

Digitálny produktový pas sa oplatí už dnes

Prečo by módne značky nemali čakať s vypracovaním a zverejnením produktových pasov až do roku 2029 a čo to znamená v eurách.

- **Téma:** Ekonomická efektívnosť a marketingový prínos digitálnych pasov produktov pred zavedením povinnosti v rámci EÚ
- **Pre koho:** vedenie, marketing, produktový manažment, nákup, udržateľnosť a IT v odvetví odevného a textilného priemyslu
- **Obsahuje:** modelový výpočet so zverejnenými predpokladmi, mapu údajov, fázový model, 90-dňový plán
- **Stav:** september 2026
- **Kalkulátor v programe Excel:** K dispozícii na zadávanie vlastných údajov a vytváranie individuálnych výpočtov
- **Poznámka:** Príklad výpočtu slúži len na orientáciu. Nejedná sa o právne, daňové ani investičné poradenstvo.

Ukazovateľ	Hodnota
Označenie jedného kusu dnes	0,50 €
Označenie jedného kusu s digitálnym produktovým pasom	0,20 €
Úspora za rok	110 790 €

Vzorový výpočet pre značku s ročným predajom 250 000 kusov. Všetky predpoklady sú uvedené v kapitole 3 a v prílohe a je možné ich nahradiť vašimi vlastnými číslami.

Günter Reichelt, textilný inžinier, nadšený podnikateľ, predseda správnej rady spoločnosti Transpareo. August/september 2026.

Contents

Prečo by ste nemali čakať	4
Čo by som vám chcel v tomto dokumente ukázať	4
Faktúra na jednej strane	5
Čo ma presvedčilo najviac	6
1) Východisková situácia: Povinnosť pravdepodobne nadobudne platnosť v roku 2029, prínos sa prejaví okamžite	6
1.1) Harmonogram, ako ho sama Komisia označuje	6
1.2) Príležitosť v oblasti údajov, ktorá sa skrýva za povinnosťou	7
1.3) Čo stojí vyčkávanie	7
2) Aké údaje už dnes máte k dispozícii	8
2.1) Identifikácia výrobku a základné vlastnosti	8
2.2) Materiál, priadze a kvality	9
2.3) Údržba, nosenie, opravy	10
2.4) Pôvod, výroba a dodávateľský reťazec	10
2.5) Certifikáty, zhoda s normami, udržateľnosť	11
2.6) Obchodné informácie – podceňovaná zložka	11
3) Aké sú ekonomické prínosy tohto prechodu	12
3.1) Modelová spoločnosť	12
3.2) Fyzické označovanie v súčasnosti	13
3.3) Fyzické označenie pomocou pasu výrobku	14
3.4) Tri scenáre	14
3.5) Čo sa stane s označovaním textílií	15
3.6) Nepriame náklady na procesy a následné náklady	15
3.7) Vrátené tovary – najväčší jednotlivý faktor	16
3.8) Celková faktúra vrátane nákladov na platformu	17
3.9) Ak jazdíte viac ako dve kolekcie za rok	18
4) Akú úlohu zohráva produktový pas v marketingu	18
4.1) Jediné kontaktné miesto s plným dosahom	19
4.2) Kombinácie a krížový predaj	19
4.3) Podujatia, komunita, zážitok zo značky	20
4.4) Nástroj na získavanie potenciálnych zákazníkov	20
4.5) Ochrana ochranných známok a ochrana proti falšovaniu	22
4.6) Sekundárny trh a zachovanie hodnoty	22
4.7) Viacjazyčnosť a bezbariérovosť	22
5) Čo tým vaša organizácia získa	23
5.1) Stačí začať s tým, čo máme po ruke	23
5.2) Import údajov a prepojenie – a prečo je dôležitý smer	24
5.3) Databáza ako samostatná hodnota	25
5.4) Kľúčové ukazovatele, ktoré by ste mali sledovať už od prvého dňa	25
6) Od pasu výrobku do registra EÚ: čisto formálna záležitosť	26

6.1) Čo vlastne register robí	26
6.2) Štyri námietky, ktoré počujem najčastejšie	27
6.3) Riziká, otvorene uvedené	28
6.4) Rozhodnutie o výbere poskytovateľa	28
7) Prvých 90 dní	29
7.1) Tri veci, ktoré by som vám chcel odkázať	29
Príloha: Prehľad všetkých predpokladov	30
O autorovi	31
O spoločnosti Transpareo	31

Prečo by ste nemali čakať

Už vyše päťdesiat sedem rokov budujem firmy, z toho časť v textilnom a módnom priemysle. Ako textilný inžinier – hoci je to už dávno – a vďaka rozmanitým ďalším podnikateľským skúsenostiam viem, koľko peňazí stojí špecifikácia materiálov a zosúladenie označení o údržbe. Preto píšem tento článok ako nadšený podnikateľ a ako niekto, kto vie, aký dopad má v kalkulácii saténová stuha so štvorvrstvom štítkom s pokynmi na údržbu.

Východisková situácia je známa. Európska komisia vo svojej prezentácii Generálneho riaditeľstva pre rast (DG GROW) z 27. mája 2026 oznámila prijatie delegovaného právneho aktu týkajúceho sa textílií na tretí alebo štvrtý štvrťrok 2027 a povinné zavedenie produktového pasu na rok 2029. Bežné reakcie na to poznám z mnohých rozhovorov: počkať, sledovať vývoj a o dva roky to opäť zaradiť do programu.

Považujem to za chybu, a to nie malú.

Úžitok a hospodárnosť produktového pasu nezávisia od povinnosti. Závisia od toho, že máte údaje o produktoch, ktoré dnes draho tlačíte na textil, nákladne prekladáte, likvidujete v zvyškových zásobách a ktoré nikto nečíta, pretože písmo je príliš malé. Tieto náklady vznikajú každý deň, kým čakáte. A to ešte nehovoriac o výhodách z hľadiska marketingu.

Čo by som vám chcel v tomto dokumente ukázať

Po prvé: Údaje už dávno existujú. Zloženie materiálov, hrúbky priadze, druhy tkanín, pokyny na údržbu, miesto výroby, veľkosť, farba a odporúčania na kombinovanie sa nachádzajú vo vašom PIM, v ERP, v technických balíkoch a v zložkách s certifikátmi. Podľa mojich skúseností sa približne tri štvrtiny skutočne užitočného módného produktového pasu dajú už teraz vyplniť existujúcimi údajmi. Nemusíte nič vymýšľať. Musíte ich len zhromaždiť na jednom centrálnom mieste.

Po druhé: Dnes vás to stojí nemalé peniaze. V modelovom výpočte v kapitole 3 som dospel k sume 0,50 € na jeden kus odevu len za štítky, visačky, prílohy a ich pripevňovanie. Z toho je možné reálne ušetriť 0,30 €, čo pri 250 000 kusoch ročne predstavuje 75 000 € každý rok. Ak k tomu pripočítame náklady na preklad, likvidáciu zvyšných zásob etikiet, preetiketovanie a veľmi opatrne odhadnuté zníženie počtu vrátených tovarov, na papieri to predstavuje 110 790 € ročne. To zodpovedá 0,44 € na jeden predaný kus. Ide o modelový výpočet. Správne čísla máte vy a budú vyzeráť viac-menej rovnako.

Po tretie, a to je pre mňa najdôležitejšie: QR kód na odeve je jediný kanál, ktorý skutočne osloví každého z vašich zákazníkov. Nielen odberatelia newsletterov, nielen online nakupujúci, ale aj žena, ktorá si kúpila vaše šaty v multiznačkovom obchode v Antverpách a o ktorej doteraz nič nevíte. V mojom príklade ide o 150'000 kusov ročne, ktoré doteraz bez stopy miznú na trhu. V prípade väčších značiek sú to milióny.

Po štvrté: Nahratie údajov do registra EÚ bude v danom čase len formálnou záležitosťou. Register je v prevádzke od 20. júla 2026 a ukladá identifikátory a metadáta; samotné pasy výrobkov neukladá, čo sa často nesprávne chápe. Skutočné údaje zostávajú u hospodárskeho subjektu alebo jeho poskytovateľa služieb. Transpareo v plnej miere spĺňa harmonizované normy uvedené v rozhodnutí o vykonávaní (EÚ) 2026/1736, ktoré bolo uverejnené v Úradnom vestníku 15. júla 2026. Keď táto povinnosť nadobudne platnosť, vybavíte to za pár minút. Transpareo to za vás vykoná automaticky.

Faktúra na jednej strane

Vzorová spoločnosť: značka odevov, ročný predaj 250 000 kusov, približne 1 200 kombinácií produktov a farieb, distribúcia v deviatich jazykových oblastiach EÚ, 40 percent priameho predaja online. Všetky predpoklady sú zverejnené a je možné ich nahradiť vašimi vlastnými číslami.

Blok prínosov	Účinnosť za rok	Druh
Etikety, visačky, prílohy, balenie	75 000 €	Úspora nákladov
Preklad, preetiketovanie, likvidácia, servis	24 790 €	Úspora nákladov
Vrátené tovary, počítané len na jedno percento	11 000 €	Úspora nákladov
Medzisúčet úspory nákladov	110 790 €	0,44 € na kus
Náklady v 1. roku (platforma, zber údajov, integrácia QR kódov)	-25 000 až -40 000 €	Investícia
Čistý efekt už v prvom roku	+71 000 až +86 000 €	
Príspevok na krytie nákladov z krížového predaja prostredníctvom produktového pasu	26 325 €	Dodatočný výnos
7 500 potenciálnych zákazníkov, z toho 4 500 doteraz anonymných zákazníkov kamenných predajní	45 000 €	Mediálny ekvivalent

Odvodenie je uvedené v kapitolách 3 a 4. Mediálny ekvivalent znamená: náklady, ktoré by ste museli vynaložiť na získanie rovnakého počtu kvalifikovaných potenciálnych zákazníkov prostredníctvom platených kanálov. Nejedná sa o prílev platobných prostriedkov, a preto sa vykazuje samostatne.

--

Čo ma presvedčilo najviac

Úprimne povedané, nie je to úspora na etiketách. To je síce pekné, ale slúži len na financovanie projektu. Presvedčilo ma niečo iné.

Produkty sú srdcom každej firmy. Napriek tomu sú údaje práve o týchto produktoch v takmer každej firme, ktorú poznám, roztrúsené: časť v systéme ERP, časť v zoznamoch v Exceli jednotlivých zamestnancov, časť v PDF súboroch od dodávateľov a časť v hlavách dvoch ľudí, ktorí raz odídu do dôchodku. Povinnosť viesť produktový pas vás núti tieto údaje zjednotiť. To je príležitosť, na ktorú mnohé podniky čakali roky, bez toho, aby sa jej kedykoľvek dočkali.

A keď sú tieto údaje raz štruktúrované a uložené na jednom mieste, otvárajú sa možnosti, ktoré predtým jednoducho neboli možné: môžete ich kedykoľvek obnoviť v celku alebo po častiach – na tréninge vlastných modelov umelej inteligencie, na agentové aplikácie, na plánovanie nákupu a výroby, na výskum a vývoj. A to bez toho, aby ste museli zverejniť jediný pas. Viac o tom v časti 5.3.

Moja rada v jednej vete: Začnite s údajmi, ktoré už máte k dispozícii a ktoré sú dostupné bez ďalších dotazov. Zverejnite s nimi prvé katalógy. Databázu postupne rozširujte z kolekcie na kolekciu. Do zavedenia povinnosti budete mať potom náskok dva až tri roky a táto zmena sa za tú dobu mnohonásobne vyplatí.

1) Východisková situácia: Povinnosť pravdepodobne nadobudne platnosť v roku 2029, prínos sa prejaví okamžite

Nariadenie o ekodizajne (EÚ) 2024/1781 je v platnosti od júla 2024. Rok 2026 bol rokom, v ktorom bola infraštruktúra uvedená do prevádzky: V máji bolo uverejnených osem noriem CEN/CENELEC, z ktorých šesť bolo 15. júla prostredníctvom vykonávacieho rozhodnutia (EÚ) 2026/1736 v Úradnom vestníku citovaných ako harmonizované; obsah dvoch chýbajúcich noriem je známy. 20. júla začal fungovať register EÚ pre pasy výrobkov. Chýbajú ešte delegované právne akty špecifické pre jednotlivé skupiny výrobkov.

1.1) Harmonogram, ako ho sama Komisia označuje

Dátum	Udalosť	Čo to pre vás znamená
od júla 2026	Citované harmonizované normy, register EÚ v prevádzke	Technická architektúra je pripravená. Kto začne teraz, stavia na pevných základoch.
február 2027	Prvá povinnosť pre určité skupiny batérií podľa nariadenia (EÚ) 2023/1542	Precedens. Od tohto momentu sa produktový pas stáva realitou na trhu.
3. a 4. štvrtrok 2027	Očakáva sa delegovaný právny akt týkajúci sa textílií (DG GROW, 27. 5. 2026)	Až vtedy budete poznať konečný zoznam povinných polí. Obsah je v podstate už stanovený.

Dátum	Udalosť	Čo to pre vás znamená
predpokladaný rok 2029	Povinné uplatňovanie pre textil a odev	Od tohto momentu je produktový pas podmienkou vstupu na trh. Bez pasu žiadny predaj v EÚ.
dnes až do vtedy	Dva až tri roky času	To je vaše časové okno na získanie náskoku. Ukončí sa a to pre všetkých naraz.

1.2) Príležitosť v oblasti údajov, ktorá sa skrýva za povinnosťou

Na tomto mieste by som chcel vyjadriť myšlienku, ktorá v diskusii takmer úplne zaniká.

Povinnosť viesť produktový pas sa vníma ako regulačná záťaž. Skúste sa na to pozrieť z iného uhla.

Žiadna spoločnosť, ktorú som za päť desaťročí videl, z vlastnej iniciatívy nezaviedla projekt s názvom „Zhromažďujeme všetky údaje o našich produktoch na jednom mieste“. Okrem toho sa požiadavky v priebehu času vyvíjali. Vždy boli naliehavejšie veci. Údaje zostali roztrúsené: informácie o materiáloch v nákupe, pokyny na údržbu v riadení kvality, certifikáty v zložke s dokumentmi o súlade, tabuľky veľkostí v techpacku, odporúčania na kombinovanie v marketingu, adresy dodávateľov v účtovníctve.

Produkty sú srdcom každej spoločnosti. Napriek tomu sú údaje o nich najhoršie organizovaným fondom, aký väčšina firiem vlastní, pretože sú rozptýlené po rôznych miestach. Produktový pas je prvou externou iniciatívou po dlhom čase, ktorá má dostatočnú silu na to, aby to zmenila, a zároveň odmeňuje túto prácu, pretože z jej výsledkov možno bezprostredne čerpať ekonomický a marketingový prínos.

Z centrálne dostupných, štruktúrovaných údajov o produktoch je možné odvodiť analýzy a opatrenia, ktoré boli predtým jednoducho nepredstaviteľné, pretože nikto nemohol tieto údaje prehliadnuť naraz. Ktorá kvalita priadze vedie počas troch sezón k najmenšiemu počtu reklamácií? Ktorá farbiareň dodáva najstabilnejšie farebné hodnoty? Ktorá kombinácia materiálov súvisí s akou mierou vráteného tovaru? Na otázky tohto druhu sa nedá odpovedať pomocou piatich súborov Excelu zo štyroch oddelení.

1.3) Čo stojí vyčkávanie

Aspekt	Začiatok dnes	Začiatok až v rokoch 2028/2029
Zber údajov	postupne v rámci cyklu kolekcií, priamo z bežnej prevádzky	Projekt pod časovým tlakom; externá podpora bude v roku 2028 nedostupná a drahá, pretože všetci začnú súčasne
Dodávatelia	Dodávka údajov sa bude vyjednávať v rámci rámcových zmlúv na viacero sezón objednávok	Opätovné rokovania so všetkými dodávateľmi súčasne, bez času a bez vyjednávací sily
Náklady na etikety	klesnú od nasledujúcej kolekcie	zostanú nezmenené, v modelovom prípade približne 225 000 € za tri roky

Aspekt	Začiatok dnes	Začiatok až v rokoch 2028/2029
Marketing	bude pôsobiť od prvej zverejnenej kolekcie	úplne odpadá až do zavedenia povinnosti
Integrácia QR kódov	prebieha súbežne s už aj tak plánovanou výmenou etikiet, marginálne náklady sú takmer nulové	samostatný prechod, prípadne preetiketovanie tovaru na sklade
Konkurencia	náskok v oblasti obsahu, údajov o zákazníkoch a kvality údajov	vyrovnaná situácia. Povinnosť, ktorú všetci plnia, už nie je argumentom

Tento posledný bod je pre mňa dôležitý. Od momentu, keď bude produktový pas povinný, ho bude mať každý. Vtedy sa stane hygienickým faktorom, ktorý bude mať každý. Náskok existuje výlučne v tom časovom okne, ktoré je práve otvorené.

2) Aké údaje už dnes máte k dispozícii

Než začnete uvažovať o systémoch, mali by ste si urobiť prehľad o súčasnom stave. Nasledujúce prehľady ukazujú, čo sa v odvetví odevného priemyslu zvyčajne už nachádza, väčšinou roztrúsené medzi systémami PIM, ERP, Techpack, laboratórnymi správami, zložkami s certifikátmi, špecifikáciami dodávateľov a internetovým obchodom. Mnohé z týchto informácií sa už dnes musia v tlačenej forme priložiť k výrobku.

Odporúčam použiť tieto tabuľky ako pracovnú šablónu a v treťom stĺpci uviesť, kto dané pole spravuje. Na túto otázku je nakoniec ťažšie odpovedať ako na otázku, kde sa pole nachádza.

2.1) Identifikácia výrobku a základné vlastnosti

Pole údajov	Typický zdroj	Dnes na produkte?
Číslo tovaru a štýlu, farebný kód, SKU	ERP / PIM	Závažka, etiketa
GTIN / EAN, sériové číslo alebo číslo šarže	ERP / základné údaje	čiarový kód na visačke
Kolekcia, sezóna, termín dodania	Plánovanie kolekcie	nie
Názov produktu, stručný popis	PIM / internetový obchod	čiastočne
Veľkosť a systém veľkostí (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / tabuľka veľkostí	štítok s veľkosťou
Farba, názov farby, číslo farby, farbiaca šarža	ERP / špecifikácia dodávateľa	štítok

Pole údajov	Typický zdroj	Dnes na produkte?
Strih a tvar (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / internetový obchod	nie
Tabuľka mier podľa veľkosti (hrudník, pás, dĺžka, rukáv)	Techpack / protokol vzorky	nie
Miery modelky („Modelka meria 1,78 m a nosí veľkosť M“)	Protokol z fotenia	nie
Hmotnosť výrobku	Základné údaje o expedícii	nie

2.2) Materiál, priadze a kvality

Pole údajov	Typický zdroj	Je dnes uvedené na výrobku?
Zloženie vlákien v percentách podľa zložky	Špecifikácia dodávateľa / laboratórium	Povinné označenie
Hrúbka priadze (Nm, Ne, dtex), skrútenie, druh priadze	Technický balík / tkáčska tovareň	nie
Druh tkaniny alebo pleteniny (jersey, keprová väzba, interlock, popelín)	Technický balík	nie
Gramáž v g/m ² , hustota vlákien	Technický list materiálu	nie
Úprava (mercerizované, sanforizované, vodoodpudivé)	Špecifikácia dodávateľa	čiastočne visačka
Podšívka, výstuhy, výplň, výplňový materiál	Zoznam komponentov	Štítok
Príslušenstvo: gombíky, zipsy, šnúrky, aplikácie	Zoznam dielov	nie
Podiel recyklovaného materiálu, podiel vlákien na biologickej báze	Vyhlásenie dodávateľa	čiastočne visačka
Pôvod vlákna (napr. pôvod bavlny)	Dokumentácia dodávateľského reťazca	zriedka
Triedy farbív a chemikálií, súlad s RSL	Zpráva o skúške / laboratórium	nie
Hodnoty srážlivosti, odolnosť proti treniu, stupeň žmolkovania, odolnosť proti svetlu	Zpráva o skúške	nie

2.3) Údržba, nosenie, opravy

Pole údajov	Typický zdroj	Dnes na výrobku?
Symbody starostlivosti podľa GINETEX / ISO 3758	Označenie starostlivosti	Povinná etiketa
Pokyny na starostlivosť v jasnom texte, viacjazyčné	Riadenie kvality	Etiketa / príbalový leták
Podrobné odporúčania na pranie (prací prostriedok, naplnenie práčky, sieťka)	Riadenie kvality	zriedka
Pokyny na sušenie, žehlenie a čistenie	Označenie starostlivosti	Štítok
Pokyny týkajúce sa farbenia, žmolkovania, sťahovania	Zpráva o skúške	častočne
Odporúčania na nosenie, príležitosti, sezónna vhodnosť	Marketing / internetový obchod	nie
Návody na obliekanie a viazanie (zavinovacie šaty, kravata, šál)	Marketing / video	nie
Pokyny na opravu, návody na záplaty a zašívanie	Riadenie kvality	nie
Náhradné diely: náhradný gombík, náhradná niť, ťahadlo zipsu	Zoznam dielov / Servis	priložené
Záručné a reklamčné podmienky	Právne oddelenie / Všeobecné obchodné podmienky	zriedkavo

2.4) Pôvod, výroba a dodávateľský reťazec

Políčko údajov	Typický zdroj	Je dnes na výrobku?
Krajina výroby („Made in ...“)	Doklad o pôvode / colné údaje	Povinné údaje
Oblekárska továreň, adresa závodu (Tier 1)	Nákup / audítorské správy	nie
Tkáreň, pletiareň, farbiareň, dodávateľ povrchových úprav (Tier 2/3)	Mapovanie dodávateľov	nie
Sociálne a environmentálne audity výrobného závodu	Dodržiavanie predpisov / amfori BSCI, SA8000	nie
Identita výrobcu a kontaktná adresa v EÚ (GPSR)	Právne oddelenie	Povinné údaje

Políčko údajov	Typický zdroj	Je dnes na výrobku?
Dovozca a distribútor	Colné orgány / základné údaje	častočne
Dátum výroby a výrobná šarža	ERP / údaje o objednávkach	zriedka

2.5) Certifikáty, zhoda s normami, udržateľnosť

Pole údajov	Typický zdroj	Nachádza sa dnes na výrobku?
OEKO-TEX STANDARD 100, číslo certifikátu a platnosť	Zložka s certifikátmi	Visiaca etiketa
GOTS, OCS, GRS, RCS vrátane certifikátov o transakciách	Zložka s certifikátmi	Visiaca etiketa
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Zložka s certifikátmi	Visiaca etiketa
Vyhlásenia o súlade s nariadením REACH a o POP	Súlad s predpismi	nie
Bezpečnostné normy (napr. EN 14682 – šnúry na detskom oblečení)	Riadenie kvality	nie
Varovné upozornenia (horľavosť, malé časti, alergény)	Riadenie kvality	Štítok
Ukazovatele CO ₂ e, spotreby vody alebo energie, ak sa zbierajú	Správa o udržateľnosti / LCA	nie
Pokyny k spätnému odberu, recyklácii a likvidácii	Udržateľnosť / Spätný odber	zriedka
Program značky pre second-hand a ďalší predaj	Marketing	nie

2.6) Obchodné informácie – podceňovaná zložka

Táto kategória je z regulačného hľadiska úplne irelevantná. Z ekonomického hľadiska je však najcennejšia. Vo vašej spoločnosti už existuje v plnom rozsahu – v internetovom obchode, v lookbooku, v marketingovom kalendári – a doteraz sa vôbec nevyužíva na fyzickom produkte, pretože na visačke na to nie je miesto.

Informácie	K dispozícii ako
Odporúčania na kombinovanie: vhodné topy, nohavice, topánky, doplnky	Lookbook, sprievodca stylingom, logika odporúčaní v obchode

Informácie	K dispozícii ako
Kompletný outfit z kampane	Protokol z fotenia, materiály kampane
Videá o produktoch, 360–stupňové pohľady, detailné zábery	Mediálna databáza
História značky, vyhlásenie dizajnéra, téma kolekcie	Briefing ku kolekcií, PR materiály
Ďalšie dostupné farby a veľkosti toho istého modelu	PIM / Obchod
Odkaz na opätovnú objednávku a nákup, zoznam želaní	Obchodný systém
Vyhľadávač predajní, otváracie hodiny, termín stylingového poradenstva	Základné údaje o maloobchode
Podujatia: akcie v predajniach, výpredaje vzoriek, opravárenské kaviarne, prehliadky	Marketingový kalendár
Vernostný program, newsletter, prístup do komunity	CRM
Hodnotenia zákazníkov a obsah vytvorený používateľmi	Obchod / sociálne médiá

Ak si kladiete otázku, kde začať: začnite s touto tabuľkou. Je to jediná tabuľka, pri ktorej nemusíte kontaktovať ani jedného dodávateľa.

3) Aké sú ekonomické prínosy tohto prechodu

A teraz k hlavnej otázke: Čo sa dá ušetriť, ak sa upustí od klasických nosičov informácií a na odeve zostane v podstate len QR kód? Výpočet som zámerne zostavil konzervatívne a úplne zrozumiteľne, aby ste mohli použiť svoje vlastné nákupné podmienky. Každé číslo v nasledujúcich tabuľkách je buď otvorene uvedený predpoklad, alebo vyplýva z predchádzajúcich riadkov.

3.1) Modelová spoločnosť

Parameter	Predpoklad
Ročný predaj	250 000 kusov odevov
Sortiment	približne 350 modelov, približne 1 200 kombinácií výrobkov a farieb
Kolekcie	2 hlavné kolekcie plus 2 doplnkové kolekcie ročne
Odbytové trhy	DACH plus šesť ďalších krajín EÚ, deväť jazykov na štítku s pokynmi na údržbu
Distribúcia	60 % kamenné predajne (vlastný maloobchod a veľkoobchod), 40 % D2C online

Parameter	Predpoklad
Online objednávky	približne 100 000 objednávok ročne
Nákupný košík	65 € netto, miera príspevku na krytie nákladov 45 %

Ak vaša spoločnosť vydáva šesť, osem alebo dvanásť kolekcií ročne – a mnohé značky to v súčasnosti robia –, potom sa všetky nasledujúce čísla výrazne zlepšia, pretože náklady na etikety sú nižšie, miera vyradenia vyššia a prekladové cykly častejšie. Modelový výpočet teda predstavuje nepriaznivý scenár. Pozri k tomu časť 3.9.

3.2) Fyzické označovanie v súčasnosti

Cena zahŕňa materiál, tlač, povrchovú úpravu a pomernú časovú náročnosť na aplikáciu. Uvedené hodnoty zodpovedajú bežným podmienkam v strednom cenovom segmente pri stredných nákladoch.

Položka	za kus	pri 250 000 kusoch
Tkaná značka a štítok na krku	0,045 €	11 250 €
Štítok s veľkosťou	0,010 €	2 500 €
Štítok s pokynmi na údržbu a zloženie, v deviatich jazykoch, viacvrstvový	0,065 €	16 250 €
Doplnkový štítok s informáciami o pôvode, certifikátoch a varovných upozorneniach	0,020 €	5 000 €
Hlavná visačka, obojstranná, s povrchovou úpravou	0,110 €	27 500 €
Druhá visačka: príbeh o udržateľnosti a značke	0,060 €	15 000 €
Šnúrka, plomba, bezpečnostná niť	0,030 €	7 500 €
Príloha a brožúra o údržbe a opravách	0,070 €	17 500 €
Kompletizácia a pripevňovanie (podiel pracovného času)	0,090 €	22 500 €
Dnešná suma	0,500 €	125 000 €

3.3) Fyzické označenie pomocou pasu výrobku

Nie všetko sa ruší, a to ani netvrdím. Tkaná značka zostáva, ide o súčasť stratégie značky a nie o informačný nosič. Štítok s veľkosťou zostáva, lebo inak by v obchode nikto nemohol tovar triediť. Zostane aj štítok s pokynmi na údržbu a zložením, ten sa však výrazne zjednoduší: symboly, stručné informácie a QR kód na jednej vrstve namiesto deviatich jazykových verzií písaných 4-bodovým písmom na štyroch vrstvách.

Položka	za kus	pri 250 000 kusoch
Značková a krčná etiketa, tkaná (bez zmien)	0,045 €	11 250 €
Štítok s veľkosťou (bez zmien)	0,010 €	2 500 €
Zjednodušený štítok s pokynmi na údržbu: symboly, stručné informácie, jednovrstvový	0,035 €	8 750 €
QR kód, integrovaný do existujúcej tlače štítkov	0,005 €	1 250 €
Úsporná visačka s cenou a QR kódom	0,055 €	13 750 €
Balenie, znížené náklady	0,050 €	12 500 €
Súčet s produktovým pasom	0,200 €	50 000 €

3.4) Tri scenáre

Scenár	Čo sa vynecháva	na kus	ročne
Konzervatívny	Druhá visačka, brožúra a doplnková etiketa sa vynechávajú; balenie sa mierne zníži; pridáva sa potlač QR kódu	0,160 €	40 000 €
Realistický (tab. 3.2 oproti 3.3)	navyše zjednotenie na štíhlu visačku a jednovrstvovú etiketu s pokynmi na údržbu	0,300 €	75 000 €
Ambiciózny	navyše je povolené digitálne označovanie textilu: etiketa s pokynmi na údržbu sa vynecháva, visačka sa stáva čisto cenovkou	0,360 €	90 000 €

Konzervatívny výpočet: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (balenie) $- 0,005$ (QR) = 0,160 €. Realistický odhad: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Ambiciózny odhad: $0,300 + 0,035$ (štítok s pokynmi na údržbu) + $0,025$ (visačka) = 0,360 €.

Pre všetky ďalšie výpočty vychádzam jednotne z realistického scenára: 0,30 € za kus, 75 000 € ročne.

3.5) Čo sa stane s označovaním textílií

V tejto veci je potrebná opatrnosť, preto to poviem jasne. Podľa súčasného stavu nariadenie (EÚ) č. 1007/2011 o označovaní textílií naďalej vyžaduje, aby bolo zloženie vlákien uvedené fyzicky na výrobku alebo vo vnútri výrobku. Ani informácie výrobcu podľa nariadenia o bezpečnosti výrobkov (GPSR) a bezpečnostné varovania v súčasnosti nie je možné nahradiť výlučne digitálnou formou.

Práve preto je tento realistický scenár vypočítaný tak, ako je: nahrádza výlučne dobrovoľné informačné nosiče, teda visačky, prílohy, doplnkové etikety a viacjazyčnosť nad rámec povinných požiadaviek. Funguje v súčasnom právnom rámci bez toho, aby bolo potrebné zmeniť jediný predpis.

Moje stanovisko k tomuto smeru je však jednoznačné: Údaje podľa nariadenia o označovaní textílií budú s veľkou pravdepodobnosťou aj tak musieť byť zaznamenané a zviditeľnené v pasporte výrobku pre módu a textil. Ak budú tie isté informácie povinné v digitálnej forme, dodatočné fyzické označenie je z praktického hľadiska ťažko odôvodniteľné, pretože si vyžaduje štítky, materiál, pracovný čas a zdroje, bez toho, aby prinieslo akýkoľvek prínos v podobe nových informácií. V súvislosti s produktovým pasom sa diskutuje o revízii nariadenia o označovaní textílií. Nie je to však ešte schválené, a preto je ambiciózny scenár v bode 3.4 výslovne označený ako budúca možnosť a nikde nie je zahrnutý do celkového výpočtu.

Kto už dnes vedie údaje v produktovom pase v plnom rozsahu, nemusí v čase takejto zmeny robiť nič iné, ako objednať menšiu etiketu. Kto ich nevedie, začína od začiatku.

3.6) Nepriame náklady na procesy a následné náklady

Jednotková cena etikety je len viditeľná časť. Náklady na súvisiace procesy sú v mnohých podnikoch vyššie ako náklady na samotný materiál a nie sú súhrnne vykazované v žiadnom nákladovom stredisku. To je mimochodom dôvod, prečo sa táto úspora v oblasti controllingu pravidelne podceňuje.

Nákladová položka	v súčasnosti ročne	Zníženie	Úspora
Preklad, korektúra a grafická úprava textov na etiketách (9 jazykov, 4 kolekcie)	14 000 €	70 %	9 800 €
Dotlač a prelepovanie etikiet v prípade textových chýb alebo zmeny sortimentu (3 500 kusov x 0,90 €)	3 150 €	80 %	2 520 €
Likvidácia zvyšných zásob etikiet a visačiek pri zmene kolekcie (8 % rozpočtu na etikety)	10 000 €	60 %	6 000 €
Skladovanie, kompletizácia a manipulácia s variantmi etikiet	6 000 €	50 %	3 000 €

Nákladová položka	v súčasnosti ročne	Zníženie	Úspora
Licenčné poplatky za obaly a papier (EPR, približne 4 g kartónu na kus)	400 €	80 %	320 €
Žiadosti zákazníckeho servisu týkajúce sa starostlivosti, veľkosti a materiálu (3 000 žiadostí × 3,50 €)	10 500 €	30 %	3 150 €
Suma	44 050 €		24 790 €

Bod, ktorý považujem za najdôležitejší: možnosť zmien. Tlačená etiketa je nemenná. Ak sa neskôr opraví pokyn na údržbu, vyprší platnosť certifikátu alebo odporúčanie na kombináciu stratí zmysel, pretože doplnkový tovar je vypredaný: v tlači to už nie je možné napraviť. Produktový pas je možné kedykoľvek centrálné aktualizovať, a to pre celý tovar nachádzajúci sa na trhu, vrátane kusov, ktoré boli predané pred dvoma rokmi. Tento rozdiel je kvalitatívny, a preto sa ťažko vyjadruje v tabuľke vyššie. Kto niekedy organizoval stiahnutie výrobku z trhu kvôli nesprávnemu symbolu starostlivosti, vie, o čom hovorím.

3.7) Vrátané tovary – najväčší jednotlivý faktor

Vrátenie tovaru predstavuje v oblasti online predaja módy najväčšiu nákladovú položku. Značná časť z nich vyplýva z nesúladu s očakávaniami ohľadom strihu, ako aj z neistoty týkajúcej sa materiálu a starostlivosti o odev. Presne tu prichádza na rad produktový pas: kompletne tabuľky veľkostí pre každú veľkosť, vlastnosti materiálov, údaje o srážaní, vlastnosti pri nosení, rozmery modelov, videá. A to ešte pred nákupom prostredníctvom skenovania v predajni, ako aj po nákupe doma.

Parameter	Hodnota	Vplyv
Online objednávky za rok	100 000	
Súčasná miera vrátenia tovaru	42 %	42 000 vrátení
Celkové náklady na jeden vrátený tovar (preprava, kontrola, príprava, strata hodnoty)	11,00 €	462 000 €
Zníženie o 1,0 percentuálny bod	-1 000 vrátených tovarov	11 000 €
Zníženie o 2,0 percentuálneho bodu	-2 000 vrátených zásielok	22 000 €
Zníženie o 3,0 percentuálneho bodu	-3 000 vrátených zásielok	33 000 €

V celkovom výpočte som zámerne použil iba jedno percento. Aj tento veľmi opatrný odhad predstavuje 11 000 € ročne. Každé ďalšie percento prináša tú istú sumu ešte raz. Ide o pákový efekt s jednoznačne najväčším potenciálom rastu, ktorý by sa mal v pilotnej prevádzke cielene merať. Viac o tom v časti 5.4.

3.8) Celková faktúra vrátane nákladov na platformu

Položka	ročne	na kus
Etikety a balenie (realistický scenár)	75 000 €	0,300 €
Nepriame náklady na procesy, preklady a služby	24 790 €	0,099 €
Zníženie počtu vrátených tovarov (1 percentuálny bod, konzervatívny odhad)	11 000 €	0,044 €
Hrubá úspora	110 790 €	0,443 €
Náklady v 1. roku: platforma, zber údajov, integrácia QR kódov, interný čas	-25 000 až -40 000 €	
Čistý efekt v 1. roku	+71 000 až +86 000 €	
Náklady od 2. roka: platforma a priebežná údržba	-18 000 až -25 000 €	
Čistý efekt od 2. roka	+86 000 až +93 000 €	

Pokiaľ ide o náklady na platformu, sú transparentné. Ceny služby Transpareo sa odvíjajú od počtu zverejnených produktových pasov, zmluvu je možné vypovedať každý mesiac a údaje je možné kedykoľvek kompletne exportovať. Neexistuje teda žiadna viazanosť na nás, čo považujem za samozrejmosť, ktorá však na tomto trhu, žiaľ, samozrejmosťou nie je.

Tarif	Produktové balíčky	CHF / mesiac	EUR / mesiac
Small, pre pilotný projekt a začiatok	do 100	139	cca 153
Medium	do 1'000	559	cca 629
Large, modelový prípad pri 1 200 SKU	do 10 000	1 399	cca 1 539
Unlimited	neobmedzene	3 499	cca 3 849

Ceny platné od augusta 2026, s aktuálnou beta zľavou, vrátane prekladu pomocou umelej inteligencie do 40 jazykov, vlastnej domény, brandingu, GS1 Digital Link, generovania potenciálnych zákazníkov, analytiky, REST-API, ako aj importu a exportu. Aktuálne podmienky a prebiehajúce akcie nájdete na transpareo.com.

Pre začiatok to znamená: Pilotný projekt s dvadsiatimi až tridsiatimi modelmi vás bude stáť 139 až 199 CHF mesačne. V porovnaní s akoukoľvek inou položkou v tomto dokumente ide o rozdiel vyplývajúci z zaokrúhľovania – jednoducho neexistuje žiadny finančný dôvod, prečo by ste s tým nemali začať hneď. Až s rozšírením na celý sortiment sa sadzba prispôsobí. V modelovom prípade s približne 1 200 kombináciami artiklov a farieb ide o sadzbu „Large“ vo výške približne 18 500 € ročne, ktorá je zahrnutá vo vyššie uvedených rozmedziach nákladov. V porovnaní s úsporou 110 790 € to predstavuje približne 17 percent.

3.9) Ak jazdíte viac ako dve kolekcie za rok

Mnohé značky dnes svoju ponuku neustále obnovujú a rozširujú. Z hľadiska kalkulácie to predstavuje multiplikátor, a to v oboch smeroch úvah.

Nákladová položka	2 kolekcie plus 2 dodatočné dodávky	8 až 12 dodávok ročne
Náklady na etikety	stredné náklady, výhodné odstupňované ceny	menšie náklady, nevýhodné odstupňované ceny, cena za kus stúpa
Preklad a grafická úprava	4 cykly ročne	8 až 12 cyklov, suma 14 000 € sa ľahko zdvojnásobí
Likvidácia zvyšných zásob	8 % rozpočtu na etikety	podľa skúseností 12 až 18 %, pretože sa častejšie menia
Minimálne objednávkové množstvá	zriedka záväzné	pravidelne záväzné, čo vedie k systematickému nadmernému objednávaní
Doba uvedenia na trh	plánovateľná	Doba dodania etikiet sa stáva úzkym miestom pre drop

Tento posledný bod sa často prehliada, pričom je v skutočnosti najdôležitejší: ak musí zásielka čakať na doručenie štítku s informáciami o údržbe, stojí to dni predaja. Údaje o produkte sa aktualizujú za pár minút. Odporúčam každému podniku s vysokou frekvenciou zásielok, aby si tento modelový výpočet zopakoval s vlastnými číslami. Výsledok je spravidla výrazne lepší ako ten, ktorý je tu uvedený.

4) Akú úlohu zohráva produktový pas v marketingu

Projekt je financovaný z úspor nákladov. Skutočná strategická hodnota spočíva v niečom inom: produktový pas premení povinné označenie na trvalý kanál vlastný danej značke, ktorý je umiestnený priamo na produkte.

4.1) Jediné kontaktné miesto s plným dosahom

Každý iný kanál oslovuje len určitú časť cieľovej skupiny. Newsletter oslovuje odberateľov. Sociálne médiá oslovujú sledovateľov a platené publikum. Internetový obchod oslovuje online nakupujúcich. QR kód je pripojený ku každému predanému kusu.

Charakteristika	Klasické kanály	Produktový pas na produkte
Dosah	časť kupujúcich	každý predaný kus
Zákazníci kamenných predajní	spravidla anonymní	po prvýkrát osloviteľní
Náklady na médiá	priebežne, za každý kontakt	žiadne, nositeľom je samotný produkt
Trvanie kontaktu	doba trvania kampane	celá doba používania, často roky
Spúšťač	značka	samotný zákazník, zodpovedajúca vysoká pozornosť
Druhý majiteľ	nedostupný	pri ďalšom predaji sa stáva novým kontaktom

Druhý bod je ten, o ktorom s podnikateľmi v módnom priemysle hovorím najčastejšie. V typickom prípade sa 60 percent tovaru predá v kamenných predajniach. To predstavuje 150 000 kusov ročne, ktoré sa predajú ľuďom, o ktorých nič neviete a s ktorými už nikdy neprídete do kontaktu. Produktový pas tento problém rieši bez integrácie s pokladničným systémom, bez zákaznickej karty a bez zásahu obchodného partnera.

4.2) Kombinácie a krížový predaj

Upozornenie na oblečenie, ktoré sa dá kombinovať, je v produktovom pase očakávanou servisnou informáciou. Kto naskenuje kód na práve zakúpenej sukni, nachádza sa presne v situácii, v ktorej je odporúčanie na vhodnú blúzku užitočné a neruší. To je rozdiel oproti akejkol'vek retargetingovej reklame, ktorá sa zobrazí o tri dni neskôr.

- Kompletný outfit z kampane, ktorý si môžete objednať priamo
- Zodpovedajúce doplnky: opasok, šál, taška, topánky
- Ďalšie farby a veľkosti toho istého modelu
- Opätovný nákup toho istého tovaru – v prípade obľúbených kúskov ide o výrazne podceňovaný zdroj tržieb
- Sezónne doplnky: k letným šatám na jeseň vhodný pletený kabát
- Prostriedky na starostlivosť: prací prostriedok na vlnu, holiaci strojček na chumáče, impregnačný sprej, náhradné gombíky

Krížový predaj, výpočetný postup	Predpoklad	Výsledok
QR kódy na trhu za rok	250 000	
Miera skenovania pri viditeľnom prínose	12 %	30 000 skenov
Konverzia na odporúčanie kombinácie	3 %	900 objednávok
Hodnota nákupného košíka	65 €	58 500 € obrat
Miera príspevku na krytie nákladov	45 %	26 325 € príspevok na krytie nákladov

Miera naskenovania spotrebného tovaru sa zvyčajne pohybuje medzi 5 a 15 percentami. Tieto hodnoty sa výrazne zvyšujú, ak je na etikete uvedený konkrétny prínos: „*Tipy na starostlivosť, vhodné štýly a predĺžená záruka*“ namiesto holého kódu. Táto veta nič nestojí a je to najúčinnšie opatrenie, aké poznám.

4.3) Podujatia, komunita, zážitok zo značky

Informácie v produktovom pase je možné ľubovoľne upravovať a kedykoľvek aktualizovať bez toho, aby sa zmenil QR kód. Vďaka tomu sa každý kus oblečenia, ktorý sa nachádza na trhu, stáva distribučným kanálom pre aktuálne udalosti, a to aj roky po predaji.

- Pozvánky na podujatia v predajniach, výpredaje vzoriek, premiéry kolekcií, trunk show
- Rezervácia termínu na osobné stylingové poradenstvo v najbližšej predajni
- Repair Cafés a opravárenské služby – silný dôkaz udržateľnosti s vysokou pravdepodobnosťou opätovného kontaktu
- Regionálne zameranie: termíny vidia len zákazníci v blízkosti predajne
- Predpredajné obdobie a komunitné formáty pre registrovaných nositeľov

4.4) Nástroj na získavanie potenciálnych zákazníkov

Pomocou nástroja Transpareo Leadgenerator môžete samostatne a bez agentúry vytvoriť ľubovoľný počet dotazníkov a prepojiť ich s produktovým pasom. Pre dosiahnutie účinku je kľúčový jeden technický detail: dotazník sa otvorí automaticky po naskenovaní QR kódu. Zákazník nemusí nič hľadať ani na nič kliknúť. Kto už niekedy skúšal presvedčiť ľudí, aby vykonali ďalšie kliknutie a otvorili formulár, vie, aký rozdiel to znamená v miere účasti.

Samotný mechanizmus je starý a funguje: Zákazník získa konkrétnu výhodu a na oplátku poskytne informácie a udelí súhlas.

Výhoda pre zákazníka	Otázky v dotazníku	Výhody pre vás
Predĺžená záruka po registrácii produktu	Dátum nákupu, miesto nákupu, kontaktné údaje	Prvý kontakt a transparentnosť predaja vo veľkoobchode
Osobný stylingový sprievodca k zakúpenému kusu	Štýlové preferencie, príležitosti, veľkosti	Segmentácia pre kampane a plánovanie sortimentu
Výhoda alebo bonus pri ďalšom nákupe	E-mail, súhlas so zasielaním newslettera	Lead s opt-in bez mediálnych nákladov
Prednostný prístup k novej kolekci	Oblíbené kategórie, cenová ochota	Indikácia dopytu pred objednaním
Účast v žrebovaní alebo komunitnej akcii	Región, preferencia predajne	Aktivácia na základe polohy
Spätná väzba k strihu s odporúčaním veľkosti na budúci raz	Telesné miery, hodnotenie strihu	Priama databáza na zníženie počtu vrátených tovarov
Bezplatná kontrola opravy	Doba používania, miesta opotrebenia	Údaje o kvalite zo skutočného používania pre vývoj produktov

Posledný riadok uzatvára kruh, ktorý sa v módnom priemysle takmer nikdy neuzavrie. Spätná väzba týkajúca sa strihu a trvácnosti sa k oddeleniu vývoja produktov zvyčajne dostáva len prostredníctvom dôvodov vrátenia tovaru a reklamácií, teda skreslená, negatívne selektovaná a oneskorená. Prostredníctvom produktového pasu prichádza od spokojných nositeľov po mesiacoch skutočného používania. Ako textilný inžinier by som si takýto zdroj údajov veľmi prial.

Generovanie potenciálnych zákazníkov, výpočetný postup	Predpoklad	Výsledok
Skenovania za rok (12 % z 250 000)	30 000	
Účast na automaticky otvorenom dotazníku	25 %	7 500 potenciálnych zákazníkov
z toho z kamenných predajní, doteraz anonymne	60 %	4 500 nových kontaktov
Referenčná hodnota nákladov na potenciálneho zákazníka v odvetví módy	6 € za potenciálneho zákazníka	45 000 € mediálny ekvivalent

Hodnota mediálnej ekvivalencie nepredstavuje prílev peňažných prostriedkov, a preto je vo súhrnnej účtovnej závierke vykazovaná samostatne. Z kvalitatívneho hľadiska je však tento rozdiel ešte väčší ako samotná suma: potenciálny zákazník z produktového profilu pochádza od overeného kupujúceho so známym záujmom o produkt.

4.5) Ochrana ochranných známk a ochrana proti falšovaniu

Táto téma sa v súvislosti s produktovým pasom doteraz prekvapivo málo rozoberá, hoci by mala predstavovať najväčšiu individuálnu výhodu pre prémiové a luxusné značky a je ihneď k dispozícii.

Produktový pas, ktorý prostredníctvom jedinečného identifikátora odkazuje na dátový záznam spravovaný značkou, verzionovaný a kryptograficky podpísaný, predstavuje doklad o pôvode. Kupujúci si môže v prehliadači overiť, či je daný kus originálny, odkiaľ pochádza a kedy bol uvedený na trh. Falšovateľ môže skopírovať QR kód, ale nedokáže vytvoriť platný záznam vo vašej databáze ani pridať platný podpis.

Určené na:

- Potvrdenie pôvodu pre kvalitné odevy, tašky, hodinky a luxusné predmety
- Možnosť overenia pre colné orgány a orgány dohľadu nad trhom bez nutnosti kontaktovať výrobcu
- Získanie dôvery na sekundárnom trhu, kde je pravosť hlavnou prekážkou nákupu
- Sériové čísla pre každý jednotlivý kus namiesto len pre každý artikel, ak je to výhodné
- Ak to organizačné podmienky dovoľujú, zodpovedný vedúci predajne môže prostredníctvom oprávnenia v Application Manageri zadať meno kupujúcej alebo kupujúceho a ďalšie údaje o nákupe a tým ich zaznamenať do pasu výrobku

Pevne verím, že sa tu v najbližších rokoch presadia technológie NFC a RFID, ktoré využívajú ten istý identifikátor uložený v QR kóde. Čip v leme, ktorý obsahuje ten istý identifikátor, je oveľa ťažšie sfalšovať ako vytlačený štvorček. Aj doklady o vlastníctve založené na NFT budú tento identifikátor používať ako kotvu. Rozhodujúce je: Kto si dnes pomocou digitálneho pasu produktu vytvorí čistý, jednoznačný identifikátor pre každý produkt, je na všetky tieto technológie pripravený už teraz.

4.6) Sekundárny trh a zachovanie hodnoty

Trh s ojazdeným oblečením rastie rýchlejšie ako primárny trh. Produktový pas tu pôsobí trojnásobne:

- **Udržanie hodnoty.** Odev s kompletnou, digitálne zaznamenanou históriou materiálov, pôvodu a starostlivosti dosahuje pri ďalšom predaji vyššie ceny ako ten s nečitateľnou etiketou. To sa prejavuje aj na ochote zaplatiť pri predaji nového tovaru.
- **Pravdivosť.** Pozrite si časť 4.5 o ochrane proti falšovaniu. Na sekundárnom trhu je to rozhodujúci argument pre nákup.
- **Nový kontakt bez nákladov na akvizíciu.** Druhý majiteľ naskenuje štítok a dostane sa k vám. Z nákupu použitého tovaru, na ktorom nezarobíte, sa stane potenciálny zákazník a možno aj nový zákazník.

4.7) Viacjazyčnosť a bezbariérovosť

Štítok s pokynmi na údržbu v deviatich jazykoch, vytlačený 4-bodovým písmom na štyroch vrstvách saténovej stuhy, je pre značnú časť obyvateľstva v podstate nečitateľný. Týka sa to každého zákazníka

nad šesťdesiat rokov, každého s poruchou zraku a každého, kto po treťom praní už nedokáže štítok rozlúštiť.

Produktový pas je optimalizovaný pre zobrazenie na obrazovke, je čitateľný pomocou čítačky obrazovky, dá sa ľubovoľne zväčšovať a má vysoký kontrast. To priamo zodpovedá požiadavkám európskeho zákona o prístupnosti.

Pokiaľ ide o jazykovú otázku, treba dodať, že geografická poloha už nehrá žiadnu úlohu. Transpareo prekladá všetky informácie z databázy bez dodatočných nákladov do všetkých európskych jazykov, ako aj do bengálčiny, čínštiny, hindčiny, indonéštiny, japončiny, kórejštiny a vietnamčiny, celkovo do 40 jazykov, vrátane všetkých 24 úradných jazykov EÚ. V správcovi aplikácií si každý používateľ sám vyberie svoj pracovný jazyk. Na stránke s preukazom sa automaticky zobrazí jazyk prehliadača, bez toho, aby zákazník musel niečo nastavovať.

Pre vás to znamená dve veci. Dodatočný odbytový trh vás nestojí ani milimeter šírky štítu navyše a žiadne náklady na preklad. A jazyky v dodávateľskom reťazci sú tiež pokryté: šijáreň v Bangladéši, dodávateľ vo Vietname a partner v Číne si prečítajú vaše špecifikácie vo svojom vlastnom jazyku. V praxi je to minimálne rovnako cenné ako strana zákazníka.

5) Čo tým vaša organizácia získa

Najťažšie vyčísliteľný, ale z dlhodobého hľadiska najdôležitejší prínos spočíva v samotnej organizácii. Produktový pas je dátový produkt, čo si vyžaduje jasné rozdelenie zodpovedností, zjednotenie zdrojov a zapojenie dodávateľov. Nič z toho sa nedá vytvoriť zo dňa na deň. Kvalitu údajov nemožno kúpiť, treba si ju vypracovať.

5.1) Stačí začať s tým, čo máme po ruke

Najčastejším dôvodom, prečo sa projekty týkajúce sa produktového pasu nezačnú, je predstava, že najprv treba mať všetko pripravené. To je nesprávne a brzdí to celý proces. Začnite s údajmi, ktoré máte k dispozícii a ktoré sú dostupné bez ďalších dotazov, v prípade pochybností s oddielom 2.6, pre ktorý nemusíte nikomu písať. Zverejnite ich. A potom postupne rozširujte obsah z kolekcie na kolekciu.

Pre zákazníka má už dnes veľkú hodnotu príručka s pokynmi na údržbu, informáciami o materiáloch, tabuľkou veľkostí a odporúčaniami na kombinovanie. Neočakáva kompletné údaje o dodávateľskom reťazci na úrovni Tier 3 a ani v roku 2029 si ich neprezrie ako prvé.

Fáza	Obdobie	Obsah	Výsledok
1 Začiatok	1.-2. mesiac alebo skôr	Zistiť nákladovú základňu. Určiť pilotný sortiment 20 až 30 modelov. Zaznamenať výlučne interne dostupné údaje: údaje o marketingu, materiáloch, údržbe a veľkostiach. Tarifa Small, 139 až 199 CHF mesačne.	Prvé kompletne súbory údajov bez jediného kontaktu s dodávateľom
2 Zverejnenie	Mesiac 3-5 alebo skôr	Navrhnuť dizajn a hodnotovú ponuku. Integrovať QR kód do tlače štítkov. Vytvoriť prvý dotazník. Spustiť prevádzku.	Úspechy na trhu, prvé naskenovania, prvé potenciálne zákazky, prvé name- rané hodnoty
3 Rozšírenie	6.-12. mesiac alebo skôr	Rozšírenie na celú kolekciu. Spustenie prepojenia s Excelom a ERP do prevádzky. Zníženie počtu štítkov. Stanovenie kľúčových ukazovateľov.	Úplná úspora nákladov, spoľahlivé údaje o konverzii
4 Prehĺbenie	2. rok až do roku 2028	Doplniť údaje o dodávateľoch 2. a 3. úrovne. Vytvoriť polia týkajúce sa životného prostredia, opráv a recyklácie. Zaradiť dodávku údajov do rámcových zmlúv. Zaviesť rutiny na zabezpečenie kvality údajov.	Vysoká úroveň zrelosti dlho pred zavedením povinnosti
5 Registrácia	od roku 2029	Priradenie k finálnemu dátovému modelu delegovaného právneho aktu, registrácia v registri EÚ.	Súlad s predpismi bez projektu a bez tlaku termínov

Majte na pamäti, že fázy 1 a 2 trvajú spolu najviac päť mesiacov a nevyžadujú si nič, čo by ste nemohli zvládnuť sami. Práve v tomto bode sa väčšina obáv rozplynie.

5.2) Import údajov a prepojenie – a prečo je dôležitý smer

Transpareo načíta ľubovoľný počet súborov Excel; importér sa prispôsobí vašim súborom, a nie naopak. Samostatný systém PIM nie je potrebný, je však možné ho prepojiť. Okrem toho je možné prepojiť ľubovoľný počet interných a externých databáz, vrátane systémov ERP.

Pokiaľ ide o pripojenie, platí architektonické rozhodnutie, ktoré považujem za dôležité z hľadiska bezpečnosti a ktoré by ste si mali dôkladne preveriť u každého poskytovateľa, ktorého zvažujete:

Tok dát prebieha jednostranne smerom dovnútra. Zdrojová strana sa autentizuje prostredníctvom Transpareo Vendor API a odošle dátový balík. Transpareo v žiadnom momente nezasahuje do systémov výrobcov a nepotrebuje prístupové údaje k vášmu ERP. To znamená: Neexistuje žiadna cesta z našej platformy do vašich systémov. Žiadny prístup dovnútra, žiadne uložené prihlasovacie údaje, žiadne otvorené pripojenie, ktoré by mohlo byť ohrozené. Kto využíva mechanizmus „push“ namiesto „pull“, od začiatku vylučuje celú skupinu možných spôsobov útoku.

Ak porovnáвате poskytovateľov, je to jedna z otázok, ktorú by som položil ako prvú. Na tento účel sme zámerne zostavili štruktúrovaný základ, ktorý je neutrálny voči poskytovateľom – pozri časť 6.4.

5.3) Databáza ako samostatná hodnota

A teraz k téme, ktorá ma osobne zaujíma najviac a ktorá sa v diskusii prakticky nespomína.

Ak máte údaje o svojich produktoch usporiadané na jednom mieste, patria vám a kedykoľvek ich môžete obnoviť v celom rozsahu alebo po častiach: do vášho dátového skladu, do vašich analytických nástrojov alebo do vašich vlastných systémov. V Transpareo prostredníctvom exportu do formátov CSV, XLSX, JSON-LD a SQL alebo cez REST-API. A to bez ohľadu na to, či zverejníte čo i len jediný pas. Okamžite a kedykoľvek znova.

To otvára možnosti využitia a prináša obrovské výhody, ktoré nemajú nič spoločné s dodržiavaním predpisov:

- **Trénovanie umelej inteligencie na vlastných údajoch.** Jazykový model, ktorý pozná všetky vaše materiály, označenia kvality, logiku strihov a štruktúru dodávateľov, je niečo úplne iné ako všeobecný model. Základom pre to je čistá a konzistentná databáza produktových údajov – presne to, čo vzniká pri vytváraní produktového pasu.
- **Aplikácie s agentmi.** Asistenčné systémy, ktoré vyhodnocujú údaje o kolekciách, navrhujú alternatívy materiálov, kontrolujú špecifikácie alebo odpovedajú na otázky zákazníkov, nevyhnutne potrebujú štruktúrované údaje o produktoch. Bez nich zostane každý nápad týkajúci sa agentov len prezentáciou na obrazovke.
- **Nákup a plánovanie výroby.** Potreby materiálov naprieč modelmi, farbami a veľkosťami, zoskupovanie kvalít priadze v rámci kolekcií, koncentrácia dodávateľov podľa skupín materiálov: to všetko sú analýzy, ktoré zlyhávajú pri rozptýlených údajoch, ale so zjednotenými údajmi sa stávajú triviálnymi.
- **Výskum a vývoj.** Aká konštrukcia, aká gramáž a aká úprava vedú v priebehu viacerých sezón k akému správaniu v oblasti reklamácií a vrátenia tovaru? Túto koreláciu je možné vypočítať len vtedy, ak sú údaje o materiáloch, predaji a spätnej väzbe uložené na jednom mieste.

Ako podnikateľ to hovorím úplne jasne: aj keby EÚ zajtra bez náhrady zrušila produktový pas, práca na tejto databáze bola správna a z dlhodobého hľadiska cenná. Pas je len aplikácia. Údaje sú skutočným aktívom.

5.4) Kľúčové ukazovatele, ktoré by ste mali sledovať už od prvého dňa

Ukazovateľ	Meraná veličina	Účel
Miera skenovania	Počet skenov na 100 predaných kusov	Optimalizovať sľub o prínose na etikete

Ukazovateľ	Meraná veličina	Účel
Doba zotrvania a hĺbka prehliadania stránky	Sekundy, kliknutia	Prioritizovať obsah, odstrániť nadbytočné prvky
Konverzia potenciálnych zákazníkov	Počet potenciálnych zákazníkov na 100 skenov	Testovať výhodnú ponuku
Konverzia krížového predaja	Objednávky na 100 skenov	Zlepšiť logiku kombinácií
Miera vrátenia tovaru u používateľov skenerov vs. nepoužívateľov skenerov	Rozdiel v percentuálnych bodoch	Najpresvedčivejšie číslo pre vedenie spoločnosti
Žiadosti o servis týkajúce sa údržby a veľkosti	Počet žiadostí za mesiac	Preukázať odľahčenie zákazníckeho servisu
Náklady na štítky na kus	Euro na kus	Zviditeľniť úspory v controllingu

Piaty riadok prosím nastavte ešte pred spustením do prevádzky. Späťne už nie je možné porovnať používateľov so skenerom a tých bez neho, a práve tento počet sa od vás bude vyžadovať v druhom roku. Štatistiky skenovania v Transpareo sa zbierajú na strane servera, bez použitia súborov cookie a bez sledovacích nástrojov. Získate počet, časový priebeh a región bez toho, aby ste narazili na problém so súhlasom.

6) Od pasu výrobku do registra EÚ: čisto formálna záležitosť

Najčastejšou námietkou proti skorému začatiu je tvrdenie, že konečný dátový model EÚ ešte nie je stanovený, a preto by sa súčasná práca mohla stratiť. Rozumiem tejto námietke, vychádza však z nedorozumenia ohľadom fungovania registra.

6.1) Čo vlastne register robí

Register EÚ pre pasy výrobkov je v prevádzke od 20. júla 2026; vykonávacie nariadenie (EÚ) 2026/1778 upravuje kontrolu prístupu, overovanie používateľov, registráciu a požiadavky na ukladanie údajov. Kľúčové je, že register obsahuje jednoznačné identifikátory a metadáta; nie je to však úložisko samotných pasov. Skutočné údaje o výrobkoch zostávajú decentralizované u hospodárskeho subjektu alebo jeho poskytovateľa služieb.

V praxi to znamená: Ide o to, aby vaše pasy obsahovali identifikátor, ktorý spĺňa normy a je možné ho dešifrovať, a aby boli zaznamenané v registri ešte predtým, ako sa výrobok, ktorý spadá pod právne predpisy EÚ, uvedie na trh. Správa údajov zostáva bez zmien.

Transpareo v plnej miere spĺňa harmonizované normy uvedené v Úradnom vestníku v vykonávacom rozhodnutí (EÚ) 2026/1736 z 15. júla 2026; aj dve zostávajúce normy sú implementované. Transpareo pracuje s GS1 Digital Link a s rozlíšením GTIN v súlade s normami a je navrhnuté na registráciu v registri EÚ. Každá verzia pasu obsahuje dva nezávislé podpisy, a to od vydavateľa a od Transpareo; kľúč vydavateľa si môžete uchovávať sami prostredníctvom vlastného podpisového koncového bodu.

Najprv zaznamenať. Dnes zverejniť. Neskôr zaregistrovať.

1. **Zaznamenanie:** existujúce údaje o produktoch preniesť do databázy štruktúrovane a na základe polí. Kľúčové je práve to, že sa to zakladá na poliach: bežný text sa nedá priradiť, ale prehľadné polia áno.
2. **Zverejnenie:** certifikát sa okamžite zverejní. QR kód na produkte, využitie už od prvého dňa.
3. **Rozšírenie:** z kolekcie na kolekciu sa pridávajú ďalšie polia, v súlade s bežným chodom podniku.
4. **Registrácia:** keď nadobudne platnosť povinnosť, existujúci dátový záznam sa priradí k finálnemu modelu a spoločnosť Transpareo ho uloží do registra EÚ. Žiadny nový začiatok, žiadny projekt, žiadna panika z termínov.

6.2) Štyri námietky, ktoré počujem najčastejšie

Námietka	Moja odpoveď
„Dátový model pre textil ešte nie je stanovený.“	Technická štruktúra ešte nie je stanovená, obsahová podstata však áno. Budú v ňom zahrnuté materiály, pôvod, údržba, opravy, certifikáty a recyklovateľnosť – o tom niet žiadnych vážnych pochybností. Štruktúry sa dajú automaticky zmapovať, pokiaľ sú obsahy jasne a po poliach zaznamenané. Práve toto zaznamenávanie je skutočnou námahou a tak či tak sa to musí urobiť.
„Potom budeme pracovať dvakrát.“	Údaje zadáte raz do databázy. Okamžite sa zverejnia ako produktový pas a neskôr sa dodatočne zaregistrujú. Jedno zadanie, viacero výstupov.
„Čakáme na štandard.“	Šesť z ôsmich noriem je od júla 2026 harmonizovaných, register funguje. Štandard, na ktorý sa čakalo, je z veľkej časti k dispozícii. Ďalšie dve sú známe a spoločnosť Transpareo ich už implementovala. A kto čaká ďalej, čaká zároveň na úspory nákladov, potenciálnych zákazníkov a krivku učenia.
„Nemáme všetky údaje.“	Nikto ich nemá. Produktový pas začína s tým, čo je k dispozícii, a postupne sa rozširuje. Tak to bude vždy, aj po zápise do registra. Pozri časť 5.1.

6.3) Riziká, otvorene uvedené

Riziko	Hodnotenie	Riešenie
Konečný dátový model sa líši	stredné	Zadávanie na základe polí namiesto voľného textu. Mapovanie je možné automaticky, nové zber údajov z hľadiska obsahu by však nebolo možné.
Nízka miera skenovania na začiatku	stredná	Na etikete formulovať prísľub prínosu, otestovať v pilotnom projekte a iterovať pred rozšírením.
Fyzické povinné označovanie zostáva v platnosti	vysoká	Už je zahrnuté v cene. Realistický scenár nahrádza výlučne dobrovoľné nosiče.
Dodávatelia neposkytujú údaje	stredná	Začnite s interne dostupnými údajmi. Postupne začleňujte dodávku údajov do rámcových zmlúv, pokiaľ ešte existuje priestor na rokovania.
Viazanosť na jedného poskytovateľa	nízka	Možnosť mesačnej výpovede, úplný export v štyroch formátoch, stabilné adresy pasov, open-source renderer. Skontrolujte to u každého poskytovateľa, ktorého zvažujete; náš kontrolný zoznam poskytovateľov uvádza otázky, ktoré stojí za to si položiť.
Ochrana osobných údajov pri generovaní potenciálnych zákazníkov	nízka	Čistý opt-in, účelové použitie a koncepcia vymazania od začiatku.

6.4) Rozhodnutie o výbere poskytovateľa

Tento dokument píšem ako zakladateľ spoločnosti Transpareo a mali by ste ho čítať s ohľadom na túto skutočnosť. O to dôležitejšie je pre mňa nasledujúce upozornenie.

Zverejnili sme zámerne neutrálny [kontrolný zoznam poskytovateľov](#) s tridsiatimi kritériami, ktoré skutočne rozhodujú pri výbere platformy: súlad s normami, podpora GS1 Digital Link, koncepcia podpisovania a archivácie, suverenita nad údajmi a možnosť exportu, cenový model a škálovateľnosť v závislosti od počtu SKU, možnosť ukončenia spolupráce. Prejdite si tento zoznam, než sa rozhodnete, a to aj a najmä vtedy, ak sa nakoniec rozhodnete pre iného poskytovateľa ako nás. Platformu, ktorá takúto kontrolu neprejde, by ste nemali voliť; to platí pre nás rovnako ako pre všetkých ostatných.

Okrem toho v sekcii „[Pohľady a perspektívy](#)“ pravidelne nájdete odborné príspevky týkajúce sa nariadenia ES PR, normalizácie a praxe jeho implementácie, ako aj vysvetlenie samotného nariadenia v našej [príručke k ES PR](#). Renderer Transpareo Time Machine je open source pod licenciou GPL v3, vďaka čomu je možné každý pas overiť v prehliadači nezávisle od nás.

7) Prvých 90 dní

Na záver tu máme plán, s ktorým môžete začať už v pondelok. Nevyžaduje si poradenskú zmluvu, verejnú súťaž ani žiadosť o rozpočet.

Obdobie	Úloha	Výsledok
1.-2. týždeň	Zistiť skutočné náklady: zozbierať faktúry za etikety, objednávky visáčiek, náklady na preklad a zoznamy vyradeného tovaru za posledných dvanásť mesiacov	Vaše vlastné čísla namiesto mojich modelových predpokladov z kapitoly 3
2.-4. týždeň	Vytvorenie mapy údajov: ktoré pole sa nachádza v ktorom systéme, kto ho spravuje, aké sú jeho aktuálne údaje. Použite tabuľky z kapitoly 2 ako šablónu	Prehľad o zrelosti údajov a o skutočných medzerách
Týždne 3-4	Určite pilotný sortiment: 20 až 30 modelov s vysokou viditeľnosťou a dobrým potenciálom pre storytelling. Bezplatná skúšobná verzia, potom tarif Small	prehľadný a výpovedný pilotný projekt
Týždne 4-6	Zriadiť účet, definovať štruktúru polí, nahrať pilotné údaje prostredníctvom importu z Excelu	prvé kompletne dátové záznamy
Týždne 6-8	Navrhnuť rozloženie a štruktúru obsahu, uložiť odporúčania kombinácií, sformulovať sľuby o prínose pre etiketu	pas pripravený na zverejnenie
7.-9. týždeň	Koordinácia integrácie QR kódov s dodávateľom etikiet a ich zaradenie do najbližšej plánovanej výmeny etikiet	Mezné náklady na zavedenie takmer nulové
8.-10. týždeň	Vytvorenie prvého dotazníka v nástroji na generovanie potenciálnych zákazníkov. Odporúčanie: predĺžená záruka pri registrácii produktu	Mechanizmus generovania potenciálnych zákazníkov v prevádzke, dotazník sa otvorí automaticky po naskenovaní
Týždeň 10-12	Spustenie pilotného sortimentu do prevádzky, nastavenie kľúčových ukazovateľov, začatie merania, najmä porovnanie vráteného tovaru	Prvé skutočné údaje o skenovaní a konverzii
Týždeň 12	Vyhodnotenie, aktualizácia business case na základe skutočných čísel, rozhodnutie o rozšírení	spoľahlivý základ pre rozhodovanie

7.1) Tri veci, ktoré by som vám chcel odkázať

- **Napište výhodu na etiketu.** Samotný QR kód sa takmer nikdy neskenuje. „Digitálny pas produktu: tipy na údržbu, vhodné modely, predĺžená záruka a mnoho ďalšieho“ znásobí počet skenovaní. Táto veta nič nestojí a rozhoduje o celkovej marketingovej časti účtu.

- **Prepojte zavedenie tejto zmeny s najbližšou výmenou etikiet.** Kto integráciu QR kódu zahrnie do výmeny, ktorá je aj tak na programe, nemá prakticky žiadne náklady na prechod. Kto z toho urobí špeciálnu akciu, zaplatí dvakrát.
- **Merajte vplyv na vrátenie tovaru hneď od začiatku.** Porovnanie miery vrátenia tovaru medzi zákazníkmi, ktorí skenujú, a tými, ktorí neskenujú, je najpresvedčivejším údajom, ktorý môžete predložiť v druhom roku, a zároveň je to pákový efekt s najväčším potenciálom rastu. Retrospektívne ho nie je možné vypočítať.

A ak po prečítaní tohto dokumentu urobíte len jednu jedinou vec: opýtajte sa vo vašej firme na poslednú faktúru od dodávateľa etikiet a vydajte sumu počtom kusov. Práve toto číslo je východiskom každej serióznej diskusie o digitálnom pasu výrobku. U väčšiny značiek, s ktorými hovorím, je táto suma vyššia, než by vedenie spoločnosti predpokladalo.

Príloha: Prehľad všetkých predpokladov

Každé číslo v tomto dokumente je buď jedným z nasledujúcich predpokladov, alebo z nich matematicky vyplýva. Zámere som sa vyhol tomu, aby som kdekoľvek uviedol hodnotu, ktorá by nebola zrozumiteľná, a v prípade pochybností som zvolil opatrnejšiu variantu.

Predpoklad	Hodnota	Charakter
Ročný predaj	250 000 kusov	Stanovenie modelov
Kombinácie článkov a farieb (= počet variantov)	1200	Stanovenie modelov
Fyzické označenie v súčasnosti	0,500 € za kus	podmienky bežné v odvetví
Fyzické označenie s produktovým pasom	0,200 € za kus	modelový výpočet
Predpokladaná úspora (realistický scenár)	0,300 € za kus	rozdiel medzi oboma hodnotami
Online objednávky	100 000 ročne	zodpovedá 40 % podielu D2C
Miera vrátenia tovaru pri online nákupoch	42 %	typická pre odvetvie
Celkové náklady na jednu vrátenú zásielku	11,00 €	typické pre odvetvie
Predpokladané zníženie vrátených zásielok	1,0 percentuálny bod	zámerne konzervatívny odhad
Miera skenovania QR kódov	12 %	priemerná hodnota pri jasnom príslube prínosu
Miera účasti v dotazníku	25 % naskenovaní	empirická hodnota s ponukou výhod

Predpoklad	Hodnota	Charakter
Konverzia krížového predaja na jedno naskenovanie	3 %	konzervatívny odhad
Hodnota nákupného košíka a miera príspevku na krytie nákladov	65 € a 45 %	modelový odhad
Porovnávacía hodnota leadu (CPL)	6,00 €	Rozpätie v odvetví módy 4 až 12 €
Náklady na platformu pri spustení (tarifa Large)	cca 18 500 € ročne	Katalógová cena august 2026
Celkové náklady na zavedenie v 1. roku	25 000 až 40 000 €	Odhad rozpätia
Bežné náklady od 2. roku	18 000 až 25 000 €	Odhad rozpätia

Všetky uvedené hodnoty slúžia len na ilustráciu a nenahrádzajú individuálnu kalkuláciu pre konkrétnu spoločnosť. Výpočet je zostavený tak, aby ste mohli namiesto predpokladov dosadiť svoje vlastné skutočné hodnoty. Informácie o prípustnom rozsahu zníženia počtu etikiet nepredstavujú právne poradenstvo a v konkrétnych prípadoch je potrebné ich overiť.

Kalkulačku v programe Excel k tomuto dokumentu, v ktorej môžete každý predpoklad nahradiť vlastným číslom, nájdete na [našej stránke venovanej produktovému pasu pre textílie](#).

O autorovi

Günter Reichelt, zakladateľ a už 19 rokov stratég spoločnosti Transpareo, predseda správnej rady, textilný inžinier, už vyše 50 rokov nadšený podnikateľ pôsobiaci v rôznych odvetviach. Zug, Švajčiarsko.

Ak máte k jednotlivým položkám výpočtu požiadavky na zmeny, doplnenia alebo ďalšie pripomienky, budem rád, ak mi ich oznámite. Tieto témy považujem za mimoriadne dôležité a veľmi rád im venujem čas.

O spoločnosti Transpareo

Švajčiarska spoločnosť Transpareo AG so sídlom v Tech Cluster Zug ponúka samoobslužný portál na vytváranie, správu a zverejňovanie digitálnych produktových pasov pre podniky všetkých odvetví a veľkostí v 40 jazykoch. Frontend Transpareo Time Machine je open source.

Portál už dnes v plnej miere spĺňa požiadavky nariadenia EÚ o ekodizajne týkajúce sa digitálnych pasov výrobkov, ako aj harmonizované normy uvedené v vykonávacom rozhodnutí (EÚ) 2026/1736 z 15. júla

2026. Údaje je možné zaznamenávať už teraz a digitálne pasy výrobkov je možné používať už teraz.

- **Kontakt pre médiá:** Günter Reichelt, predseda správnej rady, Transpareo AG,
presse@mail.transpareo.com
- **Sídlo:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Švajčiarsko
- **Portál DPP:** transpareo.com

Transpareo® a Transpareo Time Machine® sú registrované ochranné známky spoločnosti Transpareo AG. Autorské práva 2026 Transpareo AG.

Autorské práva 2026 Transpareo AG, Zug, Švajčiarsko - transpareo.com