bare de care aveți nevoie împreună cu veniturile companiei. Cu cât produceți mai mulți bani, cu atât codul de bare vă va costa mai mult iar suma continuă să se mărească în timp.

**Considerăm că GS1 este o mare organizație, furnizează servicii extraordinare; totuși, pentru firme mici, cu buget limitat, colaborarea cu o companie care vinde coduri de bare subdivizate, are mai mult sens.**

\* Text furnizat de Wikipedia, disponibil sub Creative Commons Attribution/Share-Alike License

(Share-alike este un termen de licențiere drepturi de autor, folosit inițial de către Creative Commons proiect, pentru a descrie lucrări sau licențe care necesită copii sau adaptări ale lucrărilor care urmează să fie lansate sub aparență identică sau similară de licențacu originalul), la

<http://en.wikipedia.org/wiki/Barcode>

\*\* <http://www.ibcaweb.org/ucc-settlement.htm>

\*\*\* <http://bellsouthpwp.net/l/a/laurergj/UPC/renufee.html> (pagină de pe websiteul lui George Laurer)

\*\*\*\* <http://www.laurerupc.com> (websiteul lui George Laurer)

#### **Condiții care fac codurile subdivizate perfect funcționale în sistem:**

**unicitate, conțin treisprezece cifre scanabile la orice casă de marcat, sunt însoțite de un certificat care le atestă proveniența, există o bază de date viabilă, în care aceste coduri pot fi stocate, însoțind**

informațiile de produs și de firmă care comercializează/vinde produsul).

**LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIATI FARA APROBARE!**



## Au U.P.C. și EAN-13 același simbol?

Răspunsul scurt este DA.



EAN = 0012345678905

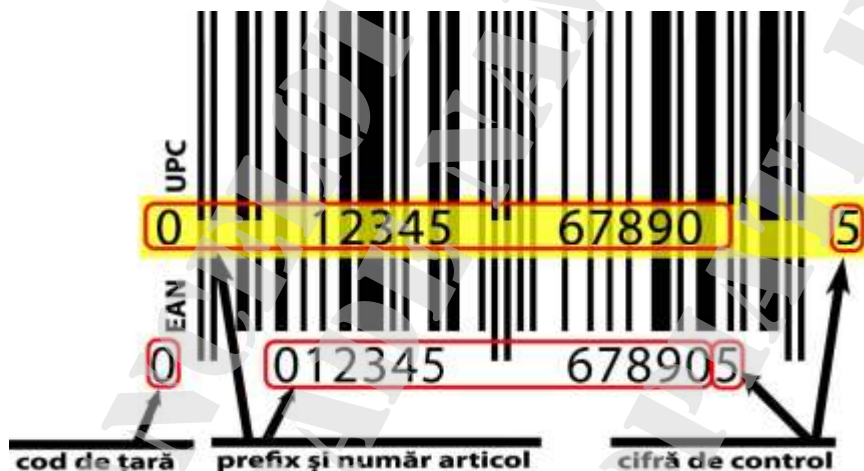
UPC = (0)012345678905 sau  
*Class Settlement Agreement*  
012345678905

GS1, sursa originală pentru codurile de bare, a creat confuzia dintre UPC (Universal Product Codes) și EAN (European Article Numbers numite și International Article Numbers). Codul de bare UPC-A a fost formatul original pentru codul de bare de produs. Începând să crească cererea Europa, Asia și Australia, au fost adăugate coduri pentru țară. (Avem o astfel de listă în această cărțuție). US și Canada au codul de țară cu zero care nu se tipărește sub cod și nici nu se introduce în bazele de date al casieriiilor sau în inventarele nordamericane.

Dacă priviți imaginile grafice (nu și textul...) de mai sus, veți observa că sunt identice. Atât lățimea barelor cât și cea a spațiilor dintre bare este exact aceeași. Singura diferență majoră este plasamentul numerelor de dedesubt (numerele uman-citibile) care se află acolo doar de rezervă, ca prevedere în cazul în care codul de bare nu a fost scanat cum trebuie iar informația trebuie să fie introdusă la casă, manual.

Mergând mai departe, am suprapus grafica (simbologiile) UPC și EAN în așa fel încât să observați că imaginile sunt identice.

Codul de țară nu apare sub codul de bare în UPC, din moment ce GS1 nu a pus accentul pe importanța indicării codului de țară al US și al Canadei. Au socotit că din moment ce majoritatea produselor vândute în ambele țări provin de la importatori, distribuitori sau producători din US sau Canada, pot renunța la zeroul din față, în cadrul părții uman-citibile.



Noi, totuși, considerăm că dacă faceți afaceri în mod curent exclusiv în Canada și US, este mai sigur dacă veți comanda coduri de bare UPC pentru produsele dvs.

Mulți comercianți cu amănuntul, în special cei mai mici, folosesc încă sisteme de inventar și contabilitate mai vechi care le permit să introducă doar 12 cifre UPC și nu un șir de 13. Dacă asta se va schimba în viitor, puteți comuta cele 12 cifre UPC spre cele 13 EAN, adăugând în codul de țară, un zero. Nimic nu indică deocamdată, că US și Canada vor comutat totul la codurile de bare EAN 13.

*Următoarele informații sunt folosite cu permisiunea lui George Laurer– [www.laurerupc.com](http://www.laurerupc.com). Dl. Laurer este inventatorul codurilor de bare UPC.*

«Se pare că există multă confuzie cu privire la diferențele dintre codurile U.P.C. și codurile EAN și modul lor de folosire.

"U.P.C. Versiunea A" și "EAN-13" sunt și mereu au fost simboluri cu 13 caractere iar numerele în sine, au fost întotdeauna 13. Simbolul U.P.C. (Version A) și simbolul EAN13 sunt în mare unul și același lucru. Ambele au același număr de bare și același număr de spații.

\* Am folosit peste tot denumirea UCC, chiar dacă s-a evoluat la această denumire de muți ani, pentru a evita orice confuzie. În 1975 se numea UPCC (Uniform Product Code Council).

### **Originea confuziei EAN vs. U.P.C.**

Când am conceput U.P.C. pentru magazinele din Statele Unite, doar 12 cifre erau necesare, inclusiv ultimul număr de control. Am conceput un simbol în care jumătatea din stânga era compusă din numere impare iar cea din dreapta din numere pare. Fiecare caracter tipărit are două bare și două spații și este făcut din șapte module. Numerele impare înseamnă pur și simplu că reprezentarea tipărită a cifrelor are un număr impar de module negre (întunecate). Invers, paritatea numerelor arată un număr par de module negre (întunecate).

UCC\* a ales să denumească U.P.C. un simbol de 10 caractere și au hotărât să tipărească doar 11 în forma uman-citibilă. Cele 10 caractere care identificau producătorul și articolul în sine, erau tipărite sub bare.

Înainte ca reprezentarea simbolurilor să fie stabilită definitiv, o binecunoscută firmă de consultanță a fost angajată de neexperimentata UCC pentru a determina numărul de cifre care ar îndeplini cerințele zonei de vânzări în magazine. Luând în calcul mulți factori, și nu printre cele din urmă faptul că la acea vreme capacitatea computerelor aveau o putere limitată, a fost recomandat un număr format din 10 cifre. Era o sarcină extrem de grea de a convinge diferitele grupuri implicate în această sferă economică de a renunța la sistemele pe care deja le foloseau și să adopte noul sistem de 10 cifre. Decât să admită că firma de consultanță greșise și pentru a nu redeschide polemica numărului de cifre, s-a luat decizia de a menține simbologia U.P.C. ca formată din 10 cifre.

Un alt factor luat în considerare a fost acela că era mai dificil să tastezi varianta EAN uman-citibilă decât cea UPC atunci când se rata scanarea simbolurilor la casa de marcat. Ei au promovat iluzia, solicitând ca cifra de control să fie înlăturată la scanare. SN-ul (sistemul numeric) era necesar la procesarea în sistemul magazinului, dar nu era necesar în procedurile de transfer între sisteme. Iluzia a fost întărită de faptul că SN-ul nu a fost tipărit în rând cu cele 10 cifre identificatoare iar cifra de control nu se tipărea deloc.

După ce U.P.C. a fost în uz mai mulți ani, Europa a realizat utilitatea lui, dar și faptul că o a treisprezecea cifră era necesară pentru identificarea mai multor țări. Eu, atunci, am introdus cifra suplimentară prin codarea jumătății stângi a simbolului cu trei cifre pare și trei impare și apoi le-am aranjat în modele variate, fiecare model reprezentând un cod de țară diferit.

Scannerul recunoaște o serie de cifre ca jumătatea dreaptă a simbolului, dacă paritatea caracterelor este în totalitate pară și recunoaște partea din stânga, dacă este toată compusă din numere impare, **SAU** dacă 3 caractere sunt pare și 3 impare.

-----

În 1997 Consiliul Uniformității Codului, Inc (UCCI) a lansat proiectul **SUNRISE**. Această inițiativă cerea ca toate companiile canadiene și americane să fie capabile să scaneze și proceseze la casele de marcat, până la 01 ianuarie 2005, pe lângă simbolurile U.P.C., și simbolurile EAN-13. Aceasta îndeplinindu-se, UCC și-a schimbat numele în GS1 US, și și-au luat responsabilitatea de a controla ambele sisteme de numere: U.P.C. și EAN.



Simpu spus, simbolurile și numerele U.P.C. și EAN-13 sunt la fel. Mai jos este un simbol U.P.C. împreună cu echivalentul său EAN-13 suprapus cu roșu. Se poate observa că barele și spațiile sunt la fel, diferând doar pastea uman-citibilă.»



--- sfârșitul articolului lui George Laurer.

LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIATI FARA APROBARE

## Anatomia unui Cod de bare



UPC



EAN

Simbolul codului are două părți:

- 1) Cea citibilă de către mașină (barele).
- 2) Numerele uman-citibile (numerele de dedesupt).

În ilustrația de mai sus, numărul de identificare a producătorului este reprezentat de primele șase cifre ale numărului UPC – (0)753182 în imagine. Următoarele cinci cifre - 95342 – sunt numerele produsului. Și GS1 asigură 7, 8 și 9 cifre numărului producătorului. Ultima cifră, 7, este cea de control.

Persoana care coordonează ce cod de bare va fi alocat cărui produs, se numește coordonator UPC. Această persoană este responsabilă pentru alocarea numerelor la diferitele produse, asigurându-se că același cod nu este folosit la mai mult de un produs, retrăgând codurile pe măsură ce produsele sunt retrase de la producție, etc.

De obicei, fiecare articol vândut de un producător necesită un cod diferit, în concordanță cu orice variație a produsului. Din moment ce codul de bare se folosește și la urmărirea inventarului este foarte important să avem coduri diferite pentru oricare aceste variații. De exemplu, niște pantofi bărbățești din piele pot fi negri, maron sau crem, la rândul lor, fiecare având mărimile 40, 41, 42, 43, 44 și 45. Fiecare dintre aceste variații are cod de bare separa, în total 18 (3 culori x 6 mărimi = 18 produse diferite).

### ***E bine să retragem un cod de bare deja alocat ?***

Asta ar putea să nu fie prea simplu și dă mult de furcă retailerilor. Unii dintre aceștia, precum Amazon, nu permit schimbarea sau reactualizarea numerelor cu un nou produs. Una peste alta, codurile de bare sunt relativ ieftine și nu justifică confuzia eventual creată.

## Cifrele principale – UPC A

Prima cifră a unui UPC-A este numărul de identificare a producătorului. Este numit caracterul numărului de sistem. Tabelul următor vă arată ce înseamnă diferitele caractere ale numărului de sistem.

0: Număr Standard UPC

1: Rezervat

2: Elemente aleatorii de greutate (fructe, carne, legume, etc.)

3: Articole farmaceutice

4: Comercializare în interiorul magazinului pentru vânzătorii cu amănuntul (un magazin poate configura coduri de bare unice pentru el însuși, dar nici un alt magazin nu va fi posibilitatea de a le citi)

5: Copoane

6, 7: Număr Standard UPC

8: Rezervat

9: Rezervat

LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIATI FARA APROBARE!

## Cifra de control

Ultima cifră a unui cod de bare UPC sau EAN se numește cifră de control.

Acest număr arată scannerului (și computerului atașat la el) dacă scanarea s-a făcut corect sau nu. Această este o parte foarte importantă a codului de bare.

Primele 11 cifre ale unui cod de bare UPC sau primele 12 cifre ale unui cod de bare EAN sunt o combinație dintre prefix și numerele alocate unui anumit produs. Cifra finală de control este un algorithm matematic al primelor 11 cifre.

Poziția numerelor	UPC	EAN	Înmulțiți cu:	Rezultă:
N <sub>1</sub>		0	1	0
N <sub>2</sub>	7	7	3	21
N <sub>3</sub>	5	5	1	5
N <sub>4</sub>	3	3	3	9
N <sub>5</sub>	1	1	1	1
N <sub>6</sub>	8	8	3	24
N <sub>7</sub>	2	2	1	2
N <sub>8</sub>	9	9	3	27
N <sub>9</sub>	5	5	1	5
N <sub>10</sub>	3	3	3	9
N <sub>11</sub>	4	4	1	4
N <sub>12</sub>	2	2	3	6
			SUMA	113

Ultimul număr din dreapta este cifra de control. În cazul acesta este 7. Dacă doriți să calculați cifra de control a unui cod de bare UPC-A în Excel , procedați așa:

Scădeți suma numerelor din cel mai apropiat multiplu de 10 (sau dacă suma este egală cu multiplu de 10, atunci din aceasta; adică la suma 90, din 90 sau la suma 65, din 70, etc). În acest exemplu următorul cel mai mare multiplu de 10, este 120. Deci,  $120 - 113 = 7 = \text{CIFRA DE CONTROL}$ .

Nu este nici o informație ascunsă încadrată în codul de bare, nici informații privind prețul, nici informații privind produsul. Barele reprezintă doar un număr format din 12 cifre.

Felul în care funcționează:

- Producătorul fixează codul de bare alocat pe produs (lipește eticheta).
- Vânzătorii introduc informațiile despre produs în computerul lor central care controlează și comunică cu toate sistemele Point of Sales (casele de marcat).
- Clientul își aduce cumpărăturile la casa de marcat, fiecare produs este scanat iar sistemul casei de marcat comunică cu computerul central trimițându-i informațiile referitoare la aceste produse.
- Informațiile sunt tipărite pe chitanță la casă, se încasează banii și apoi articolele vândute sunt deduse cantitativ din inventarul magazinului.

## Mărimile Codurilor de bare.

Mărimile codurilor de bare UPC sunt definite prin dimensiuni. Mărimea minimă a unui cod UPC este 1.5" x 1" (3,8cm x 2,5cm) Numerele EAN și UPC sunt scanate de scanere pentru comerț omni-direcționale. Asta înseamnă că aceste coduri de bare au o relație directă între înălțimea simbolului și lățimea lui. Când una dintre dimensiuni este modificată, cealaltă ar trebui să se modifice proportional amount.



Mărimea minimă a UPC ar trebui să fie 80% iar cea maximă 200%. Dacă nu aveți suficient spațiu, puteți reduce înălțimea codului de bare, care, deci, înseamnă că poate fi ceva mai mică.

Codul de bare din stânga este de 1.5" x 0.8" (3,8cm x 2cm), care poate fi scanat perfect.

Codul de bare necesită, deasemenea, o zonă liberă, „de liniște”, de 1mm, în stânga și-n dreapta, în exteriorul barelor. Fără de acest spațiu, este posibil ca scanarea să nu se poată face; iar asta este cerința absolută a unui cod de bare. Dacă aveți nevoie să modificați mărimea unui cod de bare, supravverificați-l dacă, după noile transformări, poate fi scanat.



LANCELOT (TRADE NAME).  
 NU COPIATI FARA

## Codurile de țări

Prefixele codurilor de bare **nu furnizează identificarea origii unui anumit produs. Pentru diferitele țări, de-abia există capacitatea numerică, de a se furniza de către cei de la GS1, a prefixelor codurilor de bare.**

Codul de bare UPC nu cuprinde cifra zero din față. Un Cod de bare UPC care începe cu cifra 7, ar avea codul de la 070 la 079.

Iată aici lista actuală a codurilor de țară în sistemul GS1:

00 – 019	U.S. și Canada
020 – 029	Distribuire restricționată
030 – 039	medicamentele din U.S. (vedeți U.S. National Drug Code)
040 – 049	Distribuire restricționată (MO definit)
050 – 059	cupoane
060 – 099	U.S. și Canada
100 – 139	U.S.
200 – 299	Distribuire restricționată
300 – 379	Franța și Monaco
380	Bulgaria
383	Slovenia
385	Croația
387	Bosnia și Herțegovina
389	Muntele Negru
400 – 440	Germania (codul 440 moștenit de la fosta Germaniei de Est după reunificare, în 1990)
450 – 459	Japonia
460 – 469	Rusia
470	Kyrgyzstan
471	Taiwan
474	Estonia
475	Letonia
476	Azerbaidjan
477	Lithuania
478	Uzbekistan
479	Sri Lanka
480	Filippine
481	Belarus
482	Ukraina
484	Moldova
485	Armenia
486	Georgia
487	Kazakhstan
488	Tajikistan
489	Hong Kong SAR
490 – 499	Japonia
500 – 509	United Kingdom
520 – 521	Grecia
528	Liban
529	Cipru
530	Albania
531	Macedonia
535	Malta
539	Irlanda
540 – 549	Belgia și Luxembourg
560	Portugalia



569	Islanda
570 – 579	Danmarca, Faroe Islands și Greenlanda
590	Polonia
594	România
599	Ungaria
600 – 601	Africa de Sud
603	Ghana
604	Senegal
608	Bahrain
609	Mauritius
611	Moroc
613	Algeria
615	Nigeria
616	Kenya
618	Coasta de Fildeș
619	Tunisia
621	Siria
622	Egipt
624	Libia
625	Iordania
626	Iran
627	Kuwait
628	Arabia Saudită
629	United Arab Emirates
640 – 649	Finlanda
690 – 695	Republica China
700 – 709	Norvegia
729	Israel
730 – 739	Suedia: EAN/GS1 Sweden
740	Guatemala
741	El Salvador
742	Honduras
743	Nicaragua
744	Costa Rica
745	Panama
746	Republica Dominicană
750	Mexico
754 – 755	Canada
759	Venezuela
760 – 769	Elveția și Liechtenstein
770 – 771	Columbia
773	Uruguay
775	Peru
777	Bolivia
779	Argentina
780	Chile
784	Paraguay
785	Peru
786	Ecuador
789 – 790	Brazilia
800 – 839	Italia, San Marino și Vatican City
840 – 849	Spania și Andorra
850	Cuba
858	Slovacia
859	Republica Cehă

860	Serbia
865	Mongolia
867	Coreea de Nord
868 – 869	Turcia
870 – 879	Olanda
880	Coreea de Sud
884	Cambogia
885	Tailanda
888	Singapore
890	India
893	Vietnam
896	Pakistan
899	Indonezia
900 – 919	Austria
930 – 939	Australia
940 – 949	Noua Zeelandă
950	Biroul Global GS1: Aplicații speciale
951	EPC global: Aplicații speciale
955	Malaezia
958	Macao
960 – 969	Biroul Global GS1: alocări GTIN-8
977	Publicații în serie (ISSN)
978 – 979	Bookland (ISBN) – 979 folosit în trecut pentru partituri
980	Chitanțe de returnări
981 – 983	Cupoane Monedă Curentă
990 – 999	Prefix pentru Cupoane
950	(Biroul Global GS1) Prefix folosit pentru is used for aplicații speciale și înțelegeri bilaterale.

Vedeți și [http://ro.wikipedia.org/wiki/Lista\\_de\\_coduri\\_GS1\\_ale\\_%C8%9B%C4%83rilor](http://ro.wikipedia.org/wiki/Lista_de_coduri_GS1_ale_%C8%9B%C4%83rilor)

## Ce este un cod de cupon?

Codul couponului începe cu cifra 5 pentru a indica că este vorba despre un cupon, următoarele 5 cifre de poziția doi la șase este prefixul companie, iar următoarele trei cifre reprezintă familia codului.



Acestea sunt atribuite de producător grupului de produse din cadrul unei familii de produse. O astfel de familie ar fi Pantofii – toate mărimile și culorile, Apa cu Vitamine (de diferite savori), etc.

Următoarele două cifre sunt codul valorii.

În cazul exemplului alăturat, 01 înseamnă „cumpără două, și primești unul gratis”, și în fine, ultima cifră este una de control.

Dacă doriți să aflați mai multe despre cupoane, accesați

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

LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIAȚI FARA APROBARE!

## Coduri de bare pentru Carduri de Felicitări

Sunt două modalități pentru a crea un cod de bare UPC pentru cardurile de felicitări.

1) Unii producători folosesc un cod UPC standard de 12 cifre, la fel ca la oricare alt produs.

Asta permite sistemelor de case de marcat o urmărire completă a inventarului. Recomandarea noastră este ca să folosiți un cod de bare diferit pentru fiecare variație a fiecărui card de felicitare în parte. Asta vă redă cele mai detaliate informații atunci când se urmărește vânzarea. Unii producători folosesc, deasemenea, un singur cod de bare pentru fiecare variație de preț. Aceasta va transmite informația la sistemul de case de marcat al vânzătorilor cu amanuntul, dar nu va reda precis o urmărire a inventarului.

2) Codul UPC extins.

12345

53182 95342 7

Un cod de bare UPC de 12 cifre este folosit pentru fiecare tip de design și preț iar apoi, pentru magazin și evidențiere, un adaos de 5 cifre, la sfârșitul codului de bare propriu-zis.

## Cod de bare pentru Muzică

Dacă intenționați să vă introduceți propria muzică în magazine sau prin sisteme de distribuție, deținerea unui cod de bare este absolut necesară.

Potrivit Wikipedia (Encyclopedia Open Source – folosită aici cu permisiune), Nielsen SoundScan este un sistem de informare și urmărire creat de Mike Fine și Mike Shalett. Soundscan este metoda oficială de urmărire a vânzărilor de muzică audio și video în US și Canada. Datele sunt colectate săptămânal și sunt făcute publice în fiecare miercuri celor abonați, inclusiv directorilor executivi de la toate nivelele companiilor de înregistrări, de publicare a muzicii, vânzatori cu amănuntul de muzică, promotori independenți de film și TV și management artistic. SoundScan este sursa vânzărilor pentru charturile muzicale Billboard, făcându-le sursa oficială a vânzărilor de discuri în industria muzicală.

LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIATI FARA APROBARE!

## Coduri de bare pentru Cărți

Cărțile necesită numere ISBN. „ISBN” înseamnă "International Standard Book Number"(număr de carte standard, internațional). Un ISBN este un număr, nu cod de bare. The Simbologia este aceeași ca EAN.

O singură agenție pentru fiecare țară este desemnată pentru a aloca ISBN-uri pentru toți publiciștii din acea țară. "U.S. ISBN Agency" nu poate aloca ISBN-uri publiciștilor localizați în afara Statelor Unite și a teritoriilor lor.

ISBN-ul identifică atât titlul cărții sau a altui produs asemănător (ex.: carte audio), cât și publicistul, pentru a putea fi contactat pentru comenzi.

În U.S., ISBN-urile sunt alocate publiciștilor astfel: 1, 10, 100, 1.000, 10.000 sau 100.000 de numere.

Când participă la un standard ISBN, publiciștilor li se cere un raport amănunțit referitor la toate informațiile referitoare la titlurile respective.

Pentru informații despre numerele ISBN: U.S.: <http://www.isbn.org> , Canada

[http://www.writing.com/main/view\\_item/item\\_id/744404-Canadian-ISBN-How-to-Get-One](http://www.writing.com/main/view_item/item_id/744404-Canadian-ISBN-How-to-Get-One), Europa:

<http://book.coe.int/EN/>, Australia: <http://www.thorpe.com.au/isbn/>.

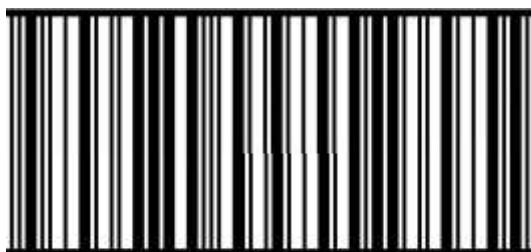
LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIATI FARA APROBARE!



## Coduri de bare pentru containere de transport

În U.S., coduri de bare pentru containere de transport sunt folosite la exteriorul ambalajelor de carton ale coletelor și sunt recomandate sau cerute de mai multe mijlocii și mari firme de vânzări cu amănuntul care au sisteme de inventare automatizate.

Simbolul de transport containere (SCS) este asemănător cu Universal Product Code. Această simbologie se numește intercalat 2 din 5 (ITF). Diferența majoră între un astfel de cod de bare și un cod de bare UPC sunt liniile de la marginea de sus și de jos a codului. Acestea se numesc barele cărașului.



10753182953486

LANCELOT ADVERTISING  
(TRADE NAME).  
NU COPIATI FARA APROBARE!

## Bazele de Date UPC

Există mai multe de baze de date UPC și nici una nu este completă.

Noi produse apar în fiecare zi și provin de de la producători uriași și antreprenori locali.

- Iată aici o listă parțială de baze de date și scopurile lor:

UPC Database – [www.upcdatabase.com](http://www.upcdatabase.com) BD informală creată inițial ca un proiect de colegiu iar acum există ca proiect ă hobby. Are peste 1.000.000 de intrări de date. Chiar dacă sună foarte mult, abia dacă „zgârie suprafața”. Această bază de date vă permite să introduceți un număr UPC sau EAN și să aflați cine sunt producătorii. Nu vă permite să introduceți un produs și să obțineți un cod UPC. UPC Data -<http://upcdata.info> este un alt site artizanal.

- Google Merchant Center – Bază de date interesantă, în care informațiile sunt alimentate cu Red Laser și aplicațiile cod de bare pe telefon mobil, pentru Google și Android <http://www.google.com/merchants> .
- GS1 - Această bază de date este bună pentru a localiza codurile de firmă. Sunt listate foarte puține articole.

<http://gepir.gs1.org/v31/xx/>

Cu toate că nu există „baze de date pentru coduri de bare oficiale” din care vânzătorii cu amănuntul să-și extragă informații, aceste BD pot fi de ajutor, dând o siguranță produselor dvs. și codului dvs. de bare UPC pe piață. În plus, cu Red Laser, Shop Savvy, Google Android Phone Scanner și Google Shops, căpătați mai multă vizibilitate.

## **Întrebări și Răspunsuri**

### ***Ce este un cod de bare?***

Un cod de bare, cunoscut ca "Universal Product Code" (adică „Cod Universal de Produs”), este un cod unic format din 12 cifre care permite angroșiștilor și vânzătorilor cu amănuntul să urmărească parcursul vânzării produsului dvs. Acest lucru le permite să-și gestioneze inventarul și să vândă produsele dvs. în Sistemul "Point of Sales" (adică un sistemul caselor de marcat).

### ***Cum funcționează un cod de bare?***

Când vă vindeți produsele către un angrosist sau vânzător cu amănuntul (Amazon, Target, Borders Books, Autozone, etc.), va trebui să completați un formular. Două dintre elementele formularului sunt numele firmei și informații privind produsul, inclusiv codul numeric de 12 cifre UPC. Apoi, angrosistul sau vânzătorul cu amănuntul introduce aceste informații în sistemul său computerizat. Casierul vă scanează produsul și astfel apar informațiile. De fiecare dată când un produs este scanat și vândut, de fiecare dată cantitățile corespunzătoare se deduc din inventar.

### ***Ce informații se găsesc într-un cod de bare?***

Singurul lucru care se află într-un cod de bare este reprezentarea unor numere. Când un cod de bare este scanat, computerul citește numărul și apoi caută informația respectivă într-o bază de date.

### ***De câte coduri de bare am nevoie?***

Aveți nevoie de atâtea coduri de bare, câte produse doriți să vindeți. Dacă vindeți pamntofi, aveți nevoie de câte unul pentru fiecare stil, culoare și mărime în parte. Fiecare variație necesită un cod de bare unic.

### ***În ce țări funcționează codul de bare UPC?***

Codurile de bare UPC funcționează oriunde codurile UPC sau EAN se scanează, inclusiv în United States, Mexic, Canada, Australia, UK, Asia, America de Sud și Orientul Mijlociu.

### ***Care este diferența dintre un cod UPC și un cod de bare UPC?***

Codul UPC este numărul însuși, în timp ce codul de bare este simbologia unui cod de bare UPC-A.

### ***Ce este o simbologie?***

Este termenul folosit pentru stilul grafic a unui cod de bare UPC. Sunt o mulțime de stiluri diferite de coduri de bare, dar principalul pentru vânzări este UPC-A (codul de bare de 12 cifre).