

Digitaalne tootepass tasub end ära juba täna

Miks moebrandid ei peaks tootepasside koostamise ja avaldamisega ootama kuni 2029. aastani ning mida see eurodes tähendab.

- **Teema:** Digitaalsete tootepasside majanduslik tasuvus ja turunduslik kasu enne ELi kohustuse jõustumist
- **Sihtrühm:** rõiva- ja tekstiiliettevõtete juhtkond, turundus-, tootehaldus-, ostu-, jätkusuutlikkuse ja IT-osakonnad
- **Sisaldab:** näidisarvutus avalikustatud eeldustega, andmekart, faasimudel, 90-päevane tegevuskava
- **Seis:** september 2026
- **Excel-arvutustabel:** olemas, et sisestada oma andmeid ja teha individuaalseid arvutusi
- **Märkus:** näidisarvutus on suunav. Ei kujuta endast õigus-, maksu- ega investeerimisnõustamist.

Näitaja	Väärtus
Märgistus ühe osa kohta praegu	0,50 €
Märgistus ühe osa kohta koos digitaalse tootepassiga	0,20 €
Aastane kokkuhoid	110 790 €

Näidisarvutus brändi kohta, mille aastane müügi maht on 250 000 tükki. Kõik eeldused on esitatud 3. peatükis ja lisas ning neid saab asendada oma arvudega.

Günter Reichelt, tekstiilinsener, kirglik ettevõtja, Transpareo nõukogu esimees. August/september 2026.

Contents

Miks te ei peaks ootama	4
Mida ma soovin teile selles artiklis näidata	4
Üheleheküljeline arve	5
Mis mind kõige enam veenis	5
1) Olukord: kohustus jõustub eeldatavasti 2029. aastal, kasu on aga kohe tuntav	6
1.1) Ajakava, nagu komisjon seda ise nimetab	6
1.2) Kohustuse taga peituv andmete pakutav võimalus	7
1.3) Kui palju maksab ootamine	7
2) Millised andmed on teil juba praegu olemas	8
2.1) Toote identifitseerimine ja põhiomadused	8
2.2) Materjal, lõngad ja kvaliteediklassid	9
2.3) Hooldus, kandmine, parandamine	9
2.4) Päritolu, tootmine ja tarneahel	10
2.5) Sertifikaadid, vastavus, jätkusuutlikkus	10
2.6) Äriteave - alahinnatud osa	11
3) Mis majanduslikku kasu toob ülemineku	12
3.1) Näidisettevõtte	12
3.2) Füüsiline märgistamine tänapäeval	12
3.3) Füüsiline märgistamine tootepassiga	13
3.4) Kolm stsenaariumi	13
3.5) Mis saab tekstiilide märgistamisest	14
3.6) Kaudsed protsessi- ja järelkulud	14
3.7) Tagastused - suurim üksik mõjur	15
3.8) Koguarve, sealhulgas platvormikulud	16
3.9) Kui osalete aastast rohkem kui kahel võistlussarjal	17
4) Millist rolli täidab tootepass turunduses	18
4.1) Ainus täieliku ulatusega kontaktpunkt	18
4.2) Kombinatsioonid ja ristmük	18
4.3) Üritused, kogukond, brändikogemus	19
4.4) Potentsiaalsete klientide leidja	19
4.5) Kaubamärgi- ja plagieerimiskaitse	21
4.6) Järelmük ja väärtuse säilitamine	21
4.7) Mitmekeelsus ja juurdepääsetavus	21
5) Mida teie organisatsioon sellest võidab	22
5.1) Alusta lihtsalt sellest, mis on käepärast	22
5.2) Andmete import ja ühendamine ning miks suund on oluline	23
5.3) Andmekogu kui iseseisev väärtus	23
5.4) Näitajad, mida peaksite mõõtma juba esimesest päevast alates	24
6) Tootepassist ELi registrisse: puhtalt vormiline küsimus	25
6.1) Mida register tegelikult teeb	25

6.2) Neli vastuväidet, mida ma kõige sagedamini kuulen	26
6.3) Riskid, selgesõnaliselt nimetatud	26
6.4) Teenusepakkuja valik	27
7) Esimesed 90 päeva	27
7.1) Kolm asja, mida tahaksin teile kaasa anda	28
Lisa: Kõik eeldused ülevaatlikult	29
Autorist	30
Transpareo kohta	30

Miks te ei peaks ootama

Olen üle 57 aasta tegelenud ettevõtete loomisega, sealhulgas osaliselt tekstiili- ja moetööstuses. Tekstiiliinsenerina – kuigi sellest on juba kaua aega möödas – ja mitmekülgse ettevõtluskogemusega tean ma, kui palju raha kulub materjalide spetsifitseerimisele ja hooldusmärgistuste kooskõlastamisele. Seetõttu kirjutan ma käesoleva artikli kirgliku ettevõtjana ja inimesena, kes teab, millist mõju avaldab kalkulasioonile neljakihilise hooldusmärgistusega satiinlint.

Lähteseis on teada. Euroopa Komisjon teatas oma DG GROW 27. mai 2026. aasta ettekandes, et tekstiilide kohta kehtestatakse delegeeritud õigusakt 2027. aasta kolmandas või neljandas kvartalis ning tootepassi kohustuslik kasutuselevõtt on kavandatud 2029. aastaks. Tavapärased reaktsioonid sellele on mul paljudest vestlustest tuttavad: oodata, jälgida, kahe aasta pärast uuesti päevakorda võtta.

Minu arvates on see viga, ja mitte sugugi väike.

Tootepassi kasulikkus ja majanduslik tasuvus ei sõltu selle kohustuslikkusest. Need sõltuvad sellest, et teil on tooteandmed, mida te praegu kallilt tekstiilile trükite, vaevaliselt tõlkite, jääkvarudesse kõrvale heidate ja mida keegi ei loe, sest kiri on liiga väike. Need kulud tekivad iga päev, mil te ootate. Rääkimata turunduslikest eelistest.

Mida ma soovin teile selles artiklis näidata

Esiteks: andmed on juba ammu olemas. Materjali koostis, lõnga jämedus, kangastüübid, hooldusjuhised, tootmiskoht, suurus, värv ja soovitud kombinatsioonide kohta on olemas teie PIM-süsteemis, ERP-süsteemis, tehnilistes pakettides ja sertifikaatide kaustades. Minu kogemuse järgi saab umbes kolm neljandikku tõeliselt kasulikust moetoote passist juba praegu olemasolevate andmetega täita. Te ei pea midagi välja mõtlema. Te peate need lihtsalt ühte kesksesse kohta kokku koguma.

Teiseks: see läheb teile täna päris palju raha maksma. 3. peatüki arvutusmodelis jõuan tulemuseni, et ühe rõivaeseme kohta kulub ainuüksi siltide, ripatsite, lisalehtede ja nende kinnitamise peale 0,50 €. Sellest on realistlikult võimalik säästa 0,30 €, mis 250 000 riideseme puhul aastas tähendab 75 000 € igal aastal. Kui lisada tõlkekulud, etikettide jääkide hävitamine, ümbermärgistamine ja väga konservatiivselt arvestatud tagastuste vähenemine, saadakse paberil 110 790 € aastas. See vastab 0,44 €-le iga müüdud eseme kohta. See on mudelarvutus. Teil on olemas õiged arvud ja need on enam-vähem samasugused.

Kolmandaks, ja see on minu jaoks kõige olulisem: rõival olev QR-kood on ainus kanal, mis jõuab tööpoolest kõigi teie klientideni. Mitte ainult uudiskirja tellijad, mitte ainult veebipoodi ostjad, vaid ka naine, kes ostis teie kleidi Antwerpeni mitme brändi kauplusest ja kellest te siiani midagi ei tea. Minu näitearvutuse kohaselt on see 150 000 toodet aastas, mis seni on turult jäljetult kadunud. Suuremate brändide puhul on tegemist miljonitega.

Neljandaks: andmete üleslaadimine ELi registrisse on selleks ajaks pelgalt formaalsus. Register on kasutusel alates 20. juulist 2026 ja sinna salvestatakse identifikaatorid ja metaandmed; tootepasse ennast sinna ei salvestata, mida sageli valesti mõistetakse. Tegelikud andmed jäävad ettevõtjale või tema teenusepakkujale. Transpareo vastab täielikult ühtlustatud standarditele, mis on tsiteeritud 15. juulil 2026. aastal Euroopa Liidu Teatajas avaldatud rakendusotsuses (EL) 2026/1736. Kui kohustus jõustub, saate sellega hakkama mõne minutiga. Transpareo teeb seda teie nimel automaatselt.

Üheleheküljeline arve

Näiteettevõtte: rõivabränd, aastane müügimaht 250 000 tükki, umbes 1 200 toote-värvi kombinatsiooni, turustamine üheksas ELi keelepiirkonnas, 40 protsenti otsemüüki veebis. Kõik eeldused on avalikustatud ja neid saab asendada oma numbritega.

Kasu	Mõju aastas	Liik
Etiketid, ripatsid, lisalehed, pakendamine	75 000 €	Kulude kokkuvõtte
Tõlkimine, ümbermärgistamine, kõrvaldamine, teenused	24 790 €	Kulude kokkuvõtte
Tagastused, arvestades vaid ühte protsendipunkti	11 000 €	Kulude kokkuvõtte
Kulude kokkuvõtte vahekokkuvõtte	110 790 €	0,44 € ühe osa kohta
Kulud 1. aastal (platvorm, andmete kogumine, QR-koodi integreerimine)	-25 000 kuni -40 000 €	Investeering
Netomõju juba esimesel aastal	+71 000 kuni +86 000 €	
Ristmüügi kattepanus tootepassi kaudu	26 325 €	Lisatulu
7 500 potentsiaalset klienti, neist 4 500 seni anonüümset püsiklienti	45 000 €	Meediaekvivalent

Tuletamine on esitatud 3. ja 4. peatükis. Meediaekvivalent tähendab kulutusi, mida te oleksite pidanud tegema, et saada sama arv kvalifitseeritud potentsiaalseid kliente tasuliste kanalite kaudu. See ei kujuta endast rahavoolu ja seetõttu on see eraldi välja toodud.

Mis mind kõige enam veenis

Ausalt öeldes ei ole see sildikulu kokkuvõtte. See on küll tore, aga see rahastab vaid projekti. Mind veenis hoopis midagi muud.

Tooted on iga ettevõtte süda. Siiski on just nende toodete andmed peaaegu igas minu teadaolevas ettevõttes laiali pillutatud: osa ERP-süsteemis, osa üksikute töötajate Excel-nimekirjades, osa tarnijate

PDF-failides, osa kahe inimese peades, kes varem või hiljem pensionile jäävad. Tootepassi kohustus sunnib teid need andmed kokku koondama. See ongi see võimalus, mida paljud ettevõtted on aastaid oodanud, ilma et see kunagi oleks saabunud.

Ja kui need andmed on kord struktureeritud kujul ühes kohas koondatud, avaneb võimalus, mis varem oli lihtsalt võimatu: neid saab igal ajal tervikuna või osaliselt taasesitada, et treenida oma tehisintellekti mudeleid, kasutada agendipõhistes rakendustes, ostu- ja tootmisplaneerimisel ning teadus- ja arendustöös. Ilma et oleks vaja avaldada ühtegi parooli. Rohkem sellest jaotises 5.3.

Minu nõuanne ühes lauses: alustage andmetest, mis teil niikuinii olemas on ja millele on juurdepääs ilma täiendavaid küsimusi esitamata. Avaldage nendega esimesed kataloogid. Laiendage andmebaasi kollektsioonist kollektsiooni. Siis on teil kohustuslikuks muutumiseni kaks kuni kolm aastat varu ning üleminek on selle aja jooksul end mitmekordselt ära tasunud.

1) Olukord: kohustus jõustub eeldatavasti 2029. aastal, kasu on aga kohe tuntav

Ökodisaini määrus (EL) 2024/1781 on jõus alates 2024. aasta juulist. 2026. aastal võeti infrastruktuur täielikult kasutusele: mais avaldati kaheksa CEN/CENELEC-standardit, 15. juulil viidati neist kuuele rakendusotsuses (EL) 2026/1736 Euroopa Liidu Teatajas kui ühtlustatud standarditele, kahe puuduva standardi sisu on teada. 20. juulil alustas tööd ELi tootepasside register. Veel puuduvad tooterühmade spetsiifilised delegeeritud õigusaktid.

1.1) Ajakava, nagu komisjon seda ise nimetab

Kuupäev	Sündmus	Mida see teie jaoks tähendab
alates 2026. aasta juulist	Viidatakse ühtlustatud standarditele, ELi register on kasutusel	Tehniline arhitektuur on paigas. Kes praegu alustab, ehitab kindlale alusele.
veebruar 2027	Esimene kohustus teatud akurühmade jaoks vastavalt määrusele (EL) 2023/1542	Pretsedent. Alates sellest hetkest on tootepass turul reaalsus.
2027. aasta 3.-4. kvartal	Oodatakse tekstiilide delegeeritud õigusakti (DG GROW, 27.05.2026)	Alles siis saate teada lõpliku kohustuslike väljade loetelu. Sisu on põhimõtteliselt juba kindlaks määratud.
eeldatavasti 2029	Kohustuslik rakendamine tekstiilide ja rõivaste puhul	Alates sellest hetkest on tootepass turulepääsu eeltingimus. Ilma passita ei tohi ELis müüa.
täna kuni selle ajani	Kaks kuni kolm aastat aega	See on teie eeliseaeg. See lõpeb kõigi jaoks üheaegselt.

1.2) Kohustuse taga peituv andmete pakutav võimalus

Sooviksin siinkohal esile tuua ühe mõtte, mis arutus peaaegu täielikult tähelepanuta jääb.

Tootepassi kohustust käsitletakse regulatiivse koormusena. Vaadake seda kord teisest vaatenurgast. Ükski ettevõtte, mida ma viie aastakümne jooksul näinud olen, pole omal algatusel käivitanud projekti pealkirjaga „Kogume kõik andmed oma toodete kohta ühte kohta”. Pealegi on nõuded aja jooksul edasi arenenud. Alati oli midagi pakilisemat. Andmed jäid hajutatuks: materjalide andmed ostuosakonnas, hooldusjuhised kvaliteedijuhtimises, sertifikaadid vastavuskontrolli kaustas, mõõtude tabelid tehnilises pakendis, kombinatsioonisoovitused turunduses, tarnijate aadressid raamatupidamises.

Tooted on iga ettevõtte süda. Siiski on toodete andmed enamiku ettevõtete kõige halvamani organiseeritud andmebaas, kuna need on hajutatud. Tootepass on esimene välisest algatusest pikka aega, mis on piisavalt mõjukas, et seda olukorda muuta, ning mis samal ajal tööd ka premeerib, sest tulemustest saab vahetult majanduslikku ja turunduslikku kasu.

Keskse asukohaga struktureeritud tooteandmete põhjal on võimalik teha järeldusi ja võtta meetmeid, mis varem olid lihtsalt mõeldamatud, kuna keegi ei saanud andmeid tervikuna üle vaadata. Milline lõngakvaliteet toob kolme hooaja jooksul kaasa kõige vähem kaebusi? Milline värvimisettevõtte tagab kõige stabiilsemad värvitoonid? Milline materjalikombinatsioon on seotud millise tagastamismääraga? Sellistele küsimustele ei saa vastata viie Exceli failiga neljast osakonnast.

1.3) Kui palju maksab ootamine

Aspekti	Alustatakse täna	Alustatakse alles 2028/2029
Andmete kogumine	järk-järgult kollektsoonide rütmis, jooksva tegevuse raames	Projekt on ajaliselt pingeline; välisabi on 2028. aastal napp ja kallis, kuna kõik alustavad samaaegselt
Tarnijad	Andmete edastamine läbiräägitakse raamlepingutesse mitme tellimushooaja jooksul	Läbirääkimised kõigi tarnijatega samaaegselt, ilma ajavaruks ja mõjuvõimuta
Etiketikulud	vähenevad alates järgmisest kollektsoonist	jäävad muutumatuks, mudeli puhul umbes 225 000 € kolme aasta jooksul
Turundus	avaldatakse mõju alates esimesest avaldatud kollektsoonist	jääb täielikult ära kuni kohustuslikuks muutumiseni
QR-koodi integreerimine	toimub niikuinii eelseisva etikettide vahetuse käigus, piirkulud on peaaegu null	eraldi üleminek, vajadusel laos oleva kauba ümbermärgistamine
Konkurents	Eelis sisu, kliendiandmete ja andmete kvaliteedi osas	Viik. Kohustus, mida kõik täidavad, ei ole enam argument

Viimane punkt on minu jaoks oluline. Alates hetkest, mil tootepass muutub kohustuslikuks, on see kõigil olemas. Siis on see hügieenitegur, mis on kõigil olemas. Eelis püsib ainult praegu avatud ajavahemikus.

2) Millised andmed on teil juba praegu olemas

Enne kui hakkate süsteemide üle järele mõtlema, peaksite tegema olukorra ülevaate. Järgmised ülevaated näitavad, millised andmed on rõivatootjatel tavaliselt juba olemas, enamasti hajutatuna PIM-i, ERP-i, tehniliste pakettide, laboratooriumi aruannete, sertifikaatide kaustade, tarnijate spetsifikatsioonide ja veebipoe vahel. Suur osa neist andmetest peab juba praegu olema trükitud kujul tootega kaasas.

Soovitan võtta need tabelid töömalliks ja märkida kolmandasse veergu, kes vastavat välja haldab. Sellele küsimusele on lõppude lõpuks raskem vastata kui küsimusele, kus see väli asub.

2.1) Toote identifitseerimine ja põhiomadused

Andmeväli	Tüüpiline allikas	Kas täna tootel?
Artikli- ja mudelinumber, värvikood, SKU	ERP / PIM	Rippetikett, etikett
GTIN / EAN, seeria- või partii number	ERP / põhiandmed	ripatsi vöötkood
Kollektsioon, hooaeg, tarneperiood	Kollektsiooni planeerimine	ei
Toote nimetus, lühikirjeldus	PIM / veebipood	osaliselt
Suurus ja suurusüsteem (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / suurusvõrk	Suurusetikett
Värv, värvinimi, värvinumber, värvimispartii	ERP / tarnija spetsifikatsioon	Etiket
Sobivus ja lõige (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / veebipood	ei
Möödetabel suuruse kaupa (rind, talje, pikkus, varrukas)	Techpack / näidise protokoll	ei
Mudeli mõõdud („Mudel on 1,78 m pikk ja kannab suurust M“)	Fotoseansi protokoll	ei
Toote kaal	Saadetise põhiandmed	ei

2.2) Materjal, lõngad ja kvaliteediklassid

Andmeväli	Tüüpiline allikas	Kas on täna tootel?
Kiukoostis protsentides komponentide kaupa	Tarnija spetsifikatsioon / labor	Kohustuslik märgistus
Lõnga peenus (Nm, Ne, dtex), ketrus, lõngatüüp	Tehniline pakett / kangakudumistöökoda	ei
Kanga- või silmastustüüp (jersey, twill, interlock, popeliin)	Tehniline pakett	ei
Pindtihedus g/m ² , lõimitihedus	Materjali andmeleht	ei
Viimistlus (mertseriseeritud, sanforiseeritud, veekindel)	Tarnija spetsifikatsioon	osaliselt ripats
Vooder, vahekihid, vat, täitematerjal	Komponentide loetelu	Etiket
Lisad: nõöbid, tõmblukud, paelad, aplikatsioonid	Tükkide nimekiri	ei
Ringlussevõetud materjali osakaal, biopõhiste kiudude osakaal	Tarnija deklaratsioon	osaliselt ripatsil
Kiudude päritolu (nt puuvilla päritolu)	Tarneahela dokumentatsioon	harva
Värvainete ja kemikaalide klassid, RSL-vastavus	Katseprotokoll / labor	ei
Kahanemisnäitajad, hõõrdumiskindlus, pillingu tase, valguskindlus	Katseprotokoll	ei

2.3) Hooldus, kandmine, parandamine

Andmeväli	Tüüpiline allikas	Kas tootel on see täna olemas?
Hooldussümbolid vastavalt GINETEX / ISO 3758	Hooldusmärgistus	Kohustuslik etikett
Selgesõnalised hooldusjuhised, mitmekeelsed	Kvaliteedijuhtimine	Etikett / lisaleht
Pesemissoovitused üksikasjalikult (pesuvahend, koormus, vörk)	Kvaliteedijuhtimine	harva
Kuivatamis-, triikimis- ja puhastamisjuhised	Hooldusmärgistus	Etiket
Juhised värvi maha minemise, kohevuse ja kokkutõmbumise kohta	Kontrolliaruanne	osaliselt

Andmeväli	Tüüpiline allikas	Kas tootel on see täna olemas?
Kandmissoovitused, sündmus, hooajalisus	Turundus / veebipood	ei
Riietumise ja sidumise juhised (mähkmekleit, lips, sall)	Turundus / video	ei
Remondi juhised, parandus- ja tikkimisjuhised	Kvaliteedijuhtimine	ei
Varuosad: varunupp, varulõng, tõmbeluku tõmbaja	Osade nimekiri / teenindus	kaasas
Garantii- ja reklamatsioonitingimused	Õigusosakond / üldtingimused	harva

2.4) Päritolu, tootmine ja tarneaheel

Andmeväli	Tüüpiline allikas	Kas tootel on see täna olemas?
Tootjariik („Made in ...“)	Päritolusertifikaat / toll	Kohustuslik andmeväli
Rõivatootja, tehase aadress (1. tase)	Ostu- / auditiaruanded	ei
Kanga- ja silmkoekootmine, värvimine, viimistlus (2./3. tasand)	Tarnijate kaardistamine	ei
Tootmisettevõtte sotsiaalsed ja keskkonnaauditid	Nõuetele vastavus / amfori BSCI, SA8000	ei
Tootja identiteet ja ELi kontaktandmed (GPSR)	Õigusosakond	Kohustuslik teave
Importija ja turuleviija	Toll / põhiaandmed	osaliselt
Tootmiskuupäev ja tootepartii	ERP / tellimusandmed	harva

2.5) Sertifikaadid, vastavus, jätkusuutlikkus

Andmeväli	Tüüpiline allikas	Kas täna tootel?
OEKO-TEX STANDARD 100, sertifikaadi number ja kehtivusaeg	Sertifikaatikausta	Rippetikett
GOTS, OCS, GRS, RCS koos tehingusertifikaatidega	Sertifikaatide kaust	Rippetikett
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Sertifikaatide kaust	Rippetikett

Andmeväli	Tüüpiline allikas	Kas täna tootel?
REACH- ja POP-vastavusdeklaratsioonid	Vastavus	ei
Ohutusstandardid (nt EN 14682 - nõõrid lasterõivastes)	Kvaliteedijuhtimine	ei
Hoiatused (süttivus, väikesed osad, allergeenid)	Kvaliteedijuhtimine	Etiket
CO ₂ e-, vee- või energiatarbimise näitajad, kui need on kogutud	Jätkusuutlikkuse aruanne / LCA	ei
Tagasivõtmise, ringlussevõtu ja kõrvaldamise juhised	Jätkusuutlikkus / Tagasivõtt	harva
Brändi kasutatud riiete ja edasimüügi programm	Turundus	ei

2.6) Äriteave – alahinnatud osa

See kategooria on regulatiivses mõttes täiesti ebaoluline. Majanduslikult on see aga kõige väärtuslikum. See on teie ettevõttes juba täielikult olemas – veebipoes, lookbookis, turunduskalendris –, kuid füüsilisel tootel ei ole seda seni üldse esile toodud, sest ripatsil pole selle jaoks ruumi.

Teave	Saadaval
Soovitavad kombinatsioonid: sobivad ülaosad, püksid, jalanõud, aksessuaarid	Lookbook, stiiljuhend, poe soovitude loogika
Kampaania pildistamisel kasutatud terviklik komplekt	Pildistamise protokoll, kampaania materjalid
Tootevideod, 360-kraadised vaated, detailvõtted	Meediaandmebaas
Brändi ajalugu, disaineri sõnum, kollektsiooni teema	Kollektsiooni tutvustus, PR-materjalid
Sama mudeli muud saadaval olevad värvid ja suurused	PIM / pood
Järeltellimise ja järeltostmise link, soovinimekiri	Poodisüsteem
Poodide otsing, lahtiolekuajad, stiilinõustamise aeg	Jaemüügi põhiandmed
Üritused: poeüritused, näidiste müük, Repair Cafés, moeshowd	Turunduskalender
Püsikliendiprogramm, uudiskiri, juurdepääs kogukonnale	CRM
Kliendi arvustused ja kasutajate loodud sisu	Pood / sotsiaalmeedia

Kui te ei tea, kust alustada, siis alustage sellest tabelist. See on ainus tabel, mille puhul te ei pea ühelegi tarnijale kirjutama.

3) Mis majanduslikku kasu toob üleminek

Nüüd põhiprobleemi juurde: kui loobuda traditsioonilistest infokandjatest ja jätta rõivale põhimõtteliselt ainult QR-kood, siis kui palju on võimalik kokku hoida? Olen koostanud arvutuse teadlikult konservatiivselt ja täielikult jälgitavalt, et saaksite kasutada oma ostutingimusi. Iga arv järgnevates tabelites on kas avalikustatud eeldus või tuleneb eelnevatest ridadest.

3.1) Näidisettevõtte

Parameeter	Eeldus
Aastane müügimaht	250 000 rõivaaset
Sortiment	umbes 350 mudelit, umbes 1 200 toote-värvi kombinatsiooni
Kollektsioonid	2 põhikollektsiooni ja 2 täiendavat kollektsiooni aastas
Turud	DACH-piirkond ja kuus muud ELi riiki, hooldusmargistus üheksa keelt
Turustus	60 % jaemüük (oma jaemüük ja hulgimüük), 40 % D2C veebimüük
Veebitellimused	umbes 100 000 tellimust aastas
Ostukorv	65 € neto, kattekasumimarginaal 45 %

Kui teie ettevõtte töötab kuue, kaheksa või kaheteistkümne tooteväljalaskega aastas – ja paljud brandid teevad seda tänapäeval –, siis paranevad kõik järgnevad näitajad märkimisväärselt, kuna etikettide tiraažid on väiksemad, kõrvaldatud partiide osakaal suurem ja tõlkimistsüklid sagedasemad. Seetõttu kujutab mudelarvutus endast ebasoodsat stsenaariumi. Vt selle kohta punkt 3.9.

3.2) Füüsiline margistamine tänapäeval

Hind hõlmab materjali, trükkimist, viimistlust ja paigaldamiseks kulunud tööaja proportsionaalset osa. Need väärtused vastavad keskmise hinnaklassi tavapärastele tingimustele keskmise tiraaži puhul.

Positsioon	Ühe osa kohta	250'000 osa puhul
Kaubamärgi- ja kaelalipik, kootud	0,045 €	11 250 €
Suuruslipik	0,010 €	2 500 €
Hooldus- ja koostisetikett, üheksas keeles, mitmekihiline	0,065 €	16 250 €
Lisetikett: päritolu, sertifikaadid, hoiatused	0,020 €	5 000 €
Peamine ripats, kahepoolne, viimistletud	0,110 €	27 500 €

Positsioon	ühe osa kohta	250'000 osa puhul
Teine ripats: jätkusuutlikkuse ja brändi lugu	0,060 €	15 000 €
Nöör, plomm, turvanöör	0,030 €	7 500 €
Lisaleht ja brošüür hoolduse ja remondi kohta	0,070 €	17 500 €
Komplekteerimine ja kinnitamine (proportsionaalne tööaeg)	0,090 €	22 500 €
Tänane summa	0,500 €	125 000 €

3.3) Füüsiline märgistamine tootepassiga

Kõik ei kao ära, ja ma ei väida seda ka. Kootud brändi-etikett jääb alles, see on brändi juhtimise vahend, mitte teabekandja. Suurusetikett jääb alles, sest muidu ei suuda keegi poes tooteid enam sorteerida. Hooldus- ja koostisetikett jääb samuti alles, kuid seda lihtsustatakse märkimisväärselt: sümbolid, lühikirjeldused ja QR-kood ühel kihil, mitte üheksa keeleversiooni 4-punktilise kirjas neljal kihil.

Positsioon	ühe osa kohta	250 000 osa puhul
Kaubamärgi- ja kaelalipik, kootud (muutmata)	0,045 €	11 250 €
Suurusetikett (muutumatu)	0,010 €	2 500 €
Hooldusjuhendiga etikett, lihtsustatud: sümbolid, lühikirjeldused, ühekihiline	0,035 €	8 750 €
QR-kood, integreeritud olemasolevasse etikettide trükki	0,005 €	1 250 €
Lihtsustatud ostusilt hinnaga ja QR-koodiga	0,055 €	13 750 €
Pakendamine, soodushinnaga	0,050 €	12 500 €
Kokku koos tootepassiga	0,200 €	50 000 €

3.4) Kolm stsenaariumi

Stsenaarium	Mida ei kasutata	osa kohta	aastas
Konservatiivne	Teine ripats, brošüür ja lisasilt jäävad ära; pakendamine väheneb veidi; lisandub QR-kood	0,160 €	40 000 €

Stsenaarium	Mida ei kasutata	osa kohta	aastas
Realistlik (tabel 3.2 võrreldes tabeliga 3.3)	lisaks koondamine ühele lihtsale ripatagile ja ühekihilisele hooldusmärgisele	0,300 €	75 000 €
Ambitsioonikas	lisaks on lubatud digitaalne tekstiilmärgistus: hooldusjuhendit ei ole, ripats muutub pelgalt hinnasildiks	0,360 €	90 000 €

Konservatiivne arvutusmeetod: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (pakendamine) - $0,005$ (QR) = $0,160$ €.
Realistlik: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Ambitsioonikas: $0,300 + 0,035$ (hooldusmärgis) + $0,025$ (ripats) = $0,360$ €.

Kõikide edasiste arvutuste puhul lähtun kogu aeg realistlikust stsenaariumist: $0,30$ € osa kohta, $75\,000$ € aastas.

3.5) Mis saab tekstiilide märgistamisest

Siinkohal tuleb olla tähelepanelik, seetõttu ütlen seda selgelt. Praeguse seisuga nõuab tekstiilide märgistamise määrus (EL) nr 1007/2011, et kiudkoostis tuleb endiselt märkida füüsiliselt toote peale või sisse. Ka tootja poolt tooteohutuse määruse (GPSR) kohaselt esitatavad andmed ja ohutusega seotud hoiatused ei ole praegu täielikult digitaalselt asendatavad.

Just seetõttu on realistlik stsenaarium arvatud just nii, nagu see on arvatud: see asendab ainult vabatahtlikke teabeallikaid, st ripatseid, lisalehti, täiendavaid etikette ja kohustuslikust mahust suuremat mitmekeelsust. See toimib praeguses õigusraamistikus, ilma et ühtegi sätet oleks vaja muuta.

Minu hinnang selle suuna kohta on siiski ühemõtteline: tekstiilide märgistamise määruse kohased andmed tuleb tõenäoliselt niikuinii moekaubade ja tekstiilide tootepassis esitada ja nähtavaks teha. Kui sama teave peab olema kohustuslikult kättesaadav digitaalsel kujul, on täiendavat füüsilist märgistamist raske objektiivselt põhjendada, sest see nõuab etikette, materjali, tööaega ja ressursse, ilma et see tooks kaasa lisateavet. Toote passiga seoses arutatakse tekstiilide märgistamise määruse läbivaatamist. Seda ei ole veel otsustatud, mistõttu on punktis 3.4 kirjeldatud ambitsioonikas stsenaarium selgesõnaliselt märgitud tulevikuvõimalusena ega ole seda kuskil üldarvestusse kaasatud.

Kes on andmed juba täna tootepassi täielikult sisestanud, ei pea sellise muudatuse korral midagi tegema, välja arvatud etiketi väiksemate mõõtmetega tellimine. Kes neid andmeid ei ole sisestanud, peab alustama otsast peale.

3.6) Kaudsed protsessi- ja järelkulud

Etiketi ühikuhind on vaid nähtav osa. Sellega seotud protsessikulud on paljudes ettevõtetes kõrgemad kui materjali hind ise ning neid ei kajastata üheski kulukohas eraldi. See on muide põhjus, miks seda kokkuhoidu finantsjuhtimises sageli alahinnatakse.

Kulukategooria	praegu aastas	Vähendamine	Sääst
Etiketitekstide tõlkimine, toimetamine ja küljendus (9 keelt, 4 kollektsiooni)	14 000 €	70 %	9 800 €
Uuesti trükkimine ja ümbermärgistamine tekstivigade või sortimendi muutumise korral (3 500 tükki × 0,90 €)	3 150 €	80 %	2 520 €
Etikettide ja ripatagide jääkvarude hävitamine kollektsiooni vahetamisel (8 % etikettide eelarvest)	10 000 €	60 %	6 000 €
Etikettide erinevate variantide ladustamine, komplekteerimine ja käitlemine	6 000 €	50 %	3 000 €
Pakendite ja paberi litsentsitasud (EPR, umbes 4 g kartongi ühe toote kohta)	400 €	80 %	320 €
Klienditeeninduse päringud hoolduse, suuruse ja materjali kohta (3 000 päringut × 3,50 €)	10 500 €	30 %	3 150 €
Kokku	44 050 €		24 790 €

Minu arvates on kõige olulisem aspekt: muudetavus. Trükitud etikett on lõplik. **Kui** hooldusjuhendit hiljem parandatakse, sertifikaat aegub või kombinatsioonisoovitus muutub mõttetuks, kuna kaasnev toode on otsa saanud, ei ole seda trükis enam võimalik parandada. Tootepassi saab igal ajal keskelt uuendada, ja seda kogu turul oleva kauba puhul, ka nende toodete osas, mis müüdi kaks aastat tagasi. See erinevus on kvalitatiivne ja seetõttu on seda raske eespool olevasse tabelisse kirja panna. Igaüks, kes on kunagi korraldanud tagasikutsumist vale hooldussümboli tõttu, teab, millest ma räägin.

3.7) Tagastused – suurim üksik mõjur

Tagastused on veebipõhises moekaubanduses suurim kulutegur. Märkimisväärne osa neist tuleneb sobivuse ja ootuste lahknevustest ning ebakindlusest materjali ja hoolduse suhtes. Just siin tulebki appi tootepass: täielikud suurusetabelid iga suuruse kohta, materjali omadused, kokkutõmbumisnäitajad, kandmisomadused, mudeli mõõdud, videod. Ja seda nii enne ostu poes skaneerimise teel kui ka pärast ostu kodus.

Parameeter	Väärtus	Mõju
Veebitellimused aastas	100 000	
Tagastuste määr praegu	42 %	42 000 tagastust

Parameeter	Väärtus	Mõju
Tagastuse kogukulud (transport, kontroll, ettevalmistamine, väärtuse langus)	11,00 €	462 000 €
Vähendamine 1,0 protsendipunkti võrra	-1 000 tagastust	11 000 €
Vähendamine 2,0 protsendipunkti võrra	-2 000 tagastust	22 000 €
Vähendamine 3,0 protsendipunkti võrra	-3 000 tagastust	33 000 €

Kokkuvõttes arvestan ma teadlikult vaid ühe protsendipunktiga. Isegi see väga ettevaatlik eeldus toob aastas sisse 11 000 eurot. Iga järgmine protsendipunkt toob sama summa veel kord sisse. See on võimendaja, millel on kaugelt suurim kasvupotentsiaal, ja seda tuleks pilootprojekti sihipäraselt mõõta. Selle kohta rohkem jaotises 5.4.

3.8) Koguarve, sealhulgas platvormikulud

Kirje	aastas	ühe osa kohta
Etiketid ja pakendamine (realistlik stsenaarium)	75 000 €	0,300 €
Kaudsed protsessi-, tõlke- ja teenuskulud	24 790 €	0,099 €
Tagastuste vähendamine (1 protsendipunkt, konservatiivne hinnang)	11 000 €	0,044 €
Bruto kokkuvõid	110 790 €	0,443 €
Kulud 1. aastal: platvorm, andmete kogumine, QR-koodide integreerimine, sisemine tööaeg	-25 000 kuni -40 000 €	
Netomõju 1. aastal	+71 000 kuni +86 000 €	
Kulud alates 2. aastast: platvorm ja jooksev hooldus	-18'000 kuni -25'000 €	
Netotulemus alates 2. aastast	+86'000 kuni +93'000 €	

Platvormi kuludest, läbipaistvalt. Transpareo hind sõltub avaldatud tootepasside arvust, lepingut saab igal kuul lõpetada ning andmeid on võimalik igal ajal täielikult eksportida. Seega ei ole meiega mingit siduvust, mida ma pean iseenesestmõistetavaks, kuid mis selles turusegmendis kahjuks nii ei ole.

Tariif	Tootepaketid	CHF / kuus	EUR / kuus
Small, pilootprojektidele ja alustajatele	kuni 100	139	umbes 153
Medium	kuni 1'000	559	umbes 629
Large, näide 1'200 SKU puhul	kuni 10'000	1'399	u. 1'539
Unlimited	piiramatu	3'499	u. 3'849

Hinnad kehtivad 2026. aasta augustis, koos kehtiva beetaversiooni soodustusega, sealhulgas tehisen-
tellekti abil tõlkimine 40 keelde, oma domeen, bränding, GS1 Digital Link, potentsiaalsete klientide han-
kimine, analüütika, REST-API ning import ja eksport. Kehtivad tingimused ja käimasolevad kampaaniad
leiate veebilehelt transpareo.com.

Alustamiseks tähendab see järgmist: 20–30 mudeliga pilootprojekt maksab teile kuus 139–199 CHF.
Võrreldes kõigi teiste käesolevas dokumendis nimetatud punktidega on tegemist ümardamisest tule-
neva erinevusega – lihtsalt pole ühtegi rahalist põhjust, miks sellega kohe mitte alustada. Alles kogu
tootevaliku hõlmamisel suureneb ka tariif. Mudeljuhtumi puhul, kus on umbes 1 200 toote-värvi kombi-
natsiooni, on tegemist Large-tariifiga, mille maksumus on umbes 18 500 € aastas, ning see on hõlma-
tud eespool nimetatud kulude vahemikega. 110 790 € suuruse kokkuhoiu taustal moodustab see
umbes 17 protsenti.

3.9) Kui osalete aastas rohkem kui kahel võistlussarjal

Paljud kaubamärgid uuendavad ja laiendavad tänapäeval pidevalt oma tootevalikut. See mõjutab tule-
must mitmekordselt – ja seda mõlemas suunas.

Kulude jaotus	2 kollektssiooni ja 2 täiendavat kollektssiooni	8–12 uue toote väljalaset aastas
Etikettide tiraažid	keskmised tiraažid, head astmeli- sed hinnad	väiksemad tiraažid, halvemad astmelised hinnad, ühiku hind tõuseb
Tõlkimine ja küljendus	4 tsükli aastas	8–12 tsükli, 14 000 € summa kahekordistub kergesti
Jääkvarude hävitamine	8 % etikettide eelarvest	kogemuste põhjal 12–18 %, kuna vahetatakse sagedamini
Minimaalsed tellimiskogused	harva siduvad	regulaarselt siduvad, mistõttu tellitakse süste- maatiliselt liiga palju
Turule toomise aeg	planeeritav	Etikettide tarneaja muutub Dropi jaoks kitsaskohaks

Viimast punkti jäetakse sageli tähelepanuta, kuigi tegelikult on see kõige olulisem: kui tellimus peab ootama hooldusmärgise kohaletoimetamist, kaotatakse sellega müügipäevi. Tootepassi saab uuendada mõne minutiga. Soovitan igal ettevõttel, kus tellimuste sagedus on kõrge, korrata mudelarvutust oma numbritega. Tulemus on reeglina märkimisväärselt parem kui siin näidatud.

4) Millist rolli täidab tootepass turunduses

Kulude kokkuhoid rahastab projekti. Tegelik strateegiline väärtus peitub aga mujal: tootepass muudab kohustusliku sildi toote juures püsivaks, brändile omaseks kanali.

4.1) Ainus täieliku ulatusega kontaktpunkt

Iga muu kanal jõuab vaid teatud sihtrühmani. Uudiskiri jõuab tellijatele. Sotsiaalmeedia jõuab jälgijatele ja tasulise reklaami kaudu laiemale publikule. Veebipood jõuab veebiostejatele. QR-kood on kinnitatud igale müüdud tootele.

Omadus	Traditsioonilised kanalid	Toote juures olev tootepass
Ulatus	osa ostjatest	iga müüdud toode
Füüsiliste poodide kliendid	reeglina anonüümsed	esmakordselt adresseeritavad
Meediakulud	jooksvad, kontakti kohta	puuduvad, kandjaks on toode
Kontakti kestus	kampaaniaperiood	kogu kasutusiga, sageli aastaid
Käivitaja	bränd	klient ise, vastavalt suur tähelepanu
Teine omanik	kättesaamatu	muutub edasimüümisel uueks kontaktiks

Teine punkt on see, millest ma moeettevõtjatega kõige sagedamini räägin. Näitepuhul müüakse 60 protsenti kaubast füüsilistes kauplustes. See tähendab 150 000 toodet aastas inimestele, kellest te midagi ei tea ja kellega te enam kunagi kokku ei puutu. Tootepass muudab selle olukorra ilma kassasüsteemiga integreerimiseta, ilma kliendikaardita ja ilma kaubanduspartneri sekkumiseta.

4.2) Kombinatsioonid ja ristmüük

Viide kombineeritavatele rõivastele on tootepassis oodatav teenusteave. Kes skannib äsja ostetud seeliku koodi, on just selles olukorras, kus soovitus sobiva pluusi kohta on abiks ja ei häiri. See ongi erinevus igasugusest retargeting-reklaamist, mis kuvatakse kolm päeva hiljem.

- Kogu kampaaniafotoseansilt pärit komplekt, mida saab kohe tellida
- Sobivad aksessuaarid: vöö, sall, käekott, kingad

- Sama mudeli muud värvid ja suurused
- Sama toote järelmüük - lemmiktoodete puhul on see märkimisväärselt alahinnatud müügitegur
- Hooajalised täiendused: suvekleidi juurde sobiv kudumismantel sügisel
- Hooldustooted: villapesuvahend, villakärpija, veekindlaks tegev spreid, varunupud

Ristmüük, arvutusmeetod	Eeldus	Tulemus
QR-koodid turul aastas	250 000	
Skaneerimismäär nähtava kasulikkuse lubaduse korral	12 %	30 000 skaneerimist
Konversioon kombinatsioonisoovitusele	3 %	900 tellimust
Ostukorvi väärtus	65 €	58 500 € käive
Kattepanuse määr	45 %	26 325 € kattepanus

Tarbekaupade skannimisprotsent jääb tavaliselt vahemikku 5–15 protsenti. Need tõusevad märkimisväärselt, kui etiketil on kirjas konkreetne kasu: „*Hooldusnõuanded, sobivad stiilid ja pikendatud garantiid*“ asemel pelgalt koodist. See lause ei maksa midagi ja on kõige tõhusam üksikmeede, mida ma tean.

4.3) Üritused, kogukond, brändikogemus

Tootepassi sisu saab vabalt täita ja seda saab igal ajal ajakohastada, ilma et QR-kood muutuks. Seega muutub iga turul olev rõivas ajakohaste sündmuste levikanaliks, isegi aastaid pärast müüki.

- Kutsed poeüritustele, näidismüügile, kollektsioonide esmaesitlustele ja trunk-show' dele
- Isikliku stiilinõustamise aja broneerimine lähimas poes
- Repair Cafés ja remonditeenus - tugev jätkusuutlikkuse tõend, mis tagab kõrge korduskülastuse määra
- Piirkondlik kuvamine: ainult poe läheduses asuvad kliendid näevad selle sündmuste ajakava
- Eelmüügiaknad ja kogukonnaformaadid registreeritud kandjatele

4.4) Potentsiaalsete klientide leidja

Transpareo-Leadgeneratoriga saate iseseisvalt ja ilma agentuuri abita luua nii palju küsimustikke, kui soovite, ning siduda need tootepassiga. Tulemuslikkuse seisukohalt on otsustav üks tehniline detail: küsimustik avaneb automaatselt pärast QR-koodi skaneerimist. Klient ei pea midagi otsima ega klõpsama. Kes on kunagi proovinud veenda inimesi vormi täitmiseks veel ühe klõpsu tegema, teab, kui suur mõju on sellel osalusmäärale.

See mehhanism on vana ja toimib hästi: klient saab konkreetse eelise ning annab selle eest teavet ja nõusoleku.

Eelis kliendile	Küsimustikus küsitav teave	Kasu teile
Pikendatud garantii pärast toote registreerimist	Ostukuupäev, ostukoht, kontaktandmed	Esmane kontakt ja müügi läbipaistvus hulgemüügis
Isiklik stiilijuhend ostetud toote kohta	Stiilieelistused, sündmused, suurused	Segmentatsioon kampaaniate ja tootevaliku planeerimiseks
Eelis või lisand järgmisel ostul	E-post, uudiskirja tellimise nõusolek	Opt-in-põhine potentsiaalne klient ilma meediakuludeta
Eelneva juurdepääsu uuele kollektsioonile	Lemmikkategooriad, hinnavalmidus	Nõudluse näitaja enne tellimust
Osalemine loosimises või kogukonnaüritusel	Piirkond, poe-eelistus	Asukohapõhine aktiveerimine
Sobivuse tagasiside koos suurussoovitusega järgmiseks korra	Kehamõõtmed, sobivuse hinnang	Otsene andmebaas tagastuste vähendamiseks
Tasuta remondikontroll	Kasutusaeg, kulumiskohad	Kvaliteedianalüüsid tootearenduse jaoks

Viimane rida sulgeb ringi, mida moetööstuses peaaegu kunagi ei suleta. Tagasiside sobivuse ja vastupidavuse kohta jõuab tootearendusse tavaliselt vaid tagastuste põhjuste ja kaebuste kaudu, seega moonutatuna, negatiivselt valitud ja hilinevult. Tootepassi kaudu saab seda rahulolevatelt kasutajatelt pärast mitmeid kuud tegelikku kasutamist. Tekstiilinsenerina oleksin ma seda andmeallikat väga soovinud.

Potentsiaalsete klientide leidmine, arvutusmeetod	Eeldus	Tulemus
Skannimised aastas (12 % 250 000-st)	30 000	
Osalemine automaatselt avanevas küsimustikus	25 %	7 500 potentsiaalset klienti
neist jaemüügist, seni anonüümsed	60 %	4 500 uut kontakti
Võrdlusväärtus: potentsiaalsete klientide hankimise kulud moesektoris	6 € potentsiaalse kliendi kohta	45 000 € meediaekvivalent

Meediaekvivalendi väärtus ei kujuta endast rahavoolu ja seetõttu kajastatakse seda koondaruandes eraldi. Kvalitatiivselt on erinevus siiski veelgi suurem kui rahaline summa: tootepassist pärinev potentsiaalne klient on pärit kinnitatud ostjalt, kelle tootega seotud huvi on teada.

4.5) Kaubamärgi- ja plagieerimiskaitse

Seda teemat on tootepassi kontekstis seni üllatavalt vähe arutatud, kuigi see peaks olema premium- ja luksusbrändide jaoks kõige olulisem üksik kasu ning see on kohe kättesaadav.

Toote pass, mis viitab unikaalse tunnuse kaudu brändi poolt hallatavale, versioonitud ja krüptograafiliselt allkirjastatud andmekogumile, on päritolutõend. Ostja saab veebibrauseris kontrollida, kas toode on ehtne, kust see pärineb ja millal see turule toodi. Võtsija võib küll QR-koodi kopeerida, kuid ta ei suuda luua kehtivat kannet teie andmebaasis ega esitada kehtivat allkirja.

Kasutamine:

- Päritolusertifikaat kõrgekvaliteediliste rõivaste, kotide, kellade ja luksusesemete jaoks
- Võimalus tollile ja turujärelevalvele kontrollida tooteid ilma tootjalt täiendavat teavet küsimata
- Usalduse suurendamine järelturul, kus ehtsus on peamine ostu takistav tegur
- Seerianumbrid iga üksiku toote kohta, mitte ainult tootegrupi kohta, kui see on otstarbekas
- Kui see on organisatsiooniliselt võimalik, võib müügikoha vastutav juht rakenduse halduri kaudu sisestada ostja nime ja muud ostuga seotud andmed ning need tootepassi jäädvustada

Ma olen kindlalt veendunud, et järgnevatel aastatel võtavad siin ülekaalu NFC- ja RFID-tehnoloogiad, mis kasutavad sama QR-koodis salvestatud identifikaatorit. Õmbluses olev kiip, millel on sama identifikaator, on märksa raskem võtsida kui peale trükitud ruut. Ka NFT-põhised omandiõiguse tõendid hakkavad seda identifikaatorit alusena kasutama. Oluline on see, et kes loob täna digitaalse tootepassi abil igale tootele selge ja üheselt mõistetava identifikaatori, on juba praegu valmis kõigi nende tehnoloogiate jaoks.

4.6) Järelmüük ja väärtuse säilitamine

Moe kasutatud kaupade turg kasvab kiiremini kui esmaturg. Tootepass avaldab seal kolmekordset mõju:

- **Väärtuse säilitamine.** Rõivas, mille materjali, päritolu ja hooldusajalugu on täielikult ja digitaalselt dokumenteeritud, saavutab edasimüügil kõrgema hinna kui rõivas, mille silt on loetamatu. See mõjutab ostjate valmisolekut uue toote eest rohkem maksta.
- **Autentsus.** Vt punkt 4.5 plagieerimiskaitsest. Järelturul on see otsustav ostuargument.
- **Uus kontakt ilma kliendihankimiskuludeta.** Teine omanik skannib toote ja jõuab teie juurde. Kasutatud toote ostust, millest te midagi ei teeni, saab potentsiaalne klient ja võimalik uus klient.

4.7) Mitmekeelsus ja juurdepääsetavus

Hooldusjuhend, mis on trükitud 4-punktilise kirjasuurusega üheksas keeles neljale satiinlindile, on märkimisväärselt osale elanikkonnast tegelikult loetamatu. See puudutab kõiki üle kuuekümnepäevaseid kliente, kõiki nägemispuudega inimesi ja kõiki, kes ei suuda sildil olevat teksti pärast kolmandat pesu enam lahti mõtestada.

Tootepass on ekraanile optimeeritud, ekraanilugejaga loetav, suvaliselt suurendatav ja kontrastne. See vastab otseselt Euroopa juurdepääsetavuse seaduse nõuetele.

Keeleküsimuse puhul tuleb lisaks arvestada, et piirkonna suurus ei oma enam tähtsust. Transpareo tõlgib kogu andmebaasi teabe ilma lisakuludeta kõikidesse Euroopa keeltesse ning bengali, hiina, hindi, indoneesia, jaapani, korea ja vietnami keelde – kokku 40 keelde, sealhulgas kõigisse 24 ELi ametlikku keelde. Rakenduste halduris valib iga kasutaja ise oma töökeeled. Passilehel kuvatakse automaatselt brauseri keel, ilma et klient peaks midagi seadistama.

Teie jaoks tähendab see kahte asja. Lisatugi ei võta etiketi laiusest enam ühtegi millimeetrit ega tekita tõlkimiskulusid. Samuti on hõlmatud tarneahela keeled: Bangladeshis õmblusettevõtte, Vietnami tarnija ja Hiina partner saavad lugeda teie spetsifikatsioone oma emakeeles. Praktikas on see vähemalt sama väärtuslik kui kliendipool.

5) Mida teie organisatsioon sellest võidab

Kõige raskemini mõõdetav, kuid pikas perspektiivis kõige olulisem kasu peitub organisatsioonis endas. Tootepass on andmetoode, mille loomiseks on vaja selgeid vastutusalasid, koondatud allikaid ja kaasatud tarnijaid. Seda kõike ei ole võimalik lühikese ajaga luua. Andmete kvaliteeti ei saa osta, see tuleb välja teenida.

5.1) Alusta lihtsalt sellest, mis on käepärast

Kõige levinum põhjus, miks tootepassi puudutavaid projekte ei alustata, on arusaam, et kõigepealt peab kõik olema valmis. See on vale ja takistav. Alustage andmetest, mis on olemas ja kättesaadavad ilma täiendavate küsimuste esitamata – kahtluse korral alustage punktist 2.6, mille jaoks te kellelegi kirjutada ei pea. Avaldage need andmed. Ja laiendage seejärel andmebaasi kollektsioonist kollektsiooni.

Kliendi jaoks on juba praegu väärtuslik juhend, mis sisaldab hooldusjuhiseid, materjaliteavet, suuruste tabelit ja soovitusi kombinatsioonide kohta. Ta ei oota täielikke Tier 3 tarneahela andmeid ega hakka neid ka 2029. aastal esimesena vaatama.

Etapp	Ajavahemik	Sisu	Tulemus
1 Alusta- mine	1.-2. kuu või varem	Kulude aluse kindlaksmääramine. Pilootvaliku määramine 20–30 mudelist. Koguda ainult sisemi- selt kättesaadavaid andmeid: turundus-, mater- jali-, hooldus- ja suuruseandmed. Small-pakett, 139–199 CHF kuus.	Esimesed täielikud andme- kogumid ilma ühegi tarnijaga suhtlemata

Etapp	Ajavahemik	Sisu	Tulemus
2 Avalikus- tamine	3.–5. kuu või varem	kujundada väljanägemine ja kasulikkuse lubadus. Integreerida QR-kood etikettide trükkimisse. Koostada esimene küsimustik. Käivitada süsteem.	Turul toimimine, esimesed skaneerimised, esimesed potentsiaalsed kliendid, esimesed mõõtmistulemused
3. Laiene- mine	6.–12. kuu või varem	Laienemine kogu kollektsoonile. Excel- ja ERP-lii- deste kasutuselevõtt. Etikettide arvu vähenda- mine. Võtmenäitajate kehtestamine.	Täielik kulude kokkuhoid jõustub, usaldusväärsed konversiooniandmed
4 Süven- damine	2. aasta kuni 2028	Täiendada 2. ja 3. taseme tarnijate andmeid. Luua keskkonna-, remondi- ja ringlussevõtu väljad. Lisada andmete edastamine raamlepingutesse. Kehtestada andmekvaliteedi rutiinid.	Laialdane valmisolek juba ammu enne kohustuse jõustumist
5 Regist- reerimine	alates 2029. aastast	Kaardistamine delegeeritud õigusakti lõpliku and- memudeli järgi, registreerimine ELi registris.	Nõuetele vastavus ilma pro- jektita ja tähtaja surve

Pidage meeles, et 1. ja 2. etapp kestavad kokku maksimaalselt viis kuud ning ei nõua midagi, mis ei oleks teie enda kontrolli all. Just siin kaovad enamik muresid nagu õhku.

5.2) Andmete import ja ühendamine ning miks suund on oluline

Transpareo loeb sisse piiramatut arvu Excel-faile; importija kohandub teie failidega, mitte vastupidi. Eraldi PIM-süsteemi ei ole vaja, kuid selle saab ühendada. Lisaks on võimalik ühendada piiramatut arv sisemisi ja väliseid andmebaase, sealhulgas ERP-süsteeme.

Ühenduse puhul kehtib arhitektuuriline otsus, mida ma pean turvalisuse seisukohalt oluliseks ja mida tuleks hoolikalt uurida iga teenusepakkuja puhul, keda te kaalute:

Andmevoog on ühesuunaline (sissetulev). Allikas autentib end Transpareo-Vendor-API-s ja edastab andmepaketi. Transpareo ei sekku mingil hetkel tootja süsteemidesse ega vaja juurdepääsuandmeid teie ERP-süsteemile. See tähendab, et meie platvormilt teie süsteemidesse ei ole mingit juurdepääsuteed. Ei sissetulevat juurdepääsu, ei salvestatud autentimisandmeid, ei avatud ühendust, mida võiks ohustada. Kes ehitab süsteemi „push“-põhimõttel, mitte „pull“-põhimõttel, välistab juba algusest peale terve hulga rünnakuvõimalusi.

Kui võrldate teenusepakkujaid, on see üks küsimustest, mida ma esimesena küsiksin. Oleme selleks teadlikult koostanud teenusepakkujatest sõltumatu struktureeritud aluse – vt punkt 6.4.

5.3) Andmekogu kui iseseisev väärtus

Nüüd aga teema juurde, mis mind isiklikult kõige rohkem huvitab ja mida arutelu praktiliselt ei mainita.

Kui teie tooteandmed on struktureeritud ja ühes kohas koondatud, kuuluvad need teile ning neid saab igal ajal tervikuna või osaliselt taastada: teie andmehoidlasse, analüüsitööriistadesse või teie enda süsteemidesse. Transpareos on see võimalik eksportimise kaudu CSV-, XLSX-, JSON-LD- ja SQL-vormingus või REST-API kaudu. Ja seda sõltumata sellest, kas olete avaldanud ühegi passi. Kohe ja ikka ja jälle.

See avab võimalusi ja toob kaasa tohutuid eeliseid, mis ei ole seotud nõuetele vastavusega:

- **Tehisintellekti koolitamine oma andmete põhjal.** Keelemudel, mis tunneb kõiki teie materjale, kvaliteedimärgistusi, sobivusloogikat ja tarnijate struktuuri, on midagi täiesti teistsugust kui üldine mudel. Selle aluseks on puhas ja järjepidev tooteandmebaas – just see, mis tekib niikuinii tootepassi koostamisel.
- **Agendipõhised rakendused.** Abisüsteemid, mis analüüsivad kollektsooniandmeid, soovivad materjalivalikuid, kontrollivad spetsifikatsioone või vastavad klientide päringutele, vajavad tingimata struktureeritud tooteandmeid. Ilma nendeta jääb iga agendiidee vaid esitlusdia.
- **Ostu- ja tootmisplaneerimine.** Materjalivajadused erinevate mudelite, värvide ja suuruste lõikes, lõngakvaliteetide koondamine kollektsoonide kaupa, tarnijate kontsentreerumine materjalirühmade kaupa: kõik need on analüüsid, mis hajutatud andmete puhul ebaõnnestuvad, kuid koondatud andmetega muutuvad triviaalseks.
- **Teadus- ja arendustegevus.** Milline konstruktsioon, milline pindtihedus ja milline viimistlus põhjustavad mitme hooaja jooksul millist kaebuste ja tagastuste mustrit? Seda seost saab arvutada ainult siis, kui materjali-, müügi- ja tagasisideandmed asuvad ühes kohas.

Ma ütlen seda ettevõtjana täiesti selgelt: isegi kui EL tühistaks tootepassi homme ilma asenduseta, oleks selle andmebaasi kallal tehtud töö olnud õige ja pikas perspektiivis väärtuslik. Pass on rakendus. Andmed on vara.

5.4) Näitajad, mida peaksite mõõtma juba esimesest päevast alates

Näitaja	Mõõtühik	Eesmärk
Skaneerimissagedus	Skaneeringud 100 müüdüd toote kohta	Optimeerida etikettidel esitatud kasulikkuse lubadusi
Veebilehel viibimise aeg ja lehekülje sügavus	Sekundid, klõpsud	Prioriseerida sisu, eemaldada üleliigne
Potentsiaalsete klientide konversioon	Potentsiaalsed kliendid 100 skaneeringu kohta	Testida sooduspakkumisi
Ristmüügi konversioon	Tellimused 100 skaneeringu kohta	Kombinatsiooniloogika parandamine
Tagastuste määr skaneerijate ja mitteskaneerijate vahel	Erinevus protsendipunktides	Kõige veenvam näitaja juhtkonnale

Näitaja	Mõõtühik	Eesmärk
Hoolduse ja suuruse kohta esitatud teeninduspäringud	Päringud kuus	Klienditeeninduse koormuse vähenemise tõendamine
Etikettide maksumus ühe toote kohta	Eurot ühe toote kohta	Säästude nähtavaks tegemine kontrollinguks

Palun seadistage viies rida enne süsteemi käivitamist. Tagantjärele ei ole enam võimalik teha võrdlust skannerite ja mitteskanerite vahel, ning just seda arvu küsitakse teilt teisel aastal. Transpareo skannimisstatistika kogutakse serveri poolt, ilma küpsiste ja jälgimisseadmeteta. Te saate teada arvu, ajalise jaotuse ja piirkonna, ilma et tekiks nõusolekuga seotud probleeme.

6) Tootepassist ELi registrisse: puhtalt vormiline küsimus

Kõige sagedasem vastuväide varajase alustamise vastu on see, et ELi lõplik andmemudel pole veel kindlaks määratud, mistõttu võib praegune töö osutuda asjatuks. Ma mõistan seda vastuväidet, kuid see põhineb väärarusaamal registri toimimise kohta.

6.1) Mida register tegelikult teeb

ELi tootepasside register on kasutusel alates 20. juulist 2026; rakendusmäärus (EL) 2026/1778 reguleerib juurdepääsukontrolli, kasutajate autentimist, registreerimist ja salvestamismõndeid. Oluline on see, et register sisaldab unikaalseid tunnuseid ja metaandmeid; see ei ole aga tootepasside endi andmete salvestuskoht. Tegelikud tooteandmed jäävad detsentraliseeritult majandussubjekti või tema teenusepakkuja juurde.

Praktikas tähendab see järgmist: oluline on, et teie passidel oleks standarditele vastav, kustutatav tunnus ja et need oleksid registrisse kantud enne, kui toode viiakse ELi turule. Andmete haldamine jääb samaks.

Transpareo vastab täielikult 15. juuli 2026. aasta rakendusotsuses (EL) 2026/1736 Euroopa Liidu Teatajas viidatud ühtlustatud standarditele; ka kaks veel rakendamata standardit on samuti rakendatud. Transpareo töötab GS1 Digital Linki ja standardile vastava GTIN-lahendusega ning on mõeldud registreerimiseks ELi registris. Igal passi versioonil on kaks sõltumatut allkirja: väljastaja ja Transpareo oma; väljastaja võtit saate ise hoida oma allkirja lõpppunkti kaudu.

Kord sisestada. Täna avaldada. Hiljem registreerida.

- Sisestamine:** olemasolevad tooteandmed kantakse andmebaasi struktureeritult ja väljapõhiselt. Väljapõhisus on otsustav: jooksvat teksti ei saa kaardistada, aga korralikke välju saab.
- Avalikustamine:** pass läheb kohe live'i. QR-kood tootel, kasu juba esimesest päevast alates.

3. **Laiendamine:** kollektsoonist kollektsooni lisanduvad uued väljad, vastavalt igapäevase äritegevuse rütmile.
4. **Registreerimine:** kui kohustus jõustub, kaardistatakse olemasolev andmekogum lõplikule mudelile ja Transpareo salvestab selle ELi registrisse. Ei mingit uut algust, ei mingit projekti, ei mingit tähtaegadega seotud paanikat.

6.2) Neli vastuväidet, mida ma kõige sagedamini kuulen

Vastuväide	Minu vastus
„Tekstiilide andmudel ei ole veel kindlaks määratud.“	Tehniline struktuur ei ole veel kindlaks määratud, kuid sisu on seda küll. Materjal, päritolu, hooldus, remont, sertifikaadid ja ringlussevõetavus on seal kindlasti sees, selles pole mingit tõsist kahtlust. Struktuure saab masinaga kaardistada, kui sisu on puhas ja väljad täidetud. Just see andmete sisestamine ongi tegelik töö, ja see tuleb niikuinii ära teha.
„Siis teeme topelt tööd.“	Te sisestate andmed andmebaasi üks kord. Need avaldatakse kohe tootepassina ja registreeritakse hiljem täiendavalt. Üks kord sisestada, mitu korda kasutada.
„Me ootame standardit.“	Kuus kaheksast standardist on alates 2026. aasta juulist ühtlustatud, register töötab. Standard, mida oodati, on suures osas olemas. Ka kaks ülejäänud standardit on teada ja Transpareo on need juba rakendanud. Ja kes edasi ootab, ootab samal ajal ka kulude kokkuhoidu, potentsiaalseid kliente ja õppekõvera kasvu.
„Meil pole kõiki andmeid.“	Kellelgi pole neid. Tootepass algab olemasolevast ja kasvab. Nii jääb see alati, ka pärast registrisse kandmist. Vt punkt 5.1.

6.3) Riskid, selgesõnaliselt nimetatud

Risk	Hindamine	Toimetulek
Lõplik andmemudel erineb	keskmine	Andmete kogumine väljade kaupa, mitte jooksva tekstina. Kaardistamine on masinaga võimalik, sisu uuesti kogumine aga mitte.
Alguses madal skaneerimismäär	keskmine	Sõnastada etiketil kasulikkuse lubadus, testida seda pilootprojekti ja täiustada enne laiemat kasutuselevõttu.
Füüsiline kohustuslik märgistamine jääb kehtima	kõrge	Juba hinnas sisalduv. Realistlik stsenaarium asendab ainult vabatahtlikke kandjaid.
Tarnijad ei edasta andmeid	keskmine	Alustage sisemiselt kättesaadavate andmetega. Lisage andmete edastamine järk-järgult raamlepingutesse, kuni läbirääkimisruumi veel on.

Risk	Hindamine	Toimetulek
Sidumine ühe teenusepakkujaga	madal	Iga kuu tühistatav, täielik eksport neljas formaadis, stabiilsed passide aadressid, avatud lähtekoodiga renderdaja. Kontrollige seda iga pakkuja puhul, keda kaalute; meie pakkujate kontrollnimekiri loetleb küsimused, mida tasub küsida.
Andmekaitse potentsiaalsete klientide hankimisel	madal	Selge nõusoleku andmine, eesmärgipärane kasutamine ja andmete kustutamise kava algusest peale.

6.4) Teenusepakkuja valik

Kirjutan seda dokumenti Transpareo asutajana ja te peaksite seda vastavalt lugema. Seetõttu on järgmine märkus minu jaoks veelgi olulisem.

Oleme avaldanud teadlikult pakkujast sõltumatu [pakkujate kontrollnimekirja](#), mis sisaldab kolmkümmend kriteeriumi, mis on platvormi valikul tegelikult olulised: standarditele vastavus, GS1 Digital Linki tugi, allkirjastamis- ja arhiveerimiskontseptsioon, andmete suveräänsus ja eksporditavus, hinnamudel ja skaalautuvus SKU-arvu järgi, võimalus teenusest loobuda. Vaadake see nimekiri läbi enne otsuse tegemist, isegi ja eriti siis, kui otsustate lõpuks meie vastu. Platvormi, mis sellist kontrolli ei läbi, ei tohiks te valida; see kehtib nii meie kui ka kõigi teiste puhul.

Lisaks leiate rubriigist „[Ülevaated ja perspektiivid](#)“ pidevalt erialaseid artikleid ESPR-i, standardimise ja rakendamise praktika kohta ning meie [ESPR-juhendis](#) ülevaate määrusest endast. Renderer Transpareo Time Machine on avatud lähtekoodiga (GPL v3), mistõttu saab iga passi meie abita brauseris kontrollida.

7) Esimesed 90 päeva

Lõpetuseks üks plaan, millega võite esmaspäeval alustada. Selle elluviimiseks ei ole vaja nõustamiskokkulepet, hankemenetlust ega eelarvetaotlust.

Ajavahemik	Ülesanne	Tulemus
1.-2. nädal	Tegelikud kulud kindlaks teha: koguda viimase kahe-teistkümmene kuu jooksul esitatud arved, ripatsite tellimused, tõlkekulud ja kõrvaldamisnimekirjad	Kasutage oma numbreid, mitte minu 3. peatükis esitatud mudelipõhiseid eeldusi
2.-4. nädal	Andmekaardi koostamine: milline väli asub millises süsteemis, kes seda haldab, kui ajakohane see on. Kasutage 2. peatüki tabelleid mallina	Selgus andmete valmiduse ja tegelike lünkade kohta

Ajavahemik	Ülesanne	Tulemus
3.-4. nädal	Pilootvaliku kindlaksmääramine: 20–30 mudelit, millel on suur nähtavus ja hea lugude jutustamise potentsiaal. Tasuta prooviversioon, seejärel Small-pakett	ülevaatlik ja informatiivne pilootprojekt
Nädal 4–6	Konto loomine, väljade struktuuri määratlemine, pilootandmete importimine Exceli kaudu	esimesed täielikud andmekogumid
Nädal 6–8	Kujunduse ja sisu ülesehituse kujundamine, kombinatsioonisoovituste lisamine, etiketi kasulikkuse lubaduse sõnastamine	avaldamiseks valmis pass
7.-9. nädal	QR-koodi integreerimine kooskõlastada etikettide tarnijaga ja lisada järgmisesse niikuinii kavandatud etikettide vahetusse	kasutuselevõtu piirkulud peaaegu null
8.-10. nädal	Esimese küsimustiku koostamine potentsiaalsete klientide genereerijasse. Soovitus: pikendatud garantii toote registreerimisel	Potentsiaalsete klientide hankimise mehhanism töötab, küsimustik avaneb automaatselt pärast skaneerimist
Nädal 10–12	Pilootvaliku kasutuselevõtt, võtmenäitajate kehtestamine, mõõtmise alustamine, eelkõige tagastuste võrdlus	esimesed tõelised skaneerimis- ja konversiooniandmed
12. nädal	Analüüsimine, äriplaani ajakohastamine tegelike näitajatega, otsuse tegemine laiemale kasutuselevõtule	usaldusväärne otsustamisalus

7.1) Kolm asja, mida tahaksin teile kaasa anda

- **Kirjutage kasu etiketile.** Pelgalt QR-koodi skannitakse harva. „Digitaalne tootepass: hooldusnõuanded, sobivad stiilid, pikendatud garantii ja palju muud“ suurendab skannimissagedust mitmekordselt. See lause ei maksa midagi, kuid mõjutab otsustavalt kogu arve turundusosa.
- **Siduge üleminek järgmise etikettide vahetusega.** Kes integreerib QR-koodi niikuinii eelseisva vahetuse raames, kellel ei teki praktiliselt mingeid üleminekukulusid. Kes teeb sellest erikampaania, maksab kaks korda.
- **Mõõtke tagastuste mõju algusest peale.** Tagastuste määra võrdlus skannijate ja mitteskannijate vahel on kõige veenvam näitaja, mida teisel aastal esitada saate, ning see on ka suurima kasvupotentsiaaliga mõjur. Tagasiulatuvalt ei ole seda võimalik luua.

Ja kui te pärast selle artikli lugemist vaid ühe asja teete: küsige oma ettevõttes etikettide tarnija viimast arvet ja jagage summa tükkide arvuga. See üks number on iga tõsise arutelu algus digitaalse tootepassi teemal. Enamiku brändide puhul, kellega ma räägin, on see summa suurem, kui juhtkond oleks arvanud.

Lisa: Kõik eeldused ülevaاتlikult

Iga arv selles dokumendis on kas üks järgmistest eeldustest või tuleneb arvutuslikult nendest. Olen teadlikult hoidunud määramast kuskil väärtust, mida ei oleks võimalik jälgida, ning kahtluse korral olen valinud ettevaatlikuma variandi.

Eeldus	Väärtus	Tunnus
Aastane müügiimaht	250 000 tükki	Mudelivalik
Toote-värvi kombinatsioonid (= sobivate kombinatsioonide arv)	1 200	Mudelivalik
Füüsiline märgistamine praegu	0,500 € tükk	valdkonnas tavapärased tingimused
Füüsiline märgistamine tootepassiga	0,200 € tükk	mudelarvutus
Eeldatav kokkuhoid (realistlik stsenaarium)	0,300 € ühe toote kohta	kahe väärtuse vahe
Veebitellimused	100 000 aastas	vastab 40 %-lisele D2C-osakaalule
Veebitellimuste tagastamismäär	42 %	tööstusharule tüüpiline
Tagastuse kogukulu	11,00 €	valdkonnale tüüpiline
Eeldatav tagastuste vähenemine	1,0 protsendipunkti	teadlikult konservatiivne
QR-koodi skaneerimismäär	12 %	keskmine väärtus selge kasu lubaduse korral
Küsimustikule vastamise määr	25 % skannimistest	kogemuslik väärtus soodustuse pakumise korral
Ristmüügi konversioon ühe skannimise kohta	3 %	konservatiivne
Ostukorvi väärtus ja kattekasumi määr	65 € ja 45 %	mudeli alus
Potentsiaalsete klientide võrdlusväärtus (CPL)	6,00 €	moesektori vahemik 4–12 €
Platvormikulud kasutuselevõtul (Large-pakett)	u. 18 500 € aastas	soovitushind augustis 2026
Kasutuselevõtu kogukulud 1. aastal	25 000–40 000 €	Vahemiku hinnang
Jooksvad kulud alates 2. aastast	18 000–25 000 €	Vahemiku hinnang

Kõik väärtused on esitatud illustreerimiseks ega asenda ettevõttepõhist kalkulatsiooni. Arvutus on koostatud nii, et saate eelduste asemele sisestada oma tegelikud väärtused. Märkused etikettide vähendamise lubatud ulatuse kohta ei kujuta endast õigusnõustamist ning neid tuleb igal konkreetsel juhul eraldi kontrollida.

Selle dokumendi Excel-arvutuskalkulaatori, kus saate iga eelduse asendada oma arvuga, leiate [meie tekstiilide tootepassi lehelt](#).

Autorist

Günter Reichelt, Transpareo asutaja ja 19 aastat selle strateeg, nõukogu esimees, tekstiilinsener, üle 50 aasta pühendunud mitme valdkonna ettevõtja. Zug, Šveits.

Kui teil on üksikute arvutuspositsioonide kohta muudatussoove, täiendusi või muid märkusi, ootan teie tagasisidet. Pean neid teemasid äärmiselt oluliseks ja pühendan neile hea meelega aega.

Transpareo kohta

Šveitsi ettevõtte Transpareo AG, mille peakontor asub Tech Cluster Zugis, pakub iseteenindusportaali digitaalsete tootepasside loomiseks, haldamiseks ja avaldamiseks igas valdkonnas tegutsevatele ja igas suuruses ettevõtetele 40 keeles. Kasutajaliides Transpareo Time Machine on avatud lähtekoodiga.

Portaal vastab juba täna täielikult ELi ökokavandamise määruses sätestatud nõuetele digitaalsete tootepasside kohta ning rakendusotsuses (EL) 2026/1736, mis võeti vastu 15. juulil 2026, viidatud ühtlustatud standarditele. Andmeid on juba praegu võimalik sisestada ja digitaalseid tootepasse juba praegu kasutada.

- **Meedia kontaktisik:** Günter Reichelt, nõukogu esimees, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Asukoht:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Šveits
- **DPP-portaal:** transpareo.com

Transpareo® ja Transpareo Time Machine® on Transpareo AG registreeritud kaubamärgid. Autoriõigus 2026 Transpareo AG.

Autoriõigus 2026 Transpareo AG, Zug, Šveits - transpareo.com