

Цифровой паспорт продукта окупается уже сегодня

Почему бренды модной одежды не должны откладывать сбор и публикацию «паспортов продукции» до 2029 года, и во сколько это обойдётся в евро.

- **Тема:** Экономическая эффективность и маркетинговая ценность цифровых паспортов продукции до вступления в силу обязательных требований ЕС
- **Для кого:** руководство, отдел маркетинга, отдел управления продуктами, отдел закупок, отдел устойчивого развития и ИТ-отдел в предприятиях швейной и текстильной промышленности
- **Содержит:** типовой расчёт с раскрытием исходных допущений, карту данных, фазовую модель, 90-дневный план
- **Статус:** сентябрь 2026 года
- **Калькулятор в Excel:** имеется, позволяет вводить собственные данные и выполнять индивидуальные расчёты
- **Примечание:** пример расчёта приведён для ориентира. Не является юридической, налоговой или инвестиционной консультацией.

Показатель	Значение
Стоимость маркировки одной детали в настоящее время	0,50 €
Стоимость маркировки одной детали с использованием цифрового паспорта продукта	0,20 €
Экономия в год	110 790 €

Типовой расчет для бренда с годовым объемом продаж в 250'000 единиц. Все допущения приведены в главе 3 и в приложении; их можно заменить вашими собственными данными.

Гюнтер Райхельт, инженер-текстильщик, увлечённый предприниматель, председатель совета директоров компании Transpareo. Август/сентябрь 2026 года.

Contents

Почему вам не следует ждать	4
Что я хотел бы вам показать в данной статье	4
Счёт на одной странице	5
Что меня убедило больше всего	6
1) Исходная ситуация: обязательство, по всей видимости, вступит в силу в 2029 году, а польза будет ощутима сразу	7
1.1) График, как его называет сама Комиссия	7
1.2) Возможности, связанные с данными, которые скрываются за обязательством	8
1.3) Какова цена выжидательной позиции	8
2) Какими данными вы уже располагаете на сегодняшний день	9
2.1) Идентификация продукта и основные характеристики	9
2.2) Материалы, нитки и сорта	10
2.3) Уход, ношение, ремонт	11
2.4) Происхождение, производство и цепочка поставок	12
2.5) Сертификаты, соответствие требованиям, устойчивое развитие	12
2.6) Коммерческая информация – недооценённый аспект	13
3) Какую экономическую выгоду принесет этот переход	14
3.1) Типовая компания	14
3.2) Физическая маркировка в настоящее время	15
3.3) Физическая маркировка с использованием паспорта продукции	16
3.4) Три сценария	16
3.5) Что произойдет с маркировкой текстильных изделий	17
3.6) Косвенные затраты на производственный процесс и сопутствующие затраты	18
3.7) Возврат товаров – самый значимый отдельный фактор	19
3.8) Общий расчёт, включая расходы на платформу	19
3.9) Если вы участвуете в более чем двух коллекциях в год	21
4) Какую роль играет паспорт продукта в маркетинге	21
4.1) Единственная точка соприкосновения с полным охватом	22
4.2) Комбинации и перекрестные продажи	22
4.3) Мероприятия, сообщество, взаимодействие с брендом	23
4.4) Система привлечения потенциальных клиентов	24
4.5) Защита товарных знаков и защита от плагиата	25
4.6) Вторичный рынок и сохранение стоимости	26
4.7) Многоязычие и доступность	26
5) Какую выгоду получит ваша организация в результате	27
5.1) Просто начните с того, что под рукой	27
5.2) Импорт данных и интеграция, а также почему направление имеет значение	28
5.3) Массив данных как самостоятельная ценность	29
5.4) Показатели, которые следует отслеживать с самого первого дня	30
6) От паспорта продукции к реестру ЕС: чисто формальный вопрос	31

6.1) Что на самом деле делает регистр	31
6.2) Четыре наиболее распространённых возражения, которые я слышу	32
6.3) Риски, открыто указанные	33
6.4) Принятие решения о выборе поставщика	33
7) Первые 90 дней	34
7.1) Три вещи, о которых я хотел бы вам напомнить	35
Приложение: Обзор всех допущений	36
Об авторе	37
О компании Transpareo	37

Почему вам не следует ждать

Я занимаюсь созданием предприятий уже более пятидесяти семи лет, причём часть из них – в текстильной и модной отраслях. Как инженер-текстильщик – пусть это и было давно – и обладая разносторонним предпринимательским опытом, я знаю, на что уходят значительные средства при определении спецификаций материалов и согласовании маркировки по уходу. Именно поэтому я пишу данный документ как увлечённый предприниматель и как человек, который знает, насколько сильно влияет на калькуляцию стоимость атласной ленты с четырёхслойной этикеткой по уходу.

Исходная ситуация известна. В своей презентации Генерального директората GROW от 27 мая 2026 года Европейская комиссия объявила о принятии делегированного правового акта в отношении текстильных изделий в третьем или четвёртом квартале 2027 года, а также об обязательном введении паспорта продукции в 2029 году. Обычные реакции на это мне известны по многочисленным беседам: подождать, понаблюдать, а через два года вновь вынести этот вопрос на повестку дня.

Я считаю это ошибкой, причём далеко не незначительной.

Полезность и экономическая эффективность паспорта продукта не зависят от обязательного характера его использования. Они зависят от того, что у вас есть данные о продукции, которые вы сегодня дорогопечатаете на текстиле, трудоёмко переводите, утилизируете в виде остатков, и которые никто не читает, поскольку шрифт слишком мелкий. Эти затраты возникают каждый день, пока вы откладываете решение. Не говоря уже о преимуществах с точки зрения маркетинга.

Что я хотел бы вам показать в данной статье

Во-первых: данные уже давно имеются. Состав материалов, толщина нитей, виды тканей, рекомендации по уходу, место производства, размер, цвет и рекомендации по сочетанию моделей содержатся в вашей системе PIM, в ERP, в технических папках и в папках с сертификатами. По моему опыту, примерно три четверти действительно полезного паспорта модного товара уже сейчас можно заполнить с помощью имеющихся данных. Вам не нужно ничего придумывать. Вам нужно лишь собрать все данные в одном месте.

Во-вторых: сегодня это обходится вам в немалые деньги. В модельном расчете в главе 3 я пришёл к сумме в 0,50 € на одну единицу одежды только на этикетки, подвесные бирки, вкладыши и их крепление. Реально можно сэкономить из этой суммы 0,30 €, что при объёме 250 000 единиц в год составляет 75 000 € ежегодно. Если прибавить к этому расходы на перевод, утилизацию остатков этикеток, перемаркировку и весьма осторожно оцененное сокращение количества возвратов, то на бумаге получается 110 790 евро в год. Это соответ-

ствует 0,44 евро на каждую проданную единицу. Это модельный расчет. Реальные цифры у вас уже есть, и они будут выглядеть примерно так же.

В-третьих, и это для меня самое важное: QR-код на одежде – единственный канал, который действительно охватывает каждого из ваших клиентов. Не только подписчики новостной рассылки, не только покупатели в Интернете, но и та женщина, которая приобрела ваше платье в мультибрендовом магазине в Антверпене и о которой вы до сих пор ничего не знаете. В моём примерном расчёте речь идёт о 150 000 единиц продукции в год, которые до сих пор бесследно исчезают с рынка. У крупных брендов эти цифры исчисляются миллионами.

В-четвертых: загрузка данных в реестр ЕС в соответствующий момент станет чисто формальной процедурой. Реестр функционирует с 20 июля 2026 года и хранит идентификаторы и метаданные; сами паспорта продукции он не хранит, что часто вызывает недоумения. Фактические данные остаются у субъекта хозяйственной деятельности или его поставщика услуг. Transpareo полностью соответствует гармонизированным стандартам, приведённым в Официальном вестнике 15 июля 2026 года в Решении о внедрении (ЕС) 2026/1736. Когда вступит в силу данное требование, вам потребуется всего несколько минут, чтобы выполнить его. Transpareo автоматически выполнит эту процедуру от вашего имени.

Счёт на одной странице

Пример компании: бренд одежды, годовой объем продаж – 250 000 единиц, около 1 200 комбинаций артикулов и цветов, сбыт в девяти языковых регионах ЕС, 40 процентов прямых онлайн-продаж. Все допущения указаны и могут быть заменены вашими собственными цифрами.

Блок преимуществ	Эффект в год	Тип
Этикетки, бирки, вкладыши, упаковка	75'000 €	Экономия затрат
Перевод, перемаркировка, утилизация, обслуживание	24'790 €	Экономия затрат
Возврат товаров (с учётом всего одного процентного пункта)	11 000 €	Экономия затрат
Промежуточная сумма экономии затрат	110 790 €	0,44 € за единицу
Затраты в первый год (платформа, сбор данных, интеграция QR-кодов)	от -25 000 до -40 000 евро	Инвестиции
Чистый эффект уже в первый год	** от +71 000 до +86 000 евро**	

Блок преимуществ	Эффект в год	Тип
Вклад в маржу от перекрестных продаж через «паспорт продукта»	26 325 €	Дополнительная выручка
7 500 потенциальных клиентов, из которых 4 500 – ранее анонимные посетители стационарных точек	45 000 €	Медиа-эквивалент

Вывод приведён в главах 3 и 4. Термин «медиа-эквивалент» означает: затраты, которые вам пришлось бы понести для получения того же количества квалифицированных лидов через платные каналы. Это не поступление денежных средств, поэтому данная величина отражается отдельно.

Что меня убедило больше всего

Честно говоря, дело не в экономии на этикетках. Это, конечно, хорошо, но это лишь финансирует сам проект. Меня убедило нечто другое.

Продукция – это сердце любой компании. Тем не менее данные именно об этих продуктах в почти каждой компании, которую я знаю, разбросаны: часть – в системе ERP, часть – в таблицах Excel отдельных сотрудников, часть – в PDF-файлах от поставщиков, а часть – в головах двух человек, которые рано или поздно уйдут на пенсию. Обязательное ведение «паспорта продукта» заставляет вас объединить все эти данные воедино. Это тот повод, которого многие компании ждали годами, но так и не дождались.

И как только эти данные будут систематизированы и собраны в одном месте, открываются возможности, которые ранее были просто невозможны: вы сможете в любой момент воспроизвести их полностью или частично – для обучения собственных моделей искусственного интеллекта, для агентских приложений, для планирования закупок и производства, а также для научных исследований и разработок. И всё это без необходимости публиковать ни одного пароля. Подробнее об этом – в разделе 5.3.

Мой совет в одной фразе: начните с тех данных, которые у вас уже есть и к которым можно получить доступ без дополнительных запросов. Опубликуйте на их основе первые каталоги. Постепенно расширяйте базу данных от коллекции к коллекции. К моменту вступления требования в силу у вас будет запас в два-три года, и за это время переход на новую систему окупится многократно.

1) Исходная ситуация: обязательство, по всей видимости, вступит в силу в 2029 году, а польза будет ощутима сразу

Регламент об экодизайне (ЕС) 2024/1781 вступил в силу в июле 2024 года. 2026 год стал годом, когда инфраструктура была введена в эксплуатацию: в мае были опубликованы восемь стандартов CEN/CENELEC, 15 июля шесть из них были указаны в Официальном вестнике в качестве гармонизированных в соответствии с Исполнительным решением (ЕС) 2026/1736; содержание двух оставшихся стандартов известно. 20 июля начал функционировать реестр ЕС для паспортов продукции. Пока ещё отсутствуют делегированные правовые акты, относящиеся к конкретным группам продукции.

1.1) График, как его называет сама Комиссия

Дата	Событие	Что это означает для вас
с июля 2026 года	Ссылки на гармонизированные стандарты, реестр ЕС введен в действие	Техническая архитектура готова. Те, кто начнет работу сейчас, будут строить на прочном фундаменте.
Февраль 2027 года	Первые обязательные требования к определенным группам аккумуляторов в соответствии с Регламентом (ЕС) 2023/1542	Прецедент. С этого момента паспорт продукции станет реальностью на рынке.
3-й/4-й квартал 2027 года	Ожидается публикация делегированного правового акта по текстильным изделиям (DG GROW, 27.05.2026)	Только тогда вам станет известен окончательный перечень обязательных полей. Основные положения уже определены.
ориентировочно в 2029 году	Обязательное применение в отношении текстиля и одежды	С этого момента паспорт продукта станет обязательным условием для выхода на рынок. Нет паспорта - нет продаж в ЕС.
с сегодняшнего дня до этого момента	Два-три года	Это ваше окно опережения. Оно закроется, причём для всех одновременно.

1.2) Возможности, связанные с данными, которые скрываются за обязательством

Я хотел бы здесь высказать мысль, которая в ходе дискуссии практически полностью упускается из виду.

Обязательное ведение паспорта продукции рассматривается как регуляторное бремя. Посмотрите на это с другой стороны. Ни одна компания, с которой я сталкивался за пять десятилетий, не запускала по собственной инициативе проект под названием *«Мы объединяем все данные о наших продуктах в одном месте»*. Кроме того, требования со временем менялись. Всегда находились более неотложные задачи. Данные оставались разрозненными: сведения о материалах – в отделе закупок, инструкции по уходу – в отделе управления качеством, сертификаты – в папке по вопросам соответствия, таблицы размеров – в техническом пакете, рекомендации по сочетанию моделей – в отделе маркетинга, адреса поставщиков – в бухгалтерии.

Продукция – это сердце любой компании. Тем не менее данные о ней представляют собой наименее упорядоченный массив информации, имеющийся у большинства предприятий, поскольку они хранятся в разрозненных источниках. «Продуктовый паспорт» – это первое за долгое время внешнее мероприятие, которое обладает достаточным потенциалом, чтобы изменить эту ситуацию, и одновременно поощряет эту работу, поскольку его результаты позволяют получить непосредственную экономическую и маркетинговую выгоду.

На основе централизованно хранящихся структурированных данных о продукции можно проводить анализы и принимать меры, которые ранее были просто невыполнимы, поскольку никто не мог просматривать все данные за один раз. Какое качество пряжи обеспечивает наименьшее количество рекламаций в течение трёх сезонов? Какая красильная фабрика обеспечивает наиболее стабильные цветовые показатели? Какая комбинация материалов коррелирует с какой долей возвратов? На вопросы подобного рода невозможно ответить с помощью пяти файлов Excel из четырёх отделов.

1.3) Какова цена выжидательной позиции

Аспект	Начало сегодня	Начало только в 2028/2029 году
Сбор данных	постепенно в соответствии с циклом сбора данных, в рамках текущей деятельности	Проект осуществляется в сжатые сроки; внешняя поддержка в 2028 году будет дефицитной и дорогостоящей, поскольку все начнут одновременно
Поставщики	Поставка данных будет согласовываться в рамках рамочных договоров на несколько сезонов заказов	Пересмотр условий со всеми поставщиками одновременно, без запаса времени и рычагов влияния

Аспект	Начало сегодня	Начало только в 2028/2029 году
Расходы на этикетки	снизятся начиная со следующей коллекции	останутся без изменений; в модельном случае - около 225 000 евро в течение трёх лет
Маркетинг	даст эффект начиная с первой опубликованной коллекции	полностью исключается до вступления требования в силу
Интеграция QR-кодов	осуществляется в рамках и без того запланированной замены этикеток; предельные затраты близки к нулю	отдельный переход, при необходимости - перемаркировка товаров на складе
Конкуренция	Преимущество в области контента, данных о клиентах и качества данных	Равные условия. Обязательное требование, которое выполняют все, больше не является аргументом

Последний момент для меня важен. С того момента, как паспорт продукта станет обязательным, он будет у каждого. Тогда он станет одним из факторов соблюдения гигиены, которым будет обладать каждый. Преимущество существует исключительно в том временном окне, которое сейчас открыто.

2) Какими данными вы уже располагаете на сегодняшний день

Прежде чем задумываться о системах, вам следует провести анализ текущей ситуации. Приведённые ниже обзоры демонстрируют, какая информация, как правило, уже имеется в распоряжении предприятий швейной промышленности; чаще всего она разбросана по системам PIM, ERP, техническим пакетам, лабораторным отчётам, папкам с сертификатами, спецификациям поставщиков и интернет-магазину. Значительная часть этой информации уже сегодня должна быть представлена в печатном виде для продукта.

Я рекомендую использовать эти таблицы в качестве рабочего шаблона и указать в третьем столбце, кто отвечает за заполнение того или иного поля. В конечном итоге на этот вопрос ответить сложнее, чем на вопрос о том, где находится данное поле.

2.1) Идентификация продукта и основные характеристики

Поле данных	Типичный источник	Имеется ли сегодня на товаре?
Номер артикула и модели, код цвета, SKU	ERP / PIM	Ярлык, этикетка
GTIN / EAN, серийный номер или номер партии	ERP / База данных	Штрих-код на бирке

Поле данных	Типичный источник	Имеется ли сегодня на товаре?
Коллекция, сезон, сроки поставки	Планирование коллекций	нет
Название товара, краткое описание	PIM / Интернет-магазин	частично
Размер и система размеров (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Таблица размеров	Этикетка с размером
Цвет, название цвета, номер цвета, партия окраски	ERP / Спецификация поставщика	Этикетка
Посадка и крой (Regular, Slim, Oversized)	Техпакет / Интернет-магазин	нет
Таблица размеров по каждому размеру (обхват груди, талия, длина, длина рукава)	Техпакет / Протокол образца	нет
Параметры модели («Модель ростом 1,78 м носит размер М»)	Протокол фотосессии	нет
Вес изделия	Базовые данные для отправки	нет

2.2) Материалы, нитки и сорта

Поле данных	Типичный источник	Указано на продукте сегодня?
Состав волокон в процентах по каждому компоненту	Спецификация поставщика / лаборатория	Обязательная маркировка
Тонкость пряжи (Нм, Ne, дтекс), скручивание, тип пряжи	Технический пакет / ткацкое предприятие	нет
Тип ткани или вязки (джерси, твил, интерлок, поплин)	Технический пакет	нет
Плотность ткани в г/м ² , плотность нитей	Технический паспорт материала	нет
Дополнительная обработка (мерсеризация, санфоризация, водоотталкивающая обработка)	Спецификация поставщика	частично на ярлыке
Подкладка, прокладки, ватин, наполнитель	Спецификация	Этикетка

Поле данных	Типичный источник	Указано на продукте сегодня?
Комплекующие: пуговицы, молнии, шнуры, аппликации	Спецификация	нет
Доля переработанных материалов, доля волокон биологического происхождения	Заявление поставщика	частично – бирка на изделии
Происхождение волокна (например, происхождение хлопка)	Документация по цепочке поставок	редко
Классы красителей и химических веществ, соответствие RSL	Протокол испытаний / лаборатория	нет
Показатели усадки, стойкость к истиранию, степень образования катышков, светостойкость	Протокол испытаний	нет

2.3) Уход, ношение, ремонт

Поле данных	Типичный источник	Имеется ли на продукте сегодня?
Символы ухода в соответствии с GINETEX / ISO 3758	Маркировка ухода	Обязательная этикетка
Инструкции по уходу в текстовом формате, на нескольких языках	Управление качеством	Этикетка / вкладыш
Подробные рекомендации по стирке (моющие средства, загрузка, сетка)	Управление качеством	редко
Рекомендации по сушке, глажке и чистке	Маркировка по уходу	Этикетка
Указания относительно линьки, образования катышков, усадки	Протокол испытаний	частично
Рекомендации по ношению, поводы для ношения, сезонность	Маркетинг / Интернет-магазин	нет
Инструкции по надеванию и завязыванию (платье-халат, галстук, шарф)	Маркетинг / Видео	нет
Рекомендации по ремонту, инструкции по зашиванию и штопке	Управление качеством	нет

Поле данных	Типичный источник	Имеется ли на продукте сегодня?
Запасные части: запасная пуговица, запасная нить, бегунок для молнии	Спецификация / Сервис	прилагается
Условия гарантии и подачи претензий	Юридический отдел / Общие условия	редко

2.4) Происхождение, производство и цепочка поставок

Поле данных	Типичный источник	Указывается ли сегодня на продукте?
Страна производства («Made in ...»)	Сертификат происхождения / Таможенные данные	Обязательное указание
Швейное предприятие, адрес завода (уровень 1)	Отдел закупок / отчёты по аудиту	нет
Ткацкое, трикотажное и красящее предприятия, предприятия по отделке (уровень 2/3)	Карта поставщиков	нет
Социальные и экологические аудиты предприятия-производителя	Комплаенс / amfori BSCI, SA8000	нет
Идентификация производителя и контактный адрес в ЕС (GPSR)	Юридический отдел	Обязательная информация
Импортер и поставщик на рынок	Таможня / База данных	частично
Дата производства и партия продукции	ERP / Данные по заказам	редко

2.5) Сертификаты, соответствие требованиям, устойчивое развитие

Поле данных	Типичный источник	Имеется ли сегодня на изделии?
OEKO-TEX STANDARD 100, номер сертификата и срок действия	Папка с сертификатами	Ярлычок
GOTS, OCS, GRS, RCS, включая сертификаты транзакций	Папка с сертификатами	Ярлык

Поле данных	Типичный источник	Имеется ли сегодня на изделии?
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Папка с сертификатами	Ярлык
Декларации о соответствии требованиям REACH и POP	Соответствие нормативным требованиям	нет
Нормы безопасности (например, EN 14682 «Шнурки в детской одежде»)	Управление качеством	нет
Предупредительные надписи (воспламеняемость, мелкие детали, аллергены)	Управление качеством	Этикетка
Показатели выбросов CO ₂ e, водопотребления или энергопотребления (при наличии данных)	Отчёт об устойчивом развитии / LCA	нет
Инструкции по возврату, переработке и утилизации	Устойчивое развитие / Программа возврата	редко
Программа бренда по продаже подержанной одежды и перепродаже	Маркетинг	нет

2.6) Коммерческая информация – недооценённый аспект

Эта категория не имеет никакого значения с точки зрения нормативных требований. С экономической точки зрения она является наиболее ценной. Она уже в полной мере представлена в вашей компании – в интернет-магазине, в лукбук, в маркетинговом календаре, – однако до сих пор совершенно не используется в отношении физического продукта, поскольку на бирке для одежды для этого просто нет места.

Информация	Доступно в формате
Рекомендации по сочетанию: подходящие верхние части одежды, брюки, обувь, аксессуары	Лукбук, руководство по стилю, алгоритм рекомендаций в магазине
Полный наряд из рекламной фотосессии	Протокол фотосессии, рекламные материалы
Видеоролики о товарах, обзоры на 360 градусов, крупные планы	Медиа-база данных
История бренда, заявление дизайнера, тема коллекции	Брифинг по коллекции, PR-материалы
Дополнительные доступные цвета и размеры той же модели	PIM / Интернет-магазин

Информация	Доступно в формате
Ссылки для повторного заказа и покупки, список пожеланий	Система интернет-магазина
Поиск магазинов, часы работы, запись на консультацию по стилю	База данных розничной торговли
Мероприятия: мероприятия в магазинах, распродажи образцов, «Ремонтные кафе», показы	Маркетинговый календарь
Программа лояльности, информационная рассылка, доступ к сообществу	CRM
Отзывы клиентов и пользовательский контент	Магазин / Социальные сети

Если вы задаётесь вопросом, с чего начать, – начните с этой таблицы. Это единственная таблица, для которой вам не придётся обращаться ни к одному поставщику.

3) Какую экономическую выгоду принесет этот переход

Теперь перейдём к главному вопросу: на чём можно сэкономить, если отказаться от традиционных носителей информации и оставить на одежде, по сути, лишь QR-код? Я специально составил расчёт с осторожностью и сделал его полностью прозрачным, чтобы вы могли использовать свои собственные условия закупок. Каждая цифра в приведённых ниже таблицах либо представляет собой явно указанное допущение, либо вытекает из предыдущих строк.

3.1) Типовая компания

Параметр	Предположение
Годовой объем продаж	250 000 единиц одежды
Ассортимент	около 350 моделей, около 1 200 комбинаций артикулов и цветов
Коллекции	2 основные коллекции плюс 2 дополнительные линейки в год
Рынки сбыта	Страны региона DACH плюс шесть других стран ЕС, девять языков на ярлыке по уходу
Сбыт	60 % – стационарные каналы (собственные розничные и оптовые продажи), 40 % – онлайн-продажи по модели D2C

Параметр	Предположение
Онлайн-заказы	около 100 000 позиций заказов в год
Средняя сумма корзины	65 евро нетто, коэффициент вклада в прибыль - 45 %

Если ваша компания выпускает шесть, восемь или двенадцать новых коллекций в год - а многие бренды в настоящее время так и поступают - то все приведенные ниже показатели значительно улучшаются, поскольку тиражи этикеток уменьшаются, доля брака увеличивается, а циклы перевода становятся более частыми. В этом смысле расчетная модель представляет собой неблагоприятный сценарий. См. раздел 3.9.

3.2) Физическая маркировка в настоящее время

В стоимость входят стоимость материалов, печать, послепечатная обработка и пропорциональная доля рабочего времени, затраченная на нанесение. Указанные цены соответствуют стандартным условиям в среднем ценовом сегменте при средних тиражах.

Позиция	за единицу	при 250'000 единиц
Тканые этикетки с логотипом и на шее	0,045 €	11 250 €
Этикетка с размером	0,010 €	2 500 €
Этикетка с инструкциями по уходу и составом, на девяти языках, многослойная	0,065 €	16 250 €
Дополнительная этикетка с указанием происхождения, сертификатами и предупреждениями	0,020 €	5 000 €
Основная бирка, двусторонняя, с отделкой	0,110 €	27'500 €
Вторая бирка: история бренда и принципы устойчивого развития	0,060 €	15'000 €
Шнурок, пломба, защитная нить	0,030 €	7 500 €
Вкладыш и буклет по уходу и ремонту	0,070 €	17 500 €
Комплектация и крепление (пропорциональное рабочее время)	0,090 €	22 500 €
Итого на сегодня	0,500 €	125 000 €

3.3) Физическая маркировка с использованием паспорта продукции

Не всё будет убрано, и я этого и не утверждаю. Тканая фирменная этикетка останется – это элемент брендинга, а не носитель информации. Этикетка с указанием размера останется, иначе в магазине никто не сможет сортировать товар. Этикетка с указанием ухода и состава также останется, но будет значительно упрощена: символы, краткие сведения и QR-код на одном листе вместо девяти языковых версий, напечатанных 4-пунктовым шрифтом на четырёх листах.

Позиция	за единицу	при количестве 250 000 единиц
Брелок и ярлык на воротнике, тканые (без изменений)	0,045 €	11 250 €
Этикетка с указанием размера (без изменений)	0,010 €	2 500 €
Упрощённая этикетка с инструкциями по уходу: символы, краткие указания, однослойная	0,035 €	8 750 €
QR-код, интегрированный в существующий дизайн этикетки	0,005 €	1 250 €
Упрощённая висячая бирка с указанием цены и QR-кода	0,055 €	13 750 €
Упаковка, со скидкой	0,050 €	12 500 €
Итого с паспортом продукта	0,200 €	50 000 €

3.4) Три сценария

Сценарий	Что исключается	за единицу	в год
Консервативный	Исключаются вторая бирка, буклет и дополнительная этикетка; объем упаковки незначительно сокращается; добавляется печать QR-кода	0,160 €	40 000 €
Реалистичный (табл. 3.2 по сравнению с 3.3)	дополнительно объединение в одну компактную бирку и однослойную этикетку с инструкциями по уходу	0,300 €	75 000 €
Амбициозный вариант	дополнительно допускается цифровая маркировка текстиля: этикетка с инструкциями по уходу исключается, висячая этикетка становится исключительно ценником	0,360 €	90 000 €

Консервативный расчет: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (упаковка) $- 0,005$ (QR) = $0,160$ €. Реалистичный расчёт: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Амбициозный расчёт: $0,300 + 0,035$ (этикетка с инструкциями по уходу) $+ 0,025$ (этикетка на вешалке) = $0,360$ €.

Для всех последующих расчетов я буду исходить из реалистичного сценария: $0,30$ € за единицу, $75\,000$ € в год.

3.5) Что произойдет с маркировкой текстильных изделий

Здесь следует проявить осторожность, поэтому я скажу это четко. По состоянию на сегодняшний день Регламент (ЕС) № 1007/2011 о маркировке текстильных изделий по-прежнему требует указания состава волокон непосредственно на изделии или внутри него. Кроме того, информация производителя в соответствии с Регламентом о безопасности продукции (GPSR) и предупреждения, касающиеся безопасности, в настоящее время также не могут быть заменены исключительно цифровыми средствами.

Именно поэтому реалистичный сценарий рассчитан именно таким образом: он заменяет исключительно добровольные носители информации, то есть бирки, вкладыши, дополнительные этикетки и многоязычность, выходящую за рамки обязательных требований. Он функционирует в рамках действующего законодательства без необходимости изменения каких-либо нормативных положений.

Однако моя оценка данного направления однозначна: сведения, предусмотренные Постановлением о маркировке текстильных изделий, скорее всего, в любом случае должны будут включаться в паспорт продукции для модной одежды и текстиля и быть доступны для просмотра. Если та же информация в обязательном порядке будет представлена в цифровом формате, то дополнительную физическую маркировку будет сложно обосновать с практической точки зрения, поскольку она требует затрат на этикетки, материалы, рабочее время и ресурсы, не принося при этом никакой дополнительной информации. В связи с введением паспорта продукции обсуждается вопрос о пересмотре Постановления о маркировке текстильных изделий. Решение об этом пока не принято, и поэтому амбициозный сценарий, описанный в разделе 3.4, явно обозначен как один из возможных вариантов на будущее и нигде не учтён в общем расчёте.

Те, кто уже сегодня ведёт полный учёт данных в паспорте продукта, на момент введения таких изменений не должны предпринимать никаких дополнительных действий, кроме заказа этикеток меньшего размера. Те же, кто не ведёт такой учёт, окажутся в исходной точке.

3.6) Косвенные затраты на производственный процесс и сопутствующие затраты

Цена единицы продукции этикетки – это лишь видимая часть. Сопутствующие технологические затраты во многих предприятиях превышают стоимость самого материала и не отражаются в каком-либо отдельном центре затрат. Кстати, именно по этой причине данная экономия регулярно недооценивается в системе управленческого учета.

Статья расходов	в настоящее время в год	Сокращение	Экономия
Перевод, редактирование и верстка текстов этикеток (9 языков, 4 выпуски коллекции)	14 000 €	70 %	9 800 €
Перепечатка и перемаркировка в случае ошибок в тексте или изменения ассортимента (3 500 единиц × 0,90 €)	3 150 €	80 %	2 520 €
Утилизация остатков этикеток и бирок при смене коллекции (8 % бюджета на этикетки)	10 000 €	60 %	6 000 €
Хранение, комплектация и обработка различных вариантов этикеток	6 000 €	50 %	3 000 €
Лицензионные сборы за упаковку и бумагу (EPR, около 4 г картона на одну единицу)	400 €	80 %	320 €
Запросы службы поддержки клиентов по уходу, размеру и материалу (3 000 обращений × 3,50 €)	10 500 €	30 %	3 150 €
Итого	44 050 €		24 790 €

Самый важный, на мой взгляд, аспект – возможность внесения изменений. Печатная этикетка является окончательной. Если инструкция по уходу впоследствии исправляется, срок действия сертификата истекает или рекомендация по сочетанию теряет смысл из-за того, что сопутствующий товар распродан, то в печатном виде ситуацию уже не исправить. Паспорт продукта можно в любой момент централизованно обновить – и это касается всего товара, находящегося в продаже, в том числе и тех единиц, которые были проданы два года назад. Это качественное отличие, поэтому его сложно отразить в приведенной выше таблице. Тот, кто когда-либо организовывал отзыв товара из-за неверного символа ухода, знает, о чём я говорю.

3.7) Возврат товаров – самый значимый отдельный фактор

Возврат товаров является основной статьёй расходов в сфере онлайн-продаж одежды. Значительная часть таких возвратов обусловлена несоответствием по размеру и несоответствием ожиданиям, а также неопределённостью в отношении материала и ухода за изделием. Именно здесь на помощь приходит «паспорт товара»: полные таблицы размеров для каждого размера, информация о свойствах материалов, данные о усадке, характеристики носки, параметры модели, видеоролики. Причём доступ к этой информации можно получить как до покупки посредством сканирования в магазине, так и после покупки, находясь дома.

Параметр	Значение	Влияние
Количество онлайн-заказов в год	100 000	
Текущий показатель возвратов	42 %	42 000 возвратов
Полная стоимость одного возврата (доставка, проверка, подготовка, потеря стоимости)	11,00 €	462'000 €
Снижение на 1,0 процентный пункт	-1'000 возвратов	11'000 €
Снижение на 2,0 процентных пункта	-2'000 возвратов	22'000 €
Снижение на 3,0 процентных пункта	-3'000 возвратов	33'000 €

В общем расчете я сознательно беру за основу всего один процентный пункт. Даже это весьма осторожное предположение дает 11 000 евро в год. Каждый дополнительный процентный пункт приносит ещё одну такую же сумму. Это рычаг, обладающий, безусловно, наибольшим потенциалом роста, и его следует целенаправленно измерить в ходе пилотного проекта. Подробнее об этом – в разделе 5.4.

3.8) Общий расчёт, включая расходы на платформу

Позиция	в год	за единицу
Этикетки и упаковка (реалистичный сценарий)	75'000 €	0,300 €
Косвенные затраты на процессы, перевод и обслуживание	24'790 €	0,099 €

Позиция	в год	за единицу
Сокращение возвратов (на 1 процентный пункт, консервативная оценка)	11 000 €	0,044 €
Валовая экономия	110 790 €	0,443 €
Расходы в 1-м году: платформа, сбор данных, интеграция QR-кодов, внутренние затраты времени	от -25 000 до -40 000 евро	
Чистый эффект в 1-м году	** от +71 000 до +86 000 евро**	
Расходы начиная со 2-го года: платформа и текущее обслуживание	от -18 000 до -25 000 евро	
Чистый эффект начиная со 2-го года	** от +86 000 до +93 000 евро**	

Что касается стоимости использования платформы, то она прозрачна. Тарифы Transpareo рассчитываются исходя из количества опубликованных паспортов продукции; договор можно расторгнуть в любое время в месячном порядке, а данные можно полностью экспортировать в любой момент. Таким образом, у вас нет никаких обязательств по отношению к нам, что я считаю само собой разумеющимся, хотя, к сожалению, на этом рынке это далеко не так.

Тариф	Пакеты услуг	CHF/месяц	EUR/месяц
Small, для пилотных проектов и начального уровня	до 100	139	ок. 153
Medium	до 1'000	559	ок. 629
Large, примерный расчёт для 1'200 SKU	до 10'000	1'399	прибл. 1'539
Unlimited	без ограничений	3'499	прибл. 3'849

Цены по состоянию на август 2026 года с действующей бета-скидкой, включая перевод с помощью ИИ на 40 языков, собственный домен, брендинг, GS1 Digital Link, привлечение потенциальных клиентов, аналитику, REST-API, а также импорт и экспорт. Актуальные условия и действующие акции см. на [сайте transpareo.com](https://www.transpareo.com).

Для начала это означает: пилотный проект с 20–30 моделями обойдётся вам в 139–199 швейцарских франков в месяц. По сравнению с любой другой позицией в данном документе эта разница незначительна, и просто не существует финансовых причин, чтобы не приступить к реализации проекта немедленно. Только при расширении системы на весь ассортимент

тариф будет увеличиваться пропорционально. В примерном сценарии с примерно 1'200 комбинациями «товар-цвет» это тариф «Large» стоимостью около 18'500 € в год, который укладывается в указанные выше диапазоны затрат. В пересчёте на экономию в размере 110 790 евро это составляет примерно 17 процентов.

3.9) Если вы участвуете в более чем двух коллекциях в год

Сегодня многие бренды постоянно обновляют и расширяют свой ассортимент. С точки зрения расчётов это является мультипликатором, причём в обоих направлениях аргументации.

Блок затрат	2 коллекции плюс 2 повторных выпуска	от 8 до 12 дропов в год
Тиражи этикеток	средние тиражи, выгодные цены по ступенчатой шкале	небольшие тиражи, менее выгодные цены по ступенчатой шкале, цена за единицу растёт
Перевод и верстка	4 цикла в год	от 8 до 12 циклов, сумма в 14 000 евро легко удваивается
Утилизация остатков	8 % бюджета на этикетки	по опыту - от 12 до 18 %, поскольку замены происходят чаще
Минимальные объёмы заказа	редко являются обязательными	регулярно являются обязательными, что приводит к систематическому заказу избыточного количества
Срок вывода на рынок	поддаётся планированию	срок поставки этикеток становится узким местом для дропа

Последний пункт часто упускают из виду, хотя на самом деле он является самым важным: если пункт выдачи посылок вынужден ждать доставки этикетки с информацией об уходе, это приводит к потере дней продаж. Паспорт товара обновляется за считанные минуты. Я рекомендую каждому пункту выдачи с высокой частотой приема посылок повторить примерный расчет с использованием собственных данных. Результат, как правило, оказывается значительно лучше, чем приведённый здесь.

4) Какую роль играет паспорт продукта в маркетинге

Этот проект окупается за счет экономии средств. Однако его истинная стратегическая ценность заключается в другом: «паспорт продукта» превращает обязательную этикетку в постоянный фирменный канал связи, связанный с самим продуктом.

4.1) Единственная точка соприкосновения с полным охватом

Любой другой канал охватывает лишь часть аудитории. Информационный бюллетень доходит до подписчиков. Социальные сети охватывают подписчиков и обеспечивают платный охват. Интернет-магазин привлекает онлайн-покупателей. QR-код прикреплён к каждому проданному изделию.

Характеристика	Традиционные каналы	Информационная карточка на товаре
Охват	часть покупателей	каждый проданный товар
Покупатели в стационарных магазинах	как правило, анонимны	впервые поддаются адресации
Затраты на рекламу	на постоянной основе, за каждый контакт	отсутствуют, носителем информации является сам товар
Продолжительность контакта	период проведения кампании	весь срок эксплуатации, зачастую в течение нескольких лет
Стимулирующий фактор	бренд	сам покупатель, что обеспечивает высокий уровень внимания
Второй владелец	недоступен	при перепродаже становится новым контактом

Второй пункт - это то, о чём я чаще всего говорю с предпринимателями в сфере моды. В типичном случае 60 процентов товара продаётся в стационарных магазинах. Это 150 000 единиц товара в год, которые приобретают люди, о которых вы ничего не знаете и с которыми вы больше никогда не вступите в контакт. «Продуктовый паспорт» решает эту проблему без интеграции с кассовой системой, без клиентской карты и без участия торгового партнёра.

4.2) Комбинации и перекрестные продажи

Указание на предметы одежды, которые можно сочетать друг с другом, является ожидаемой сервисной информацией в паспорте товара. Тот, кто сканирует код на только что купленной юбке, находится именно в той ситуации, когда рекомендация подходящей блузки будет полезной, а не назойливой. В этом и заключается отличие от любой рекламы ретаргетинга, которая показывается через три дня.

- Полный образ из рекламной фотосессии, доступный для заказа прямо сейчас
- Соответствующие аксессуары: ремень, шарф, сумка, обувь
- Другие цвета и размеры той же модели

- Дополнительные поставки того же товара - фактор, который значительно недооценивается как источник выручки при продаже любимых вещей
- Сезонные дополнения: подходящий вязаный плащ к летнему платью на осень
- Средства по уходу: моющее средство для шерсти, бритва для удаления ворса, импрегнирующий спрей, запасные пуговицы

Перекрестные продажи, метод расчета	Допущение	Результат
Количество QR-кодов в магазине в год	250 000	
Коэффициент сканирования при наличии видимого предложения о выгоде	12 %	30 000 сканирований
Конверсия при рекомендации комбинации товаров	3 %	900 заказов
Стоимость корзины	65 €	58 500 € выручки
Коэффициент вклада в покрытие затрат	45 %	26 325 € вклада в покрытие затрат

Показатели сканирования товаров повседневного спроса, как правило, составляют от 5 до 15 процентов. Они значительно возрастают, если на этикетке указана конкретная выгода: «Советы по уходу, подходящие модели и продленная гарантия» вместо простого кода. Эта фраза ничего не стоит и является самой эффективной отдельной мерой из всех, что мне известны.

4.3) Мероприятия, сообщество, взаимодействие с брендом

Информацию в паспорте товара можно свободно вносить и обновлять в любое время без изменения QR-кода. Таким образом, каждый предмет одежды, находящийся в продаже, становится каналом распространения информации об актуальных событиях даже спустя годы после продажи.

- Приглашения на мероприятия в магазинах, распродажи образцов, премьеры коллекций, trunk shows
- Запись на индивидуальную консультацию по стилю в ближайшем магазине
- «Repair Cafés» и услуги по ремонту - убедительное свидетельство приверженности принципам устойчивого развития, способствующее повторному взаимодействию с клиентами
- Региональная настройка: только клиенты, проживающие вблизи магазина, видят его расписание
- Периоды предварительной продажи и форматы взаимодействия с сообществом для зарегистрированных покупателей

4.4) Система привлечения потенциальных клиентов

С помощью генератора лидов Transpareo вы можете самостоятельно, без привлечения агентства, создавать любое количество анкет и связывать их с описанием продукта. Решающее значение для эффективности имеет одна техническая деталь: анкета открывается автоматически после сканирования QR-кода. Клиенту не нужно ничего искать и ни на что нажимать. Тот, кто хотя бы раз пытался побудить людей выполнить дополнительный клик для перехода к форме, знает, насколько эта разница влияет на уровень участия.

Сам по себе этот механизм существует уже давно и работает: клиент получает конкретную выгоду и в обмен на это предоставляет информацию и дает согласие.

Преимущества для клиента	Вопросы в анкете	Преимущества для вас
Продленная гарантия после регистрации товара	Дата покупки, место покупки, контактные данные	Первый контакт и прозрачность продаж в оптовом сегменте
Индивидуальное руководство по стилю для приобретённого товара	Стилевые предпочтения, случаи ношения, размеры	Сегментация для проведения кампаний и планирования ассортимента
Преимущество или бонус при следующей покупке	Электронная почта, согласие на получение новостной рассылки	Лиды с подтверждением подписки без затрат на рекламу
Предварительный доступ к новой коллекции	Любимые категории, ценовая готовность	Ориентировочный спрос до размещения заказа
Участие в розыгрыше или мероприятии сообщества	Регион, предпочтительный магазин	Активация с учетом местоположения
Отзывы о посадке с рекомендациями по размеру на следующий раз	Антропометрические данные, оценка посадки	База данных для непосредственного снижения количества возвратов
Бесплатная проверка на необходимость ремонта	Срок службы, места износа	Данные о качестве, полученные в реальных условиях, для разработки продукции

Последняя строка замыкает круг, который в индустрии моды практически никогда не замыкается. Отзывы о посадке и долговечности, как правило, поступают в отдел разработки продукции только через причины возврата и претензии, то есть в искажённом виде, с негативным уклоном и с опозданием. Благодаря «паспорту продукта» они поступают от довольных пользователей спустя несколько месяцев реального использования. Как инженер-текстильщик, я бы очень хотел иметь такой источник данных.

Привлечение потенциальных клиентов, метод расчета	Допущение	Результат
Сканирований в год (12 % от 250 000)	30 000	
Участие в автоматически открывающейся анкете	25 %	7 500 потенциальных клиентов
из них из сетевой розничной торговли, пока анонимные	60 %	4'500 новых контактов
Сравнительный показатель стоимости лида в сегменте моды	6 € за лид	45'000 € медиа-эквивалента

Показатель медиа-эквивалента не представляет собой поступление денежных средств и поэтому отражается в сводном отчёте отдельно. Однако с качественной точки зрения разница ещё более значительна, чем разница в суммах: лид из каталога товаров поступает от проверенного покупателя с известной историей покупок данного товара.

4.5) Защита товарных знаков и защита от плагиата

Эта тема до сих пор удивительно мало обсуждается в контексте паспорта продукта, хотя для премиальных и люксовых брендов она, по всей видимости, представляет собой наиболее значимое отдельное преимущество, причём доступное уже сейчас.

Паспорт продукта, который посредством уникального идентификатора ссылается на набор данных, поддерживаемый брендом, имеющий версионный номер и криптографически подписанный, является подтверждением происхождения. Покупатель может проверить в браузере, является ли изделие подлинным, откуда оно происходит и когда было выпущено в оборот. Фальсификатор может скопировать QR-код, но он не сможет создать действительную запись в вашей базе данных и предоставить действительную подпись.

Предназначено для:

- Подтверждение происхождения высококачественной одежды, сумок, часов и предметов роскоши
- Возможность проверки со стороны таможенных органов и служб рыночного надзора без необходимости обращения к производителю
- Укрепление доверия на вторичном рынке, где подлинность является основным фактором, сдерживающим покупку
- Присвоение серийных номеров каждому отдельному экземпляру, а не только каждому артикулу, в тех случаях, когда это целесообразно

- Если это возможно с организационной точки зрения, ответственное руководство торговой точки может, воспользовавшись соответствующим правом в диспетчере приложений, внести имя покупателя или покупательницы и дополнительные сведения о покупке, зафиксировав их таким образом в паспорте продукта

Я твердо рассчитываю, что в ближайшие годы здесь получат широкое распространение технологии NFC и RFID, использующие тот же идентификатор, что и в QR-коде. Чип, вшитый в подол изделия и содержащий тот же идентификатор, подделать гораздо сложнее, чем напечатанный квадрат. Кроме того, доказательства права собственности на основе NFT также будут использовать этот идентификатор в качестве опорной точки. Главное заключается в следующем: тот, кто сегодня с помощью цифрового паспорта продукта создает четкий и однозначный идентификатор для каждого изделия, уже сейчас готов к применению всех этих технологий.

4.6) Вторичный рынок и сохранение стоимости

Рынок подержанной одежды растёт быстрее, чем рынок новой одежды. «Паспорт товара» оказывает на него тройное воздействие:

- **Сохранение стоимости.** Одежда с полной историей материалов, происхождения и ухода, зафиксированной в цифровом виде, достигает более высоких цен при перепродаже, чем одежда с неразборчивой этикеткой. Это сказывается на готовности покупателей платить при первоначальной продаже.
- **Подлинность.** См. раздел 4.5, посвящённый защите от подделок. На вторичном рынке это является решающим аргументом в пользу покупки.
- **Новый контакт без затрат на привлечение клиентов.** Второй владелец сканирует этикетку и попадает к вам. Покупка подержанной вещи, на которой вы ничего не зарабатываете, превращается в потенциального клиента и, возможно, в нового покупателя.

4.7) Многоязычие и доступность

Этикетка с инструкциями по уходу, напечатанная девятью языками шрифтом размером 4 пункта на четырёх слоях атласной ленты, фактически нечитаема для значительной части населения. Это касается всех покупателей старше шестидесяти лет, всех, кто страдает слабостью зрения, а также всех, кто не может разобрать текст на этикетке после третьей стирки.

Паспорт продукта оптимизирован для просмотра на экране, доступен для чтения с помощью экранного считывателя, может быть увеличен в произвольном масштабе и отличается высокой контрастностью. Это напрямую соответствует требованиям Европейского закона о доступности.

Что касается языкового вопроса, то здесь следует учитывать, что географическое положение больше не играет роли. Transpareo переводит всю информацию из базы данных без дополнительных затрат на все европейские языки, а также на бенгальский, китайский, хинди, индонезийский, японский, корейский и вьетнамский – всего на 40 языков, включая все 24 официальных языка ЕС. В диспетчере приложений каждый пользователь самостоятельно выбирает язык работы. На странице «Профиль» автоматически отображается язык браузера, и клиенту не требуется вносить какие-либо настройки.

Для вас это означает две вещи. Дополнительный рынок сбыта не требует ни миллиметра дополнительной ширины этикетки и не влечет за собой расходов на перевод. Кроме того, это охватывает все языки в цепочке поставок: швейная фабрика в Бангладеш, поставщик во Вьетнаме и партнёр в Китае читают ваши технические требования на своём родном языке. На практике это не менее ценно, чем работа с клиентами.

5) Какую выгоду получит ваша организация в результате

Наиболее трудно поддающаяся количественной оценке, но в долгосрочной перспективе наиболее важная выгода заключается в самой организации. Паспорт продукта – это продукт на основе данных, а это предполагает четкое распределение полномочий, объединение источников информации и вовлечение поставщиков. Ничего из этого невозможно создать в краткосрочной перспективе. Качество данных нельзя купить – его нужно заработать.

5.1) Просто начните с того, что под рукой

Наиболее распространённой причиной, по которой проекты, связанные с паспортом продукции, так и не запускаются, является представление о том, что сначала необходимо собрать всю информацию. Это неверно и мешает работе. Начните с тех данных, которые уже имеются в наличии и доступны без дополнительных запросов; в случае сомнений – с раздела 2.6, для которого вам не нужно никому писать. Опубликуйте их. А затем постепенно расширяйте базу данных от коллекции к коллекции.

Для покупателя брошюра с рекомендациями по уходу, информацией о материалах, таблицей размеров и советами по сочетанию вещей уже сегодня представляет ценность. Он не ожидает получения полных данных о цепочке поставок уровня 3 и не будет обращать на них внимание в первую очередь даже в 2029 году.

Этап	Срок	Содержание	Результат
1. Начало работы	1–2-й месяц или быстрее	Определить структуру затрат. Определить пилотный ассортимент из 20–30 моделей. Сбор исключительно внутренних данных: данные по маркетингу, материалам, уходу за изделиями и размерам. Тариф «Small», от 139 до 199 швейцарских франков в месяц.	Первые полные наборы данных без единого обращения к поставщикам
2. Публикация	3–5-й месяц или раньше	Разработка макета и формулировка предложения ценности. Интеграция QR-кода в печать этикеток. Составление первой анкеты. Запуск в эксплуатацию.	Результаты на рынке, первые сканирования, первые потенциальные клиенты, первые показатели
3. Масштабирование	6–12-й месяц или раньше	Внедрение по всей коллекции. Запуск интеграции с Excel и ERP в рабочем режиме. Сокращение объёма этикеток. Установление ключевых показателей.	Полная экономия затрат в действии, надёжные данные о конверсии
4. Углубление	2-й год до 2028 года	Дополнить данные о поставщиках уровня 2/3. Разработать поля, касающиеся экологии, ремонта и переработки. Включить предоставление данных в рамочные договоры. Ввести процедуры контроля качества данных.	Достижение значительной зрелости задолго до вступления обязательных требований в силу
5. Регистрация	с 2029 года	Сопоставление с окончательной моделью данных, предусмотренной делегированным правовым актом, регистрация в реестре ЕС.	Обеспечение соответствия требованиям без реализации отдельного проекта и без давления со стороны сроков

Обратите внимание, что этапы 1 и 2 в совокупности длятся не более пяти месяцев и не требуют от вас ничего, что не зависело бы исключительно от вас самих. Именно на этом этапе большинство опасений рассеиваются.

5.2) Импорт данных и интеграция, а также почему направление имеет значение

Transpareo поддерживает импорт любого количества файлов Excel; импортер адаптируется к вашим файлам, а не наоборот. Отдельная система управления информацией о продуктах (PIM) не требуется, однако её можно подключить. Кроме того, можно подключить любое количество внутренних и внешних баз данных, включая системы ERP.

В отношении подключения действует архитектурное решение, которое я считаю важным с точки зрения безопасности и которое следует тщательно изучить при рассмотрении каждого поставщика:

Поток данных осуществляется исключительно в одном направлении – входящем.

Сторона-источник проходит аутентификацию в API Transpareo Vendor и отправляет пакет данных. Transpareo ни в коем случае не вмешивается в системы производителей и не требует учетных данных для доступа к вашей ERP-системе. Это означает: не существует пути из нашей платформы в ваши системы. Никакого входящего доступа, никаких сохраненных учетных данных, никаких открытых соединений, которые могли бы быть взломаны. Используя механизм push вместо pull, вы с самого начала исключаете целый класс возможных путей атаки.

Если вы сравниваете поставщиков, это один из вопросов, который я бы задал в первую очередь. Мы специально разработали структурированную основу для этого, не ориентируясь на конкретных поставщиков; см. раздел 6.4.

5.3) Массив данных как самостоятельная ценность

Теперь перейдём к вопросу, который меня лично интересует больше всего и который практически не затрагивается в ходе обсуждения.

Если данные о ваших продуктах хранятся в структурированном виде в одном месте, они принадлежат вам, и их можно в любой момент полностью или частично импортировать обратно: в ваше хранилище данных, в ваши аналитические инструменты, в ваши собственные системы. В Transpareo это возможно посредством экспорта в форматы CSV, XLSX, JSON-LD и SQL или через REST-API. Причём независимо от того, публикуете ли вы хотя бы один паспорт. Мгновенно и неоднократно.

Это открывает возможности для применения и приносит огромную пользу, не имеющую никакого отношения к соблюдению нормативных требований:

- **Обучение ИИ на собственных данных.** Языковая модель, которая знает все ваши материалы, обозначения качества, логику подбора размеров и структуру поставщиков, – это совершенно иное, чем общая модель. Основой для этого служит чистая и согласованная база данных о продукции – именно то, что и так формируется при создании паспорта продукции.
- **Приложения с использованием искусственного интеллекта.** Системы-помощники, которые анализируют данные о коллекциях, предлагают альтернативные материалы, проверяют технические характеристики или отвечают на запросы клиентов, обязательно нуждаются в структурированных данных о продукции. Без них любая идея, связанная с использованием искусственного интеллекта, останется лишь презентационным слайдом.

- **Закупки и планирование производства.** Потребности в материалах с учетом моделей, цветов и размеров, группировка сортов пряжи по коллекциям, концентрация поставщиков по группам материалов: все это – аналитические выводы, которые затрудняются из-за разрозненности данных, но становятся тривиальными при использовании объединенных данных.
- **Исследования и разработки.** Какая конструкция, какой вес на единицу площади и какая отделка приводят к каким показателям рекламаций и возвратов в течение нескольких сезонов? Эту корреляцию можно рассчитать только в том случае, если данные о материалах, продажах и отзывах хранятся в одном месте.

Я, как предприниматель, заявляю совершенно однозначно: даже если бы ЕС завтра отменил «паспорт продукта» без замены, работа над этой базой данных была бы правильной и ценной в долгосрочной перспективе. Паспорт – это приложение. Данные – это актив.

5.4) Показатели, которые следует отслеживать с самого первого дня

Показатель	Параметр	Назначение
Частота сканирования	Количество сканирований на 100 проданных единиц	Оптимизация предложения преимуществ на этикетке
Время пребывания на сайте и глубина просмотра	Секунды, клики	Приоритезация контента, удаление лишнего
Конверсия лидов	Количество лидов на 100 сканирований	Тестирование выгодных предложений
Конверсия кросс-продаж	Заказы на 100 сканирований	Улучшение логики комбинирования товаров
Коэффициент возвратов среди пользователей сканеров по сравнению с теми, кто не использует сканеры	Разница в процентных пунктах	Наиболее убедительный показатель для руководства
Запросы в службу поддержки по уходу и размеру	Количество обращений в месяц	Подтвердить снижение нагрузки на службу поддержки
Стоимость этикеток на единицу товара	Евро на единицу товара	Отразить экономию в отчётах финансового контроля

Пожалуйста, настройте пятую строку до запуска системы в рабочий режим. Впоследствии сравнить данные по сканерам и без сканеров будет невозможно, а именно эту цифру у вас спросят на второй год. Статистика сканирования в Transpareo собирается на стороне сервера без использования файлов cookie и трекеров. Вы получаете данные о количестве, динамике во времени и регионе без возникновения проблем, связанных с получением согласия.

6) От паспорта продукции к реестру ЕС: чисто формальный вопрос

Наиболее распространённый аргумент против раннего начала заключается в том, что окончательная модель данных ЕС ещё не определена, поэтому работа, проделанная сегодня, может оказаться напрасной. Я понимаю этот аргумент, однако он основан на неправильном представлении о том, как функционирует реестр.

6.1) Что на самом деле делает регистр

Реестр паспортов продукции ЕС функционирует с 20 июля 2026 года; Исполнительный регламент (ЕС) 2026/1778 регулирует вопросы контроля доступа, верификации пользователей, регистрации и требований к хранению данных. Важно отметить: реестр содержит уникальные идентификаторы и метаданные; он не является хранилищем данных самих паспортов. Фактические данные о продукции по-прежнему хранятся децентрализованно у экономического субъекта или его поставщика услуг.

На практике это означает следующее: необходимо, чтобы ваши паспорта содержали идентификатор, соответствующий стандартам и поддающийся декодированию, и были внесены в реестр до того, как продукт, подпадающий под действие законодательства ЕС, будет введен в оборот. Обслуживание данных останется без изменений.

Transpareo полностью соответствует гармонизированным стандартам, указанным в Официальном вестнике в Решении о внедрении (ЕС) 2026/1736 от 15 июля 2026 года; два оставшихся стандарта также внедрены. Transpareo работает с GS1 Digital Link и обеспечивает соответствие стандартам при расширении кода GTIN, а также рассчитан на регистрацию в реестре ЕС. Каждая версия паспорта содержит две независимые подписи: от издателя и от Transpareo; ключ издателя Вы можете хранить самостоятельно через собственный конечный узел подписи.

Один раз ввести. Опубликовать сегодня. Зарегистрировать позже.

1. **Ввод данных:** перенос имеющихся данных о товарах в базу данных в структурированном виде с использованием полей. Ключевым моментом является именно использова-

ние полей: непрерывный текст невозможно сопоставить, а четко структурированные поля – можно.

2. **Публикация:** паспорт сразу же становится доступным. QR-код на продукте – польза с первого дня.
3. **Расширение:** от коллекции к коллекции добавляются новые поля в соответствии с ритмом повседневной деятельности.
4. **Регистрация:** когда вступит в силу соответствующее требование, существующая запись данных будет сопоставлена с окончательной моделью и внесена компанией Transpareo в реестр ЕС. Никакого нового начала, никакого проекта, никакой паники из-за сроков.

6.2) Четыре наиболее распространённых возражения, которые я слышу

Возражение	Мой ответ
«Модель данных для текстиля ещё не определена.»	Техническая структура ещё не определена, но содержательная часть – вполне определена. Материал, происхождение, уход, ремонт, сертификаты и возможность вторичной переработки будут включены в неё – в этом нет никаких серьёзных сомнений. Структуры можно автоматически сопоставить, при условии что содержание зафиксировано чётко и по отдельным полям. Именно этот процесс ввода данных и представляет собой основную трудоёмкость, и он в любом случае потребует.
«Тогда мы будем работать вдвойне».	Вы вносите набор данных в базу данных один раз. Он сразу же публикуется в виде паспорта продукта, а позже дополнительно регистрируется. Один раз вводите – многократно используете.
«Мы ждём стандарта.»	Шесть из восьми стандартов с июля 2026 года приводятся в гармонизированном виде, реестр уже функционирует. Стандарт, которого ждали, в значительной степени уже готов. Два оставшихся стандарта известны и уже реализованы компанией Transpareo. А те, кто продолжает ждать, тем самым откладывают экономию затрат, привлечение потенциальных клиентов и процесс освоения технологии.
«У нас нет всех данных.»	Ни у кого их нет. Паспорт продукта создаётся на основе имеющейся информации и постепенно пополняется. Так будет всегда, даже после внесения в реестр. См. раздел 5.1.

6.3) Риски, открыто указанные

Риск	Оценка	Меры
Отклонение от окончательной модели данных	сред- ний	Ввод данных на основе полей вместо непрерывного текста. Автоматическое сопоставление возможно, тогда как повторный сбор данных по содержанию - нет.
Низкая частота сканирования на начальном этапе	сред- ний	Сформулируйте аргументы в пользу использования на этикетке, протестируйте их в пилотном проекте и доработайте перед масштабированием.
Сохранение обязательной физической маркировки	высо- кий	Уже учтено в цене. Реалистичный сценарий предполагает замену исключительно добровольных носителей.
Поставщики не предоставляют данные	сред- ний	Начните с данных, доступных внутри компании. Постепенно включайте предоставление данных в рамочные договоры, пока ещё имеется пространство для переговоров.
Привязка к одному поставщику	низкий	Возможность ежемесячного расторжения договора, полный экспорт в четырёх форматах, стабильные адреса «паспортов», рендереры с открытым исходным кодом. Проверьте это у каждого поставщика, которого вы рассматриваете; в нашем контрольном списке поставщиков перечислены вопросы, на которые стоит обратить внимание.
Защита данных при генерации лидов	низкий	Четкое согласие на получение информации, целевое использование данных и концепция удаления с самого начала.

6.4) Принятие решения о выборе поставщика

Я пишу эту статью как основатель компании Transpareo, и вам следует воспринимать её с учетом этого. Тем более важно для меня следующее замечание.

Мы опубликовали специально разработанный нейтральный в отношении поставщиков [контрольный список](#), состоящий из тридцати критериев, которые действительно имеют значение при принятии взвешенного решения о выборе платформы: соответствие стандартам, поддержка GS1 Digital Link, концепция подписи и архивирования, суверенитет данных и возможность экспорта, ценовая модель и масштабируемость в зависимости от количества SKU, возможность отказа от услуг. Проанализируйте этот список перед принятием решения, в том числе и в том случае, если в конечном итоге вы решите не выбирать нас. Платформу, не

прошедшую такую проверку, вам не следует выбирать; это относится как к нам, так и ко всем остальным.

Кроме того, в разделе [«Аналитика и перспективы»](#) вы найдете регулярно публикуемые специализированные статьи, посвящённые ESPR, стандартизации и практике внедрения, а также разъяснение самого регламента в нашем [руководстве по ESPR](#). Рендерер Transpareo Time Machine является программным обеспечением с открытым исходным кодом, распространяемым по лицензии GPL v3; благодаря этому любой паспорт можно проверить в браузере независимо от нас.

7) Первые 90 дней

В заключение – план, реализацию которого вы можете начать уже в понедельник. Для его осуществления не требуется ни консультационного поручения, ни тендера, ни заявки на выделение бюджетных средств.

Период	Задача	Результат
Недели 1–2	Сбор фактических данных о затратах: собрать счета-фактуры, заказы на ярлыки, расходы на перевод и списки брака за последние двенадцать месяцев	Использование ваших собственных данных вместо моих модельных допущений из главы 3
Недели 2–4	Создание карты данных: какое поле находится в какой системе, кто его обновляет, насколько оно актуально. Использование таблиц из главы 2 в качестве шаблона	Четкое представление о готовности данных и фактических пробелах
Недели 3–4	Определите пилотный ассортимент: от 20 до 30 моделей с высокой узнаваемостью и хорошим потенциалом для создания истории. Бесплатное тестирование, затем тариф «Small»	Управляемый и информативный пилотный проект
Недели 4–6	Настройка учётной записи, определение структуры полей, импорт данных пилотного проекта через Excel	первые полные наборы данных
Недели 6–8	Разработка макета и структуры содержания, добавление рекомендаций по комбинациям, формулировка аргументов в пользу использования на этикетке	готовый к публикации макет

Период	Задача	Результат
Недели 7–9	Согласование интеграции QR-кода с поставщиком этикеток и внедрение в рамках следующей запланированной смены этикеток	Предельные затраты на внедрение близки к нулю
Недели 8–10	Создание первой анкеты в системе генерации лидов. Рекомендация: предоставление продлённой гарантии при регистрации продукта	Механизм привлечения потенциальных клиентов запущен, анкета открывается автоматически после сканирования
Недели 10–12	Запуск пилотного ассортимента, определение ключевых показателей, начало мониторинга, в частности сравнение показателей возвратов	Первые реальные данные о сканировании и конверсии
Неделя 12	Анализ результатов, обновление бизнес-плана с учётом фактических данных, принятие решения о масштабировании	надёжная основа для принятия решений

7.1) Три вещи, о которых я хотел бы вам напомнить

- **Укажите преимущества на этикетке.** Сам по себе QR-код вряд ли будет отсканирован. *«Цифровой паспорт товара: рекомендации по уходу, подходящие модели, а также продленная гарантия и многое другое»* – **такая** формулировка значительно повышает частоту сканирования. Эта фраза ничего не стоит, но определяет всю маркетинговую составляющую вашего бюджета.
- **Приурочьте внедрение к следующей смене этикеток.** Если интегрировать QR-код в рамках запланированной смены, затраты на внедрение будут практически нулевыми. А если устраивать из этого специальную акцию, придётся платить дважды.
- **Измеряйте влияние на количество возвратов с самого начала.** Сравнение показателя возвратов среди тех, кто сканирует, и тех, кто не сканирует, – это наиболее убедительный показатель, который вы сможете представить на второй год, а также рычаг с наибольшим потенциалом роста. Ретроспективно его невозможно рассчитать.

И если после прочтения этой статьи вы сделаете только одну вещь: попросите в своей компании предоставить последний счет от поставщика этикеток и разделите сумму на количество единиц. Именно эта цифра станет отправной точкой для любого серьёзного обсуждения цифрового паспорта продукта. У большинства брендов, с которыми я общаюсь, эта цифра оказывается выше, чем предполагало руководство.

Приложение: Обзор всех допущений

Каждая цифра в данной работе либо представляет собой одно из следующих допущений, либо вытекает из них на основе расчётов. Я сознательно воздержался от указания где-либо значений, которые были бы непонятны, и в случае сомнений выбирал более осторожный вариант.

Допущение	Значение	Характер
Годовой объем продаж	250'000 штук	Модельная линейка
Комбинации артикулов и цветов (= количество вариантов)	1'200	Модельная линейка
Физическая маркировка в настоящее время	0,500 € за единицу	стандартные для отрасли условия
Физическая маркировка с использованием паспорта продукта	0,200 € за единицу	типовой расчёт
Расчётная экономия (реалистичный сценарий)	0,300 € за единицу	разница между двумя значениями
Онлайн-заказы	100'000 в год	соответствует доле D2C в 40 %
Доля возвратов при онлайн-покупках	42 %	типично для отрасли
Полная стоимость одного возврата	11,00 €	типично для отрасли
Предполагаемое снижение количества возвратов	1,0 процентный пункт	намеренно консервативная оценка
Коэффициент сканирования QR-кодов	12 %	среднее значение при чётком обещании выгоды
Доля участников опроса	25 % от общего числа сканирований	Опытные данные при наличии выгодного предложения
Конверсия кросс-продаж на одно сканирование	3 %	консервативная оценка
Стоимость корзины и коэффициент вклада в прибыль	65 € и 45 %	Модельные расчёты
Сравнительная стоимость лида (CPL)	6,00 €	Диапазон цен в сегменте моды: от 4 до 12 €
Расходы на платформу при внедрении (тариф «Large»)	ок. 18 500 € в год	Цены по прейскуранту на август 2026 года

Допущение	Значение	Характер
Общие затраты на внедрение в 1-м году	от 25 000 до 40 000 €	Оценка диапазона
Текущие затраты, начиная со 2-го года	от 18 000 до 25 000 €	Оценка диапазона

Все приведенные значения носят иллюстративный характер и не заменяют индивидуальный расчет для конкретного предприятия. Расчет построен таким образом, что вы можете подставить свои фактические значения вместо исходных допущений. Заявления о допустимом объеме сокращения количества этикеток не являются юридической консультацией и подлежат проверке в каждом конкретном случае.

Калькулятор в формате Excel, относящийся к данному документу, в котором вы можете заменить каждое значение на свои собственные, вы найдете на [нашей странице](#), посвящённой паспорту продукции для текстиля.

Об авторе

Гюнтер Райхельт, основатель и стратегический директор компании Transpareo на протяжении 19 лет, председатель совета директоров, инженер-текстильщик, более 50 лет занимающийся предпринимательской деятельностью в различных сферах. Цуг, Швейцария.

Если у Вас есть пожелания по внесению изменений, дополнения или другие замечания по отдельным позициям расчёта, буду рад получить Ваши отзывы. Я считаю эти вопросы чрезвычайно важными и с удовольствием уделю им время.

О компании Transpareo

Швейцарская компания Transpareo AG, расположенная в технологическом кластере Цуга, предлагает портал самообслуживания для создания, управления и публикации цифровых паспортов продукции для предприятий всех отраслей и любого масштаба на 40 языках. Фронтенд Transpareo Time Machine является открытым исходным кодом.

Уже сегодня портал в полной мере соответствует требованиям Регламента ЕС об экоди-
зайне в отношении цифровых паспортов продукции, а также гармонизированным стандар-
там, указанным в Решении о применении (ЕС) 2026/1736 от 15 июля 2026 года. Уже сейчас
можно вводить данные и использовать цифровые паспорта продукции.

- **Контактное лицо для СМИ:** Гюнтер Райхельт, председатель совета директоров, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com

- **Местонахождение:** Tech Cluster Zug, 6300 Цуг, Швейцария
- **Портал DPP:** transpareo.com

Transpareo® и Transpareo Time Machine® являются зарегистрированными товарными знаками компании Transpareo AG. Авторские права 2026 Transpareo AG.

Авторские права 2026 Transpareo AG, Цуг, Швейцария - transpareo.com