

Resumo: O passaporte digital do produto já compensa hoje em dia

Os pontos-chave do documento técnico sobre moda e têxteis, resumidos em quatro páginas.

A obrigatoriedade da UE deverá entrar em vigor em 2029. Os benefícios são visíveis já hoje. Um passaporte digital do produto é constituído, na sua maioria, por dados que já possui há muito tempo - e que hoje imprime a um custo elevado em fita de cetim, traduz em nove línguas e destrói quando se trata de stocks remanescentes.

Indicador	Valor
Poupança anual	110 790 €
Por peça vendida	0,44 €
Meses até à amortização	3,5

Modelo de cálculo para uma marca de vestuário com 250 000 peças vendidas anualmente, 1 200 combinações de artigos e cores e 40 por cento de vendas diretas online. Todas as premissas estão indicadas e podem ser substituídas pelos seus próprios valores.

Günter Reichelt, engenheiro têxtil, empresário apaixonado, presidente do Conselho de Administração da Transpareo. Agosto/setembro de 2026.

Sumário

A fatura numa frase	3
Já dispõe desses dados há muito tempo	3
O canal de marketing de que ainda não dispunha	3
O seu tesouro de dados, o verdadeiro ganho	4
O que lhe recomendo, concretamente	4
Quatro efeitos que vão além dos custos, do marketing e das obrigações	5
Sobre a Transpareo	5

A fatura numa frase

Pode resumir este documento numa única frase: a obrigação da UE deverá entrar em vigor em 2029; o dinheiro já está disponível.

Na sua apresentação da DG GROW, realizada em 27 de maio de 2026, a Comissão Europeia anunciou o ato delegativo relativo aos têxteis para o terceiro ou quarto trimestre de 2027 e a aplicação obrigatória do DPP para 2029. A reação habitual a esta situação é a de aguardar. Considero que isso é um erro dispendioso. A utilidade do passaporte digital do produto não depende, de forma alguma, da obrigatoriedade. Depende do facto de disporem de dados do produto que, atualmente, imprimem a um custo elevado em fitas de cetim, traduzem para várias línguas que ninguém lê porque a letra é demasiado pequena e cujos excedentes acabam por deitar fora.

Estes custos são incorridos todos os dias em que aguarda. Com um prazo de dois a três anos até à obrigatoriedade, no caso de exemplo apresentado neste documento, o montante total ascende a mais de 300 000 €, que são simplesmente desperdiçados.

Já dispõe desses dados há muito tempo

Composição dos materiais, finuras dos fios, tipos de tecido, gramagens, instruções de manutenção, local de fabrico, tabelas de medidas, tamanho, cor, certificados, recomendações de combinações: tudo isto já se encontra no seu PIM, no ERP, nos techpacks e nas pastas de certificados. Penso que cerca de três quartos de um DPP de moda verdadeiramente útil podem ser preenchidos com dados já existentes. Não precisa de inventar nada. Basta apenas reunir tudo. Com o Transpareo, isso é possível através de vários canais, de forma simples e muito rápida.

O canal de marketing de que ainda não dispunha

Para mim, há algo ainda mais importante do que a poupança nas etiquetas. O código QR na peça de vestuário é o único canal que chega realmente a todos os seus clientes. Deveria tirar partido disso do ponto de vista do marketing: para fidelizar os clientes, para vendas adicionais e para muitas outras medidas. No caso em análise, trata-se de 150 000 peças por ano, 150 000 contactos com clientes que, até agora, desapareciam do mercado sem deixar rasto.

O monstro da burocracia é derrotado de passagem. Não comece pela conformidade. Comece por um sistema organizacional orientado para o retorno. Quando a obrigação entrar em vigor, o registo dos seus passaportes será, por isso, uma mera formalidade que a Transpareo tratará por si. Sem pro-

jetos, sem pânico com prazos, sem mandatos de consultoria. O monstro que assusta o setor já foi derrotado nesta fase, sem que o tenha tido de o gerir como um projeto.

O seu tesouro de dados, o verdadeiro ganho

Os produtos são o coração de qualquer empresa. Os seus dados encontram-se dispersos no ERP, no PIM, parte deles em listas do Excel de cada colaborador e parte em ficheiros PDF dos fornecedores. O DPP constitui o primeiro impulso externo para a digitalização centralizada do núcleo da sua empresa. Este valioso tesouro de dados pertence-lhe e pode ser recuperado, na totalidade ou em partes, a qualquer momento: para o treino de aplicações próprias de IA e de agentes, para o planeamento de compras e produção, para a investigação e desenvolvimento. Sem necessidade de publicar um único «pass». O «pass» é a aplicação. Os dados são o ativo.

O que lhe recomendo, concretamente

- **Comece por algo pequeno, mas comece.** Vinte a trinta modelos, exclusivamente com dados de que já dispõe internamente, sem necessidade de consultar ninguém. O plano inicial custa entre 139 e 199 CHF por mês, pode ser cancelado mensalmente e os dados podem ser exportados na íntegra a qualquer momento. Não há qualquer risco financeiro nem compromisso; simplesmente não há motivo para não começar esta semana.
- **Publique imediatamente.** Não espere que tudo esteja completo. Para a sua cliente, um folheto com instruções de cuidados, tabela de tamanhos, informações sobre os materiais e sugestões de combinações já é valioso hoje mesmo. Ela não espera dados da cadeia de abastecimento de nível 3, nem mesmo em 2029.
- **Associe o QR à próxima mudança de etiquetas.** Assim, a implementação não terá praticamente qualquer custo. Quem fizer disso uma promoção especial acaba por pagar duas vezes.
- **Indique os benefícios na etiqueta.** «Passaporte digital do produto: dicas de cuidados, estilos a condizer e a sua garantia alargada», em vez de um código sem qualquer explicação. Esta única frase não custa nada e multiplica a taxa de digitalização. É ela que determina toda a parte de marketing da conta.
- **Amplie o seu inventário de coleção para coleção.** Até que se torne obrigatório, terá acumulado dois a três anos de qualidade de dados, integração com fornecedores e rotinas de processo, e a transição terá-se pago a si própria várias vezes durante esse período. A fidelização de clientes, que não tem preço, e as vendas adicionais vêm somar-se a isso.

Se, após esta síntese, fizer apenas uma coisa: peça a última fatura do seu fornecedor de etiquetas e divida o montante pelo número de unidades. Este número é o ponto de partida de qualquer dis-

cussão séria sobre o passaporte digital do produto. Na maioria das marcas com as quais falo, esse valor é superior ao que a direção teria imaginado.

Quatro efeitos que vão além dos custos, do marketing e das obrigações

A etiqueta permanece no produto mesmo depois de a venda ter sido concluída há muito tempo.

Proteção de marcas e contra a contrafação. A contrafação representa uma perda de milhares de milhões para a indústria do luxo. Um identificador único, que remete para um registo assinado e mantido por si, constitui uma prova de origem. Um falsificador pode copiar o código QR; no entanto, não consegue criar uma entrada válida na sua base de dados. Para as marcas premium e de luxo, este é provavelmente o benefício individual mais significativo, e está imediatamente disponível no DPP, sem necessidade de tecnologia adicional dispendiosa. Quem hoje criar um identificador único para cada produto estará, simultaneamente, preparado para comprovativos de propriedade baseados em NFC, RFID e NFT.

Personalizar produtos. Na Transpareo, mediante autorização da direção da loja de vendas no Gestor de Aplicações, pode introduzir o nome da compradora ou do comprador e, se desejar, outros dados relativos à compra, ficando assim registados no DPP.

Manutenção do valor no mercado secundário. O mercado de segunda mão cresce mais rapidamente do que o mercado primário. Uma peça com um historial completo de materiais e proveniência alcança preços mais elevados nesse mercado, o que se reflete na disposição para pagar na venda de produtos novos. O segundo proprietário pesquisa online e acaba por chegar até si: uma compra em segunda mão, com a qual não ganha nada, transforma-se num potencial cliente.

Legibilidade. Nove idiomas em letra de 4 pontos em quatro camadas de fita de cetim são, na prática, ilegíveis para qualquer cliente com mais de sessenta anos. Um passaporte pode ser ampliado, é legível em voz alta e apresenta um forte contraste, além de estar em conformidade com a Lei Europeia de Acessibilidade. A disponibilidade automática de 40 idiomas significa que os mercados adicionais não acarretam qualquer custo adicional em termos de largura das etiquetas, e os seus fornecedores no Bangladesh, no Vietname e na China podem ler as mesmas informações na sua própria língua.

Sobre a Transpareo

A empresa suíça Transpareo AG, com sede no Tech Cluster Zug, disponibiliza um portal de autoatendimento para a criação, gestão e publicação de passaportes digitais de produtos, destinado a empresas de todos os setores e dimensões, em 40 idiomas. O front-end Transpareo Time Machine é de código aberto.

Já atualmente, o portal cumpre integralmente os requisitos do Regulamento da UE relativo à conceção ecológica no que diz respeito aos passaportes digitais dos produtos, bem como as normas harmonizadas referidas na Decisão de Execução (UE) n.º 2026/1736, de 15 de julho de 2026. Já é possível registar dados e utilizar os passaportes digitais de produtos.

Poderá encontrar um vasto conjunto de conhecimentos especializados em 40 línguas na secção «[Perspetivas e Análises](#)».

- **Contacto para os meios de comunicação:** Günter Reichelt, Presidente do Conselho de Administração, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Sede:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Suíça
- **Portal DPP:** transpareo.com

O documento técnico completo e a ferramenta de cálculo em Excel, na qual poderá substituir os pressupostos deste cálculo pelos seus próprios valores, estão disponíveis para download na [nossa página dedicada ao Passaporte do Produto para têxteis](#).

Exemplo de cálculo a título orientativo. Não constitui aconselhamento jurídico, fiscal ou de investimento.

Direitos de autor 2026 Transpareo AG, Zug, Suíça – transpareo.com