

Дигитални пасош производа се већ исплати

Зашто модни брендови не би требало да чекају до 2029. године да почну да састављају и објављују пасоше производа и шта то значи у еврима.

- **Тема:** Економичност и маркетиншке предности дигиталних пасоша производа уочи обавезног захтева ЕУ
- **За кога:** Високо руководство, маркетинг, менаџмент производа, набавка, одржавање и ИТ одељења у секторима одеће и текстила
- **Укључује:** Модел прорачуна са откритим претпоставкама, мапу података, модел фаза, 90–дневни план
- **Датум:** септембар 2026.
- **Excel калкулатор:** Доступно за унос сопствених података и креирање прилагођених прорачуна
- **Напомена:** Пример прорачуна је само за оријентацију. Ово не представља правни, порески или инвестициони савет.

Кључна бројка	Вредност
Ознака по јединици данас	0,50 €
Ознака по јединици са дигиталним пасошем производа	0,20 €
Годишња уштеда	110.790 €

Моделски прорачун за бренд са годишњом продајом од 250.000 јединица. Све претпоставке су наведене у Поглављу 3 и у Додатку и могу се заменити вашим сопственим бројкама.

Гинтер Рајхелт, инжењер текстила, страствени предузетник, председник Управног одбора Transpareo. Август/септембар 2026.

Contents

Зашто не бисте чекали	4
Шта бих желео да вам покажем у овом раду	4
Рачун на једној страници	5
Шта ме је највише убедило	6
1) Тренутна ситуација: Очекује се да ће захтев ступити на снагу 2029. године, док ће се користи осетити одмах.	6
1.1) Распоред, како га сама Комисија описује	7
1.2) Могућност података иза обавезе	7
1.3) Цена чекања	8
2) Које податке већ имате данас	9
2.1) Идентификација производа и кључне карактеристике	9
2.2) Материјали, пређе и квалитети	10
2.3) Održavanje, ношење, поправке	10
2.4) Порекло, производња и ланац снабдевања	11
2.5) Сертификати, усаглашеност, одрживост	12
2.6) Комерцијалне информације: занемарен аспект	12
3) Економске користи транзиције	13
3.1) Модел компаније	13
3.2) Физичко означавање данас	14
3.3) Физичко означавање пасошем производа	14
3.4) Три сценарија	15
3.5) Шта ће се десити са етикетирањем текстила?	16
3.6) Индиректни трошкови процеса и последични трошкови	16
3.7) Повраћај: највећи појединачни полуга	17
3.8) Укупни рачун, укључујући трошкове платформе	18
3.9) Ако спроведете више од две наплате годишње	19
4) Како пасош производа помаже у маркетингу	20
4.1) Једини контактни тачак са пуним опсегом	20
4.2) Пакети и унакрсна продаја	21
4.3) Догађаји, Заједница, Искуство бренда	22
4.4) Генератор потенцијалних клијената	22
4.5) Заштита жига и ауторских права	23
4.6) Секундарни тржиште и очување вредности	24
4.7) Мултилингвизам и приступачност	25
5) Како ће ваша организација имати користи	25
5.1) Само почните са оним што вам је при руци	25
5.2) Увоз и интеграција података, и зашто је правац важан	26
5.3) Скуп података као вредност сам по себи	27
5.4) Кључни показатељи учинка које треба мерити од првог дана	28
6) Од пасоша производа до регистра ЕУ: пука формалност	28

6.1) Шта регистар заправо ради	29
6.2) Четири примедбе које најчешће чујем	29
6.3) Ризици, јасно идентификовани	30
6.4) Избор провајдера	31
7) Првих 90 дана	31
7.1) Три ствари које бих желео да поделим са вама	32
Додатак: Преглед свих претпоставки	33
О аутору	34
О Транспарео	34

Зашто не бисте чекали

Већ више од педесет седам година оснивам предузећа, нека од њих у текстилној и модној индустрији. Као текстилни инжењер – иако је то било давно – и са широким спектром других предузетничких искустава, знам колико кошта специфицирање материјала и финализовање етикета за негу. Зато овај рад пишем као страствени предузетник и као неко ко зна шта сатенска трака са четворослојном етикетом за негу чини рачунању трошкова.

Позадина је добро позната. У својој презентацији DG GROW одржаној 27. маја 2026. године, Европска комисија је најавила делегирани акт о текстилу за трећи или четврти квартал 2027. године и обавезно увођење пасоша производа за 2029. годину. Познате су ми уобичајене реакције на ово из многих дискусија: сачекајмо и видимо, пратимо развој догађаја и вратимо то на дневни ред за две године.

Мислим да је то грешка – и при том не мала.

Предности и исплативост пасоша производа не зависе од тога да ли је он обавезан. Оне зависе од чињенице да имате податке о производу које тренутно штампате на тканину уз велике трошкове, преводите уз знатан напор и одбацујете као вишак залиха – а које нико не чита јер је штампа премала. Ови трошкови настају сваког дана који одлажете. Да не спомињемо маркетиншке користи.

Шта бих желео да вам покажем у овом раду

Прво: Подаци су дуго доступни. Састав материјала, број пређа, типови тканина, упутства за негу, место производње, величина, боја и предлози за стилизовање могу се наћи у вашем PIM-у, у ERP систему, у техничким пакетима и у фасциклама за сертификацију. По мом искуству, око три четвртине заиста корисног пасоша модног производа већ може бити попуњено коришћењем постојећих података. Не морате ништа да измишљате. Само треба да све то окупите на једном централном месту.

Друго: ово вам данас кошта стварни новац. У моделској калкулацији у Поглављу 3 долазимо до износа од 0,50 € по комаду одеће само за етикете, привезне етикете, улошке и њихово причвршћивање. Може се остварити реална уштеда од 0,30 € по артикулу; са 250.000 артикала годишње, то износи 75.000 € годишње. Ако додате трошкове превода, одлагање преосталог залиха етикета, поновно етикетирање и веома конзервативну процену смањења поврата, бројка на папиру износи 110.790 евра годишње. То излази 0,44 евра по продатој јединици. Ово је моделски прорачун. Ви имате стварне бројке, и оне ће изгледати отприлике исто.

Треће, и ово је најважније за мене: QR код на одећи је једини канал који заиста допире до сваког вашег купца. Не само претплатници на билтен, не само онлајн купци, већ и жена која је купила вашу хаљину у продавници са више брендова у Антверпену и о којој и даље ништа не знате. У мом примерном прорачуну, то износи 150.000 артикала годишње који су до сада нестали без трага са тржишта. За веће брендове тај број достиже милионе.

Четврто: Учитавање података у ЕУ регистар биће само формалност када дође време. Регистар је оперативан од 20. јула 2026. и чува идентификаторе и метаподатке; не чува саме пасоше производа, што се често погрешно схвата. Стиварни подаци остају код економског оператора или његовог пружаоца услуга. Transpareo у потпуности испуњава усклађене стандарде наведене у Имплементарној одлуци (ЕУ) 2026/1736, објављеној у Службеном листу 15. јула 2026. Када обавеза ступи на снагу, за њено испуњење биће вам потребно само неколико минута. Transpareo ће то аутоматски обавити у ваше име.

Рачун на једној страници

Модел компанија: бренд одеће, годишња продаја од 250.000 артикала, око 1.200 комбинација производа и боја, дистрибуција у девет језичких регија ЕУ, 40% директне онлајн продаје. Све претпоставке су откривене и могу се заменити вашим сопственим бројкама.

Блок бенефиција	Годишњи ефекат	Тип
Етикете, обешалице, улошци, паковање	75.000 €	Уштеда трошкова
Превођење, преознавање, одбацивање, услуга	24.790 €	Уштеда трошкова
Повраћај, израчунат на само један процентни поен	11.000 €	Уштеда трошкова
Међузбир уштеде трошкова	110.790 €	0,44 € по јединици
Трошкови у години 1 (платформа, прикупљање података, интеграција QR кода)	-25.000 € до -40.000 €	Инвестиција
Нето ефекат већ у првој години	+71.000 € до +86.000 €	
Маржа доприноса укрштене продаје путем пасоша производа	26.325 €	Додатни приходи

Блок бенефиција	Годишњи ефекат	Тип
7.500 потенцијалних купаца, од којих су 4.500 раније били анонимни купци у продавници	45.000 €	Медијски еквивалент

Извештај о извођењу је представљен у поглављима 3 и 4. "Медијски еквивалент" значи: трошкове које бисте морали да сносите да бисте генерисали исти број квалификованих потенцијалних клијената путем плаћених канала. То не представља прилив новца и стога се извештава одвојено.

Шта ме је највише убедило

Искрено, није било у уштеђеном новцу на етикетама. То је лепо, али само помаже да се пројекат финансира. Било је нешто друго што ме је освојило.

Производи су у срцу сваког пословања. Ипак, у скоро свакој компанији коју познајем, подаци који се односе на те производе расути су на све стране: неки су у ERP систему, неки у Excel табелама које воде поједини запослени, неки у PDF документима од добављача, а неки у главама двоје људи који ће се једног дана пензионисати. Обавеза увођења пасоша производа приморава вас да све ово обједините. Ово је прилика коју су многе компаније годинама чекале, а никада је нису добиле.

И када се ови подаци структуришу и похране на једном месту, отварају се могућности које раније једноставно нису биле могуће: можете их добити у било ком тренутку, у целини или делимично, за обуку сопствених AI модела, за апликације засноване на агентима, за набавку и планирање производње, и за истраживање и развој. Све то без објављивања ни једног појединачног паса. Више о томе у одељку 5.3.

Мој савет, укратко: Почните са подацима које већ имате и који су доступни без потребе за упитима. Искористите их за објављивање првих каталога. Проширујте базу података, колекцију по колекцију. До тренутка када то постане обавезно, бићете две до три године испред игре, а транзиција ће се у том периоду више пута исплатила.

1) Тренутна ситуација: Очекује се да ће захтев ступити на снагу 2029. године, док ће се користи осетити одмах.

Регулатива о екодизајну (EU) 2024/1781 ступила је на снагу у јулу 2024. године. Година 2026. била је година у којој је инфраструктура пуштена у рад: У мају је објављено осам CEN/CENELEC стандарда; 15. јула је шест од њих наведено као усклађено у Службеном листу

путем Имплементарне одлуке (ЕУ) 2026/1736, док су садржаји преостала два стандарда познати. 20. јула покренут је ЕУ регистар за пасоше производа. Оно што још увек недостаје су делегирани акти специфични за поједине групе производа.

1.1) Распоред, како га сама Комисија описује

Датум	Догађај	Шта ово значи за вас
Од јула 2026.	Хармонизовани стандарди наведени, ЕУ регистар оперативан	Технички оквир је успостављен. Они који сада почињу граде на чврстим основама.
фебруар 2027.	Прва обавеза за одређене групе батерија у складу са Уредбом (ЕУ) 2023/1542	Преседан. Од овог тренутка па надаље, пасош производа постаје стварност на тржишту.
Q3/Q4 2027.	Очекује се делегирани акт о текстилу (DG GROW, 27. мај 2026)	Само тада ћете сазнати коначну листу обавезних поља. Основни садржај је већ финализован.
очекује се 2029.	Обавезна примена за текстил и одећу	Од овог момента па надаље, пасош производа постаје предуслов за приступ тржишту. Без пасоша, нема продаје у ЕУ.
сада до тада	Две до три године	Ово је ваш прозор прилике. Он ће се затворити, и за све истовремено.

1.2) Могућност података иза обавезе

Желео бих да искористим ову прилику да укажем на једну чињеницу која је у дискусији готово потпуно занемарена.

Захтев за пасош производа често се разматра као регулаторно оптерећење. Зашто га не погледати из другог угла? Ниједна компанија на коју сам наишао у протеклих пет деценија није, по својој вољи, покренула иницијативу под називом *"Сва податке о нашим производима окупљамо на једном месту"*. Штавише, захтеви су се током времена мењали. Увек су постојала хитнија питања. Подаци су остали расути: спецификације материјала у набавци, упутства за негу у управљању квалитетом, сертификати у фасцикли за усаглашеност, табеле величина у техничком паковању, препоруке за стилизовање у маркетингу и адресе добављача у одељењу рачуноводства.

Производи су у срцу сваког пословања. Ипак, подаци о производима су најлошије организована имовина коју већина компанија поседује, јер се чувају на децентрализован начин. Пасош производа је прва спољна иницијатива у дугом периоду која има потенцијал

да то промени, а истовремено награђује уложен труд, јер резултати доносе непосредне економске и маркетиншке користи.

Из централно доступних, структурираних података о производима могу се изводити анализе и предузимати акције које су раније биле једноставно незамисливе, јер нико није могао да прегледа све податке одједном. Који квалитет предива доводи до најмање жалби у току три сезоне? Који произвођач боја испоручује најконзистентније вредности боја? Која комбинација тканина корелира са којом стопом поврата? На оваква питања не може се одговорити користећи пет Excel фајлова из четири различита одељења.

1.3) Цена чекања

Аспект	Почните данас	Почните тек 2028/2029.
Прикупљање података	Постепено, у складу са циклусом прикупљања, као део свакодневног пословања	Пројекат под временским притиском; спољна подршка ће бити оскудна и скупа 2028. године, јер ће сви почињати у исто време
Достављачи	Испорука података ће бити предмет преговарања у оквиру оквирних уговора током више циклуса наручивања	Поново преговарање са свим достављачима истовремено, без времена и без утицаја
Трошкови етикета	Ће опасти од следећег прикупљања па надаље	остаће непромењени; у моделном случају, око 225.000 € у току три године
Маркетинг	ступиће на снагу од првог објављеног прикупљања	биће потпуно изостављен док не постане обавезан
Интеграција QR кода	биће имплементирана у оквиру промене етикете која је ионако предвиђена; маргинални трошкови близу нуле	посебан прелазак, могуће поново етикетирање залиха
Конкуренција	Вођство у садржају, подацима о купцима и квалитету података	Изједначеност. Захтев који сви испуњавају више није продајна предност

Тај последњи став ми је важан. Од тренутка када пасош производа постане обавезан, свако ће га имати. Онда ће то једноставно бити стандардни захтев који сви испуњавају. Конкурентска предност постоји искључиво у оквиру прилике која је тренутно отворена.

2) Које податке већ имате данас

Пре него што почнете да размишљате о системима, требало би да извршите преглед своје тренутне ситуације. Следећи прегледи показују шта је обично већ доступно у компанијама за одећу, обично расуто у PIM, ERP, техничким пакетима, лабораторијским извештајима, фасциклама са сертификатима, спецификацијама добављача и онлајн продавници. Већи део тога већ мора бити обезбеђен у штампаном облику за производ.

Препоручујем да ове табеле користите као радни шаблон и да додате трећу колону у којој ћете навести ко је одговоран за одржавање сваког поља. На крају крајева, на ово питање је теже одговорити него на питање где се поље налази.

2.1) Идентификација производа и кључне карактеристике

Поље са подацима	Типичан извор	На производу данас?
Број артикла и стила, код боје, SKU	ERP / PIM	Вишенавијач, етикета
GTIN / EAN, серијски или број серије	ERP / Основне податке	Баркод на етикети
Колекција, сезона, рок испоруке	Планирање колекције	не
Име производа, кратак опис	PIM / Онлајн продавница	понекад
Величина и систем величина (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Табела величина	Ознака величине
Боја, назив боје, број боје, серија боје	ERP / Спецификација добављача	Ознака
Крој и резидба (Стандардни, Уски, Претерано велики)	Техничка документација / Онлајн продавница	не
Табела величина по величини (груди, струк, дужина, рукави)	Техничка документација / Извештај о узору	не
Мере модела ("Модел је висок 1,78 м и носи величину М")	Извештај са фотосесије	не
Тежина производа	Главне податке о испоруци	не

2.2) Материјали, пређе и квалитети

Поље са подацима	Типичан извор	Тренутно на производу?
Састав влакана у проценту по компоненти	Спецификација добављача / лабораторија	Обавезна етикета
Финост предива (Nm, Ne, dtex), увијање, тип предива	Техничка документација / ткаоница	не
Тип ткања или плета (џерси, твил, интерлок, поплин)	Техничка документација	не
Маса по јединици површине у г/м ² , густина предива	Технички лист материјала	не
Финиш (мерцеризован, санфоризован, водоодбојан)	Спецификација добављача	понекад на етикети
Подлога, међуподлога, вата, пуњење	Спецификација материјала	Етикета
Декоративни додаци: дугмад, патент-затварачи, шнурови, апликације	Спецификација материјала	не
Рециклирани садржај, пропорција био-базираних влакана	Изјава добављача	понекад на етикети
Порекло влакна (нпр. порекло памука)	Документација о ланац снабдевања	ретко
Класе боја и хемикалија, усаглашеност са RSL	Извештај о испитивању / лабораторија	не
Вредности скупљања, отпорност на хабање, оцена нагужвања, отпорност на светло	Извештај о испитивању	не

2.3) Održavanje, ношење, поправке

Поље са подацима	Типичан извор	Тренутно на производу?
Симболи за негу према GINETEX / ISO 3758	Ознака за негу	Обавезна ознака
Упутства за негу у обичном тексту, вишејезична	Управљање квалитетом	Ознака / летак
Детаљне препоруке за прање (детерџент, величина оптерећења, температура воде)	Управљање квалитетом	ретко

Поље са подацима	Типичан извор	Тренутно на производу?
Упутства за сушење, пеглање и хемијско чишћење	Ознака за негу	Ознака
Информације о отицању боја, набирању и скупљању	Извештај о тестирању	у неким случајевима
Препоруке за ношење, прилике и сезонску прикладност	Маркетинг / онлајн продавница	не
Упутства за облачење и везивање (завијајући фустан, машна, шал)	Маркетинг / видео	не
Упутства за поправку, водичи за крпљење и закрпавање	Управљање квалитетом	не
Резервни делови: резервно дугме, резервна нит, повлачивач за шлиц	Листа делова / Сервис	укључено
Услови гаранције и жалбе	Правно одељење / Услови пословања	ретко

2.4) Порекло, производња и ланац снабдевања

Поље са подацима	Типичан извор	Тренутно на производу?
Земља производње ("Произведено у... ")	Доказ о пореклу / царина	Обавезно
Произвођач одеће, адреса фабрике (Ниво 1)	Извештаји о набавци / ревизији	не
Ткаоница, плетеоница, бојадисаоница, погон за финиширање (Tier 2/3)	Мапирање добављача	не
Социјалне и еколошке ревизије производног погона	Усаглашеност / amfori BSCI, SA8000	не
Идентитет произвођача и адреса за контакт у ЕУ (GPSR)	Правно одељење	Обавезне информације
Увозник и дистрибутер	Царине / Основни подаци	Делимично
Датум производње и серија производње	ERP / Подаци о наруџбини	Ретко

2.5) Сертификати, усаглашеност, одрживост

Поље са подацима	Типичан извор	Тренутно на производу?
OEKO-TEX STANDARD 100, број сертификата и период важења	Папка са сертификатом	Ознака на вешању
GOTS, OCS, GRS, RCS укључујући сертификате о трансакцији	Папка са сертификатима	Ознака на вешању
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Папка са сертификатима	Ознака на вешању
REACH и POP изјаве о усаглашености	Усаглашеност	не
Безбедносни стандарди (нпр. EN 14682: врпце у дечијој одећи)	Управљање квалитетом	не
Опрезне ознаке (запаљивост, мали делови, алергени)	Управљање квалитетом	Ознака
CO ₂ e, показатељи воде или енергије, где су прикупљени	Извештај о одрживости / LCA	не
Упутства за повраћај, рециклажу и одлагање	Одрживост / Повраћај	ретко
Програм бренда за половну робу и препродају	Маркетинг	не

2.6) Комерцијалне информације: занемарен аспект

Ова категорија је са регулаторног становишта потпуно небитна. Међутим, са комерцијалне тачке гледишта она је највреднија. Она већ у потпуности постоји у вашој организацији - у онлајн продавници, лукбуку и маркетиншком календару - али до сада уопште није искоришћена на физичком производу, јер на viseћој етикети једноставно нема места за то.

Информације	Доступно као
Препоручене комбинације: усклађени горњи делови, панталоне, ципеле, аксесоари	Лукбук, водич за стилизовање, логика препоруке у продавници
Комплетна одећа са снимања кампање	Дневник снимања, материјали за кампању
Видео снимци производа, погледи од 360 степени, крупни планови	База података о медијима
Историја бренда, изјава дизајнера, тема колекције	Брифинг о колекцији, ПР материјал

Информације	Доступно као
Додатне доступне боје и величине истог модела	PIM / Продавница
Линк despite за поновно наручивање и допуну залиха, листа жеља	Систем продавнице
Претрага продавница, радно време, заказивање консултација за стилинг	Основни подаци о малопродаји
Догађаји: догађаји у продавници, распродаја узорака, кафе за поправке, модне ревије	Маркетиншки календар
Програм лојалности, билтен, приступ заједници	CRM
Рецензије купаца и садржај који генеришу корисници	Продавница / друштвени медији

Ако се питате где да започнете: са овим столом. То је једини сто за који нећете морати да контактирате ниједног добављача.

3) Економске користи транзиције

Сада прелазимо на кључно питање: какве уштеде се могу остварити ако се елиминишу традиционални носиоци информација и, у суштини, на одећи остане само QR код? Намерно сам конзервативно и потпуно транспарентно структурирао израчун како бисте могли применити своје услове куповине. Свака бројка у табелама испод представља или наведену претпоставку или је изведена из претходних редова.

3.1) Модел компаније

Параметар	Претпоставка
Годишња продаја	250.000 комада одеће
Асортиман производа	око 350 стилова, око 1.200 комбинација артикла и боја
Колекције	2 главне колекције плус 2 пратеће колекције годишње
Тржишта	DACH плус шест других земаља ЕУ, девет језика на етикети за упутства за негу
Дистрибуција	60% физичка продаја (сопствена малопродаја и veleprodaja), 40% директна онлајн продаја (D2C)
Онлајн поруџбине	око 100.000 ставки поруџбина годишње

Параметар	Претпоставка
Просечна вредност кошарице	65 € нето, удео доприносне марже 45%

Ако ваша компанија послује по распореду од шест, осам или дванаест издања годишње – а многи брендови то сада раде – све доле наведене бројке се значајно побољшавају, јер тиражи постају мањи, стопе отпада расту и циклуси превођења постају учесталији. Моделски прорачун стога представља најгори могући сценарио. Погледајте одељак 3.9 за додатне детаље.

3.2) Физичко означавање данас

Ово обухвата материјале, штампу, завршну обраду и пропорционалне трошкове радне снаге за примену. Бројке одражавају стандардне услове и одредбе у средњем ценовном рангу за средње тираже.

Ставка	по ставци	за 250.000 ставки
Етикете за бренд и врат, ткани	€0.045	€11,250
Етикете за величину	€0.010	€2,500
Етикета за упутство и састав, на девет језика, вишеслојна	0,065 €	16.250 €
Додатна етикета: порекло, сертификати, упозорења	0,020 €	5.000 €
Главна етикета за закачивање, двострана, завршна обрада	0,110 €	27.500 €
Друга етикета за закачивање: одрживост и прича о бренду	0,060 €	15.000 €
Врећица, пломба, безбедносни конач	€0.030	€7,500
Уложак и књижица о нези и поправци	€0.070	€17,500
Склапање и причвршћивање (пропорционално време за рад)	0,090 €	22.500 €
Укупно до сада	0,500 €	125.000 €

3.3) Физичко означавање пасошем производа

Не уклања се све, и не тврдим ни то. Ткани бренд-ознака остаје; то је елемент брендирања, а не извор информација. Ознака величине остаје, јер би иначе нико у продавници не би могао да сортира робу. Ознака за негу и састав такође ће остати, али ће бити знатно поједностављена: симболи, кратки детаљи и QR код на једном листу, уместо девет језичких верзија штампаних ситним словима на четири листа.

Ставка	по јединици	за 250.000 ставки
Ознаке бренда и за врат, ткане (без промене)	0,045 €	11.250 €
Етикета за величину (без промене)	€0.010	€2,500
Смањена етикета за упутства за прање: симболи, кратка упутства, једнослојна	€0.035	€8,750
QR код, интегрисан у постојећи штампач етикета	€0.005	€1,250
Поједнојена продајна етикета за закачивање са ценом и QR кодом	€0.055	€13,750
Амбалажа, смањена	€0.050	€12,500
Укупно укључујући пасош производа	€0.200	€50,000

3.4) Три сценарија

Сценарио	Шта се изоставља	по јединици	годишње
Конзервативна	Други привезак, књижица и додатна етикета изостављени; трошкови паковања благо опадају; додата QR-код	€0.160	€40,000
Реалистично (Табела 3.2 у односу на 3.3)	додатна консолидација на танак висећи етикета и једнослојну етикета за негу	€0.300	€75,000
Амбициозно	такође дозвољено дигитално означавање текстила: етикета за негу изостављена, висећа етикета постаје само ценовна ознака	€0.360	€90,000

Конзервативна прорачун: $0.060 + 0.070 + 0.020 + 0.015$ (паковање) $- 0.005$ (QR) = 0.160 €.

Реалистично: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Амбициозно: $0,300 + 0,035$ (етикета за негу) $+ 0,025$ (ознака за закачивање) = 0,360 €.

За све даље прорачуне доследно ћу користити реалистично сценарио: 0,30 € по јединици, 75.000 € годишње.

3.5) Шта ће се десити са етикетирањем текстила?

Овде је потребна пажња, па ћу то јасно навести. Како ствари стоје, Уредба о означавању текстила (ЕУ) бр. 1007/2011 и даље захтева да се састав влакана физички наведе на производу или у њему. Слично томе, информације произвођача које се захтевају према Уредби о општој безбедности производа (GPSR) и упозорења везана за безбедност тренутно не могу бити замењене искључиво дигиталним средствима.

Управо због тога је реалистично сценарио израчунат на овај начин: он замењује само добровољне облике пружања информација – наиме, привеске на паковању, уложке, додатне етикете и вишејезичност изван обавезних захтева. Функционише у оквиру постојећег правног оквира без потребе за изменом иједне уредбе.

Моје виђење правца у којем се ово креће је, међутим, јасно: информације које се захтевају према Уредби о означавању текстила веома ће вероватно морати да буду укључене и видљиве у пасошу производа за моду и текстил. Ако су исте информације већ доступне у дигиталном облику, тешко је наћи објективан разлог за додатно физичко означавање, јер оно подразумева трошкове за етикете, материјале, радну снагу и ресурсе, а да при томе не пружа никакве додатне информације. Ревизија Правилника о означавању текстила се разматра у вези са пасошем производа. О томе још није одлучено, и стога је амбициозни сценарио описан у одељку 3.4 експлицитно идентификован као будућа опција и није укључен у укупне прорачуне.

Сви који већ чувају податке у потпуности у пасошу производа неће морати ништа да раде када дође до такве промене, осим да наруче мању етикету. Они који не чувају ове податке мораће да почну испочетка.

3.6) Индиректни трошкови процеса и последични трошкови

Јединична цена етикете је само врх леденог брега. У многим организацијама, повезани трошкови процеса су виши од саме цене материјала и не појављују се као јединствена ставка у ниједном трошковном центру. Иначе, управо због тога се ове уштеде у менаџмент рачуноводству редовно потцењују.

Категорија трошкова	текући годишњи трошак	Смањење	Уштеда
Превод, лекторисање и дизајн текстова за етикете (9 језика, 4 лансирања колекције)	€14,000	70%	€9,800
Поновно штампање и прележавање у случају текстуалних грешака или промена у асортиману производа (3.500 артикала × 0,90 €)	3.150 €	80 процената	2.520 €

Категорија трошкова	текући годишњи трошак	Смањење	Уштеда
Уклањање преосталих залиха етикета и привезака приликом смене колекција (8% буџета за етикете)	10.000 €	60%	6.000 €
Складиштење, убирање и руковање варијантама етикета	6.000 €	50 процената	3.000 €
Лиценцне таксе за амбалажу и папир (EPR, отприлике 4 г картона по артиклу)	400 €	80%	320 €
Упити корисничке службе у вези са негом, величином и материјалом (3.000 тикета × 3,50 €)	10.500 €	30%	3.150 €
Укупно	44.050 €		24.790 €

Поен који сматрам најважнијим је: флексибилност. Штампана етикета је непроменљива. Ако се упутство за негу ретроактивно исправи, сертификат истекне или предлог за стилизовање постане бесмислен јер је одговарајући артикал распродат: када је једном одштампана, нема повратка. Пасош производа може се централно ажурирати у било ком тренутку, обухватајући све производе који су тренутно на тржишту, укључујући и артикле продате пре две године. Ова разлика је квалитативна и стога је тешко приказати је у горњој табели. Свако ко је икада организовао повлачење производа због нетачног симбола за прање тачно зна о чему говорим.

3.7) Повраћај: највећи појединачни полуга

Враћање производа је доминантан фактор трошкова у онлајн модној индустрији. Значајан део њих последица је проблема са прилагођавањем и неусклађености између производа и очекивања купаца, као и неизвесности у вези са материјалима и упутствима за негу. Управо овде на сцену ступа пасош производа: свеобухватне табеле величина за сваку величину, информације о понашању тканине, стопе скупљања, карактеристике хабања, мере модела и видео снимци. Ово је доступно и пре куповине путем скенирања у продавници и након куповине код куће.

Параметар	Вредност	Ефекат
Онлајн поруџбине годишње	100.000	
Тренутна стопа повраћаја	42%	42.000 повраћаја

Параметар	Вредност	Ефекат
Укупни трошак по враћеној јединици (превоз, инспекција, рекондиционирање, амортизација)	11,00 €	462.000 €
Смањење за 1,0 процентни поен	-1.000 враћених јединица	-11.000 €
Смањење за 2,0 процентна поена	-2.000 повраћаја	€22.000
Смањење за 3,0 процентна поена	-3.000 повраћаја	€33.000

У укупном прорачуну намерно сам претпоставио само један процентни поен. Чак и ова веома конзервативна претпоставка доноси 11.000 евра годишње. Сваки додатни процентни поен доноси исту суму поново. Ово је полуга са далеко највећим потенцијалом за раст и треба је посебно мерити током пилот-фазе. Више о томе у одељку 5.4.

3.8) Укупни рачун, укључујући трошкове платформе

Ставка	г.д.	по јединици
Ознака и паковање (реалистичан сценарио)	75.000 €	0,300 €
Индиректни трошкови процеса, превода и услуга	24.790 €	0,099 €
Смањење поврата (1 процентни поен, конзервативна процена)	11.000 €	0,044 €
Бруто уштеда	110.790 €	0,443 €
Трошкови у години 1: платформа, прикупљање података, интеграција QR кода, интерно време	-25.000 до -40.000 €	
Нето ефекат у години 1	+71.000 до +86.000 €	
Трошкови од године 2. и даље: платформа и текуће одржавање	-18.000 до -25.000 €	
Нето ефекат од године 2. и даље	+86.000 до +93.000 €	

Транспарентни трошкови платформе. Цене Transpareo**–а** заснивају се на броју објављених профила производа; претплату можете отказати у било ком тренутку, а све податке можете у потпуности извезти у било ком тренутку. Дакле, код нас нема закључавања – нешто што се, по мом мишљењу, подразумева, али што, нажалост, није уобичајено на овом тржишту.

План	Пакети производа	CHF по месецу	EUR по месецу
Мали, за пилот и почетни ниво	до 100	139	отприлике 153
Средњи	до 1.000	559	отприлике 629
Велика, пример сценарија за 1.200 SKU	до 10.000	1.399	отприлике 1.539
Неограничено	неограничено	3.499	отприлике 3.849

Цене важе за август 2026. године, уз тренутни бета попуст, укључујући AI превод на 40 језика, посвећени домен, брендирање, GS1 Digital Link, генерисање потенцијалних клијената, аналитику, REST API и функције увоза и извоза. Погледајте transpareo.com за најновије услове и одредбе и актуелне промоције.

Да бисте започели, ово значи да ће пилот-шема, која обухвата двадесет до тридесет модела, коштати вас између 139 и 199 швајцарских франака месечно. У поређењу са свим осталим ставкама у овом документу, ово је разлика у заокруживању; једноставно нема финансијског разлога да не започнете одмах. Цена се повећава тек када се систем уведе за цео асортиман производа. У примерном сценарију са око 1.200 комбинација артикла и боја, то одговара тарифи "Large" од око 18.500 евра годишње, и то је укључено у горе поменуте распоне трошкова. У поређењу са уштедом од 110.790 €, ово представља отприлике 17 процената.

3.9) Ако спроведете више од две наплате годишње

Многи брендови данас непрестано обнављају и проширују своје асортимане производа. То делује као мултипликатор када су у питању бројке - и у оба правца.

Расподела трошкова	2 колекције плус 2 накнадна издања	8 до 12 издања годишње
Тираж издавачке куће	средњи тиражи, добри попусти за већи тираж	мањи тиражи, лошији попусти за већи тираж, раст цене по јединици
Превод и лежај	4 циклуса годишње	8 до 12 циклуса; трошак од 14.000 € се лако удвостручује
Уклањање вишка залиха	8 процената буџета за етикете	12 до 18 процената на основу искуства, јер се измене праве чешће
Минималне количине наруџбине	ретко обавезујуће	редовно обавезујуће, што доводи до систематског пренаручивања

Расподела трошкова	2 колекције плус 2 накнадна издања	8 до 12 издања годишње
Време изласка на тржиште	предвидиво	рокови испоруке етикета постају флаша која гуши процес

Последња тачка се често занемарује, ипак је она заправо најважнија: ако пошиљка мора да чека да јој се обезбеди етикета за негу, губи се драгоцено време за продају. Пасош производа може се ажурирати за неколико минута. Препоручујем да свака компанија са великом учесталošћу пошиљки изврши моделски прорачун користећи своје бројке. Резултат је обично знатно бољи од оног приказаног овде.

4) Како пасош производа помаже у маркетингу

Уштеде трошкова финансира пројекат. Права стратешка вредност лежи негде другде: пасош производа претвара обавезни етикет у трајни канал специфичан за бренд на самом производу.

4.1) Једини контактни тачак са пуним опсегом

Сваки други канал досеже само одабрану групу. Билеттен досеже претплатнике. Социјалне мреже досежу пратиоце и плаћене публике. Продавница досеже онлајн купце. QR код је прикачен на сваки појединачни артикал који се продаје.

Карактеристика	Традиционални канали	Етикета са информацијама о производу на самом производу
Досег	избор купаца	свака продата ставка
Купци у физичким продавницама	генерално анонимни	могу се таргетирати по први пут
Трошкови медија	Континуирани, по контакту	Нема; сам производ служи као медијум
Трајање контакта	Период кампање	Цео корисни век трајања, често године
Покретач	Бренд	Сам купац, што доводи до високог нивоа пажње
Власници половних производа	Недостижни	Постају нови контакт при препродаји

Друга тачка је она о којој најчешће разговарам са модним предузетницима. У типичном сценарију, 60 одсто робе продаје се преко пулта у физичким продавницама. То је 150.000 артикала годишње продатих људима о којима не знате ништа и са којима никада нећете имати никакав даљи контакт. Пасош производа прекида овај циклус без потребе за интеграцијом ПОС система, без картице лојалности и без икакве акције од стране малопродајног партнера.

4.2) Пакети и унакрсна продаја

Помен артикала које се могу међусобно комбиновати представља очекивани део информација о услузи у пасошу производа. Свако ко скенира код на сукњи коју је управо купио налази се у ситуацији у којој је препорука за одговарајућу блузу корисна, а не наметљива. Управо то га издваја од било које рекламе за поновно циљање која се појављује три дана касније.

- Комплет изглед са снимања кампање, одмах доступан за наручивање
- Усклађени аксесоари: каиш, марама, торба, ципеле
- Друге боје и величине истог стила
- Поновно допуњавање залиха истог артикла - главни, али често потцењен покретач продаје омиљених комада
- Сезонски додаци: савршен плетени капут који иде уз летњу хаљину у јесен
- Производи за негу: детерџент за вунене тканине, уређај за уклањање длачица, спреј за водоотпорност, резервни дугмад

Крос-продаја, метод обрачуна	Претпоставка	Резултат
QR кодови у продавницама годишње	250.000	
Стопа скенирања када је видљива јасна вредносна понуда	12%	30.000 скенирања
Стопа конверзије за препоруку комбинације	3%	900 поруџбина
Вредност коша	65 €	58.500 € промета
Однос доприносне марже	45%	26.325 € доприносне марже

Стопе скенирања потрошачких добара обично се крећу између 5 и 15 процената. Оне значајно расту ако етикета наводи одређену корист: *"Савети за негу, усклађени стилови и ваше продужено гарантно одржавање"*, уместо само големог кода. Ова реченица не кошта ништа и представља најефикаснију појединачну меру коју познајем.

4.3) Догађаји, Заједница, Искуство бренда

Пасош производа може се слободно уређивати и ажурирати у било ком тренутку без промене QR кода. То значи да свака одећа на тржишту постаје канал за ширење информација о актуелним догађајима, чак и годинама након што је продата.

- Позиве на догађаје у продавницама, распродаје узорка, лансирања колекција и специјалне презентације
- Заказивање термина за консултације о личном стилу у најближој продавници
- Кафеи за поправку и услуге поправке – снажан показатељ одрживости са великом вредношћу за задржавање купаца
- Регионално циљање: само купци у близини продавнице виде њена дешавања
- Периоди продаје са раним приступом и иницијативе за заједницу за регистроване купце

4.4) Генератор потенцијалних клијената

Са Transpareo Lead Generator-ом можете сами да креирате онолико упитника колико желите, без потребе за агенцијом, и повежете их са пасошем производа. Један технички детаљ је пресудан за његову ефикасност: упитник се аутоматски отвара чим се скенира QR код. Купац не мора ништа да тражи нити да клика. Сви који су икада покушали да убеди људе да попуне образац са додатним кликом знају колико то утиче на стопу одзива.

Сама механика је стара и функционише: купац добија опипљиву корист у замену за пружање информација и давање своје сагласности.

Предност за купца	Упит упитника	Предност за вас
Проширена гаранција након регистрације производа	Датум куповине, место куповине, контакт подаци	Почетни контакт и транспарентност продаје у veleprodajном сектору
Персонализовани водич за стилизовање купљеног артикла	Преференције у стилу, прилике, величине	Сегментација за кампање и планирање асортимана производа
Бенефиција или бонус при следећој куповини	Е-пошта, сагласност за билтен	Лид који се пријавио без трошкова за медије
Рани приступ новој колекцији	Омиљене категорије, спремност на плаћање	Индикација потражње пре наруџбине
Учешће у наградној игри или догађају заједнице	Регион, преференција продавнице	Активација заснована на локацији

Предност за купца	Упит упитника	Предност за вас
Повратне информације о кроју уз препоруке величине за следећу куповину	Мере тела, процена кроја	Директни извор података за смањење броја повраћаја
Бесплатан преглед за поправку	Век трајања, знаци хабања	Квалитативни подаци из праксе за развој производа

Последња реченица затвара круг – нешто што се у модној индустрији готово никада не дешава. Повратне информације о прилагођености и издржљивости обично до производног развоја стижу само преко разлога за повраћај и жалби – другим речима, искривљене су, негативно пристрасне и закашњеле. Кроз пасош производа, ове информације долазе од задовољних корисника након месеци стварне употребе. Као текстилни инжењер, волео бих да сам имао приступ овом извору података.

Генерација потенцијалних клијената, метод израчунавања	Претпоставка	Резултат
Скенирања годишње (12% од 250.000)	30.000	
Учешће у аутоматски отвореном упитнику	25%	7.500 потенцијалних клијената
од чега из традиционалне малопродаје, раније анонимних	60 процената	4.500 нових контаката
Поређена бројка за трошкове стицања потенцијалних клијената у модној индустрији	6 € по потенцијалном клијенту	45.000 € медијски еквивалент

Вредност медијске еквиваленције не представља прилив готовине и стога се посебно приказује у консолидованим финансијским извештајима. Међутим, у квалитативном смислу разлика је чак и већа од саме суме: потенцијални купац из каталога производа потиче од провереног купца са познатом историјом куповине производа.

4.5) Заштита жига и ауторских права

Ова тема је до сада изненађујуће мало разматрана у контексту пасоша производа, иако је вероватно највећа појединачна корист за премиум и луксузне брендове, а доступна је одмах.

Пасош производа који, путем јединственог идентификатора, упућује на верзионисани и криптографски потписани запис података који води бренд, представља доказ о пореклу. Купац може у свом прегледачу проверити да ли је артикал аутентичан, одакле потиче и

када је пласиран на тржиште. Фалсификатор може да копира QR код, али не може да креира важећи упис у вашој бази података нити да обезбеди важећи потпис.

Користи се за:

- Доказ о пореклу за висококвалитетну одећу, торбе, сатове и луксузну робу
- Могућност за царинске и инспекцијске органе да провере аутентичност без потребе да се обрате произвођачу
- Повећано поверење на тржишту половне робе, где је аутентичност главна препрека за куповину
- Серијски бројеви за сваки појединачни артикал, а не само по производној линији, где се то исплати
- Где је то организационо изводљиво, одговарајући менаџер малопродајног објекта може да искористи овлашћење у Менаџеру апликација да унесе име купца и даље податке о куповини, чиме се те информације евидентирају у пасошу производа

У потпуности очекујем да ће у наредних неколико година технологије NFC и RFID, које користе исти идентификатор уграђен у QR код, постати широко распрострањене. Чип ушивен у руб, који носи исти идентификатор, знатно је теже фалсификовати него штампани квадрат. Докази о власништву засновани на НФТ-у такође ће користити овај идентификатор као сидро. Кључна ствар је следећа: свако ко данас успостави чист, јединствен идентификатор за сваки производ користећи дигитални пасош производа већ је спреман за све ове технологије.

4.6) Секундарни тржиште и очување вредности

Тржиште друге руке у моди расте брже од примарног тржишта. Пасош производа има троструки ефекат у овом сектору:

- **Очување вредности.** Одећа са комплетном, дигитално евидентираним историјом материјала, порекла и неге остварује веће цене при препродаји од оне са нечитко написаном етикетом. Ово утиче на то колико су људи спремни да плате када купују нову одећу.
- **Аутентичност.** Погледајте одељак 4.5 о заштити од фалсификовања. На тржишту половних артикала, ово је одлучујући продајни адут.
- **Нови контакт без трошкова стицања.** Други власник скенира артикал и бива упућен на вас. Продаја половне робе, од које нисте зарадили ништа, претвара се у потенцијалног клијента, а потенцијално и у новог купца.

4.7) Мултилингвизам и приступачност

Етикета за негу отштампана на девет језика, фонтом величине 4 поена, на четири слоја сатенске траке, у суштини је нечитка за значајан део становништва. Ово се односи на сваког купца старијег од шездесет година, на свакога са оштећеним видом и на свакога ко после трећег прања више не може да разазна етикету.

Пасош производа је оптимизован за приказ на екрану, може да се чита помоћу читача екрана, може да се увећа по потреби и има висок контраст. Ово директно испуњава захтеве Европског закона о приступачности.

Када је у питању језик, још један фактор је што географска локација више није пресудна. Transpareo преводи све информације из базе података без додатних трошкова на све европске језике, као и на бенгалски, кинески, хинди, индонежански, јапански, корејски и вијетнамски – укупно 40 језика, укључујући свих 24 званична језика ЕУ. У Менаџеру апликација сваки корисник бира свој радни језик. Језик прегледача аутоматски се појављује на страници за пролаз, без потребе да купац мења било какве поставке.

За вас то значи две ствари. Додатно тржиште не захтева ни за један милиметар већу ширину етикете, нити изазива трошкове превођења. И језици који се користе у целом ланцу снабдевања су такође обухваћени: швајарска радионица у Бангладешу, добављач у Вијетнаму и партнер у Кини могу да читају ваше спецификације на свом језику. У пракси је ово барем подједнако вредно као и страна окренута ка купцу.

5) Како ће ваша организација имати користи

Корист која је најтеже измерити, али која је најважнија на дуги рок, лежи у самој организацији. Пасош производа је производ података, а то захтева јасно дефинисане одговорности, консолидоване изворе и интегрисане добављаче. Ниједан од ових циљева не може се остварити у кратком року. Квалитет података се не може купити; он се мора заслужити.

5.1) Само почните са оним што вам је при руци

Најчешћи разлог због којег пројекти везани за пасош производа не успевају да се покрену јесте заблуда да морате прво да имате све спремно. То је погрешно и контрапродуктивно. Почните са подацима који су већ доступни и приступачни без потребе да икога питате – ако сте у недоумици, почните са одељком 2.6, за који не морате никога да контактирате. Објавите то. А затим проширујте своју базу података колекцију по колекцију.

За купца је већ данас користан водич који садржи упутства за негу, информације о материјалу, табелу величина и предлоге за стилизовање. Они не очекују да виде потпуне податке о ланцу снабдевања трећег нивоа, нити ће их први пут тражити 2029. године.

Фаза	Временски оквир	Садржај	Исход
1 Почетак	Месеци 1–2 или раније	Одредити основу трошкова. Дефинисати пилот-опсег од 20 до 30 модела. Прикупити податке доступне искључиво унутар компаније: маркетинг, материјал, подаци о нези и величини. Мала тарифа, 139 до 199 CHF месечно.	Први комплетни скупови података без иједног контакта добављача
2. Лансирање	Месеци 3–5 или раније	Дизајнирати распоред и вредносну понуду. Интегрисати QR кодове у штампање етикета. Израдити први упитник. Покренути рад.	Прихватање на тржишту, прва скенирања, први потенцијални клијенти, прве метрике
3. Проширење	Месеци 6–12 или раније	Увођење у целој колекцији. Пуштање у рад интеграција са Excel и ERP системима. Смањење броја етикета. Успостављање кључних показатеља учинка.	Потпуна остварена уштеда, поуздани подаци о конверзији
4 Унапређење	Година 2 до 2028.	Допуните податке добављача нивоа 2/3. Развијте поља за заштиту животне средине, поправку и рециклажу. Укључите испоруку података у оквирне уговоре. Успоставите рутине за квалитет података.	Опсежна зрелост много пре него што постане обавезно
5. Регистрација	од 2029.	Усклађивање са коначним моделом података делегираног акта; регистрација у ЕУ регистру.	Усклађеност без пројекта и без притиска рокова

Имајте у виду да Фазе 1 и 2 заједно трају највише пет месеци и не захтевају ништа што је ван ваше контроле. У том тренутку већина брига једноставно нестаје у ваздуху.

5.2) Увоз и интеграција података, и зашто је правац важан

Transpareo може да увезе било који број Excel фајлова; импортер се прилагођава вашим фајловима, а не обрнуто. Посебан PIM није потребан, али може бити интегрисан. Поред тога, може се интегрисати било који број унутрашњих и спољашњих база података, укључујући ERP системе.

Што се тиче интеграције, постоји архитектонска одлука коју сматрам безбедносно релевантном и коју бисте требали пажљиво испитати за сваког провајдера који разматрате:

Проток података је једносмеран, улазни. Изворни сајт се аутентификује преко Transpareo Vendor API-ја и подноси пакет података. Transpareo нигде не омета системе произвођача и не захтева приступне податке за ваш ERP. То значи: не постоји пут од наше платформе до ваших система. Нема улазног приступа, нема сачуваних акредитива, нема отворене везе која би могла бити компромитована. Изградњом "push", а не "pull" система, унапред искључујете целу класу вектора напада.

Када упоређујете пружаоце услуга, ово је једно од првих питања која бих поставио. Намерно смо саставили структурирани оквир за ово који је неутралан према пружаоцима услуга; погледајте одељак 6.4.

5.3) Скуп података као вредност сам по себи

Сада прелазим на оно што ме лично највише занима и што је практично одсутно из дискусије.

Ако су ваши подаци о производу организовани на једном месту, они су ваши и можете их добити – у целини или делимично – у било ком тренутку: у ваш складиш података, у ваше алате за анализу или у сопствене системе. Са Transpareo-ом, ово се може урадити извозом у CSV, XLSX, JSON-LD и SQL формате, или преко REST API-ја. И то је могуће без обзира на то да ли сте објавили иједан оглас за производ. Тренутно и изнова и изнова.

Ово отвара примене и огромне користи које немају никакве везе са усаглашеношћу:

- **Тренинг вештачке интелигенције коришћењем сопствених података.** Језички модел који познаје све ваше материјале, ваше ознаке квалитета, вашу логику прилагођавања и вашу структуру добављача је нешто сасвим другачије од универзалног модела. Основа за ово је чиста, доследна база података о производима – управо оно што се ионако ствара када креирате пасош производа.
- **Апликације засноване на агентима.** Системи помоћи који анализирају податке о колекцијама, предлажу алтернативне материјале, проверавају спецификације или одговарају на упите купаца апсолутно захтевају структурисане податке о производу. Без њих, свака идеја за агента остаје само презентациона слајд.
- **Набавка и планирање производње.** Потребе за материјалом за различите моделе, боје и величине; груписање квалитета предива кроз колекције; концентрација добављача по групама материјала: све су то анализе које не успевају када су подаци расути, али постају једноставне уз консолидоване податке.
- **Истраживање и развој.** Која конструкција, која тежина по јединици површине и која завршна обрада доводе до каквог обрасца жалби и поврата током више сезона? Ова корелација може да се израчуна само ако су подаци о материјалу, продаји и повратним информацијама похрањени на једном месту.

Као предузетник, кажем ово без двосмислености: чак и да ЕУ сутра укине пасош производа без да га замени, рад обављен на овој бази података био би исправан и показао би се вредним на дужи рок. Пасош је апликација. Подаци су имовина.

5.4) Кључни показатељи учинка које треба мерити од првог дана

Кључна бројка	Метрика	Сврха
Стопа скенирања	Скенирања на 100 продатих артикала	Оптимизовати вредносну понуду на етикети
Време проведено на сајту и дубина странице	Секунде, кликови	Дати предност садржају, уклонити сувишне информације
Конверзија потенцијалних клијената	Потенцијални клијенти на 100 скенирања	Тестирати промотивне понуде
Конверзија укрстене продаје	Наруџбине по 100 скенирања	Побољшати логику комбинација
Стопа поврата: скенери у односу на нескенере	Разлика у процентима	Најубедљивија бројка за више руководство
Упити за услугу у вези са негом и величином	Тикети по месецу	Показати смањено оптерећење корисничке службе
Трошкови етикетирања по јединици	Евра по јединици	Истакнути уштеде у финансијској контроли

Молимо вас да подесите пету линију пре покретања уживо. Није могуће направити ретроспективну поређење између скенера и оних који нису скенери, и управо ће вам тај податак бити затражен у другој години. Статистика скенирања у Transpareo прикупља се на страни сервера, без колачића или тракера. Добићете бројеве, временске серије и регионалне податке без изазивања било каквих питања у вези са пристанком.

6) Од пасоша производа до регистра ЕУ: пука формалност

Најчешћи приговор на рано почињање јесте да коначни ЕУ модел података још није финализован, па би сваки рад обављен сада могао бити узалудан. Разумем тај приговор, али он почива на неразумевању начина на који регистар функционише.

6.1) Шта регистар заправо ради

Регистар производа ЕУ је у функцији од 20. јула 2026. године; Имплементациона уредба (ЕУ) 2026/1778 регулише контролу приступа, верификацију корисника, захтеве за регистрацију и чување. Важно је напоменути да регистар садржи јединствене идентификаторе и метаподатке; он није складиште података за саме пасоше. Стиварни подаци о производу и даље се чувају локално код економског оператора или њиховог пружаоца услуга.

У практичном смислу, то значи да ваши пасоши морају да садрже идентификатор у складу са стандардом, који се може решити, и да буду унети у регистар пре стављања производа на тржиште унутар ЕУ. Вођење података остаје непромењено.

Transpareo у потпуности одговара хармонизованим стандардима наведеним у Службеном листу у Имплементационој одлуци (ЕУ) 2026/1736 од 15. јула 2026; два преостала стандарда су такође имплементирани. Transpareo користи GS1 Digital Link и резолуцију GTIN у складу са стандардом и дизајниран је за регистрацију у ЕУ регистру. Свака верзија пропуснице носи два независна потписа, један од издаваоца и један од Transpareo; кључ издаваоца можете сами управљати преко посвећеног ендпоинта за потписе.

Снимите једном. Објавите данас. Региструјте касније.

- Снимање:** Пренос постојећих података о производима у базу података у структурисаном формату заснованом на пољима. Кључно је приступ заснован на пољима: континуирани текст се не може мапирати, али добро дефинисана поља могу.
- Објављивање:** пасош производа одмах постаје доступан. QR код на производу значи користи од првог дана.
- Проширење:** додатна поља се додају из колекције у колекцију, у складу са свакодневним пословањем.
- Регистрација:** када захтев ступи на снагу, постојећи запис података се усклађује са коначним моделом и Transpareo га подноси ЕУ регистру. Без поласка испочетка, без пројекта, без панике у последњем тренутку.

6.2) Четири примедбе које најчешће чујем

Приговор	Мој одговор
"Модел података за текстил још увек није финализован."	Техничка структура још увек није финализована, али суштински садржај свакако јесте. Материјал, порекло, упутства за негу, поправке, сертификати и могућност рециклирања биће укључени; у то нема озбиљне сумње. Структуре се могу аутоматски мапирати, под условом да је садржај евидентиран прецизно и поље по поље. Управо је тај процес евидентирања стварни напор који је потребан, и он се у сваком случају мора обавити.

Приговор	Мој одговор
"Онда ћемо радити дупли посао."	Податоке у бази података уносите само једном. Они се одмах објављују као пасош производа, а потом се и региструју. Унесите их једном, користите више пута.
"Чекамо стандард."	Шест од осам стандарда је усклађено од јула 2026. године; регистар је покренут и функционише. Стандард који су сви чекали углавном је на снази. Преостала два су позната и већ су их имплементирали Transpareo. А свако ко дуже чека такође одлаже уштеде, потенцијалне купце и кривуљу учења.
"Немамо све податке."	Нико их нема. Пасош производа почиње са расположивим подацима и временом се допуњује. Тако ће бити увек, чак и након регистрације. Погледајте одељак 5.1.

6.3) Ризици, јасно идентификовани

Ризик	Процена	Акција
Коначни модел података се разликује	средњи	Бележити податке користећи поља уместо слободног текста. Мапирање се може урадити аутоматски; поновна прикупљања садржаја се не може.
Ниске стопе скенирања у почетку	средње	Формулисати понуду вредности на етикети; тестирати и унапређивати у пилот-пројекту пре проширења.
Обавезно физичко етикетирање остаје на снази	високо	Већ је узето у обзир у цени. Реалистичан сценарио подразумева замену само добровољних носилаца.
Достављачи не обезбеђују податке	средње	Почните са подацима који су интерно доступни. Постепено укључите обезбеђивање података у оквирне уговоре док још увек постоји простор за преговоре.
Везивање за једног добављача	ниско	Могућност месечне отказа, потпуни извоз у четири формата, стабилни ПАС ИД-ови, рендерер отвореног кода. Проверите ово код сваког провајдера који разматрате; наша листа провера провајдера садржи питања која вреди поставити.
Заштита података у генерисању потенцијалних клијената	ниско	Јасно давање сагласности (opt-in), ограничење сврхе и политика брисања података од самог почетка.

6.4) Избор провајдера

Пишем овај рад као оснивач компаније Transpareo, и требало би да га читате имајући то на уму. То чини следећу поенту још важнијом за мене.

Објавили смо намерно неутралну [листу провере добављача](#) која обухвата тридесет критеријума који заиста значе када доносите информисану одлуку о платформи: усаглашеност са стандардима, подршка за GS1 Digital Link, стратегија потписивања и архивирања, суверенитет и извозност података, модел цена и скалабилност у односу на број SKU-ова, и могућност напуштања платформе. Прођите кроз ову листу пре него што донесете одлуку, чак и - а посебно - ако на крају одлучите против нас. Не бисте требали да изаберете платформу која не прође такву процену; ово важи за нас подједнако као и за све остале.

Поред тога, у одељку "[Увиди и перспективе](#)" наћи ћете редован ток стручних чланака о ESPR-у, стандардизацији и практичној примени, као и преглед саме Уредбе у нашем [ESPR водичу](#). Рендерер Transpareo Time Machine је отвореног кода под GPL v3 лиценцом, што значи да сваки пролаз може бити проверен у прегледачу независно од нас.

7) Првих 90 дана

За крај, ево плана који можете започети у понедељак. Он не захтева уговор о консултантским услугама, нити тендерску процедуру, нити пријаву за буџет.

Временски период	Задатак	Резултат
Недеље 1-2	Прикупите стварне трошкове: саставите фактуре за етикете, наруџбине за привезнице, трошкове превода и листе отпада за последњих дванаест месеци	Ваши сопствени подаци уместо мојих моделских претпоставки из Поглавља 3
Недеље 2-4	Израдите мапу података: које поље је у ком систему, ко га одржава и колико је ажурно? Користите табеле из Поглавља 2 као шаблон	Јасноћа о зрелости података и стварним празнинама
Недеље 3-4	Дефинишите пилот-асортиман производа: 20 до 30 модела са високом видљивошћу и добрим потенцијалом за приповедање. Бесплатан пробни период, а затим "мали" план	управљив, смислен пилот-пројекат
Недеље 4-6	Подешавање налога, дефинисање структуре поља, увоз пилот-података преко Excel-а	први потпуни скупови података

Временски период	Задатак	Резултат
Недеље 6–8	Дизајнирање изгледа и структуре садржаја, дефинисање препорука за комбинације, формулисање вредносне понуде за етикету	припремљено за објављивање
Недеље 7–9	Координација интеграције QR кода са добављачем етикета и његово укључивање у следећу заказану промену етикета	Маргинални трошкови увођења готово нула
Недеље 8–10	Постављање првог упитника у генератор потенцијалних клијената. Препорука: продужено гарантно рок након регистрације производа	Механизам за прикупљање података је активан; упитник се аутоматски отвара након скенирања
Недеље 10–12	Покренути пилот-асортиман, подесити кључне показатеље учинка, започети мерење (посебно упоређивање поврата)	Први стварни подаци о скенирању и конверзији
12. недеља	Евалуација, ажурирање пословног случаја са стварним бројкама, одлука о увођењу	чврста основа за доношење одлука

7.1) Три ствари које бих желео да поделим са вама

- **Напишите предности на етикети.** Голи QR код се ретко скенира. *"Дигитални пасош производа: савети за негу, усклађивање стилова, ваша продужена гаранција и још много тога"* повећава стопу скенирања. Ова реченица не кошта ништа, а прави сву разлику са маркетиншке стране једначине.
- **Ускладите прелазак са следећом променом етикете.** Ако КР код уградите у промену која је ионако предвиђена, практично нећете имати трошкова имплементације. Ако га претворите у посебну промоцију, платите два пута.
- **Од самог почетка мерите утицај на повраћај производа.** Упоређивање стопе повраћаја између оних који скенирају и оних који не скенирају је најубедљивија бројка коју можете представити у другој години, и полуга са највећим потенцијалом за побољшање. То се не може ретроактивно израчунати.

А ако након читања овог рада урадите само једну ствар: затражите најновији рачун од свог добављача етикета и поделите укупни износ са бројем артикала. Тај једини број је полазна основа за сваку озбиљну дискусију о пасошу дигиталног производа. За већину брендова са којима разговарам, тај износ је виши него што су руководиоци очекивали.

Додатак: Преглед свих претпоставки

Свака бројка у овом раду или је једна од следећих претпоставки, или је изведена из њих прорачуном. Намерно сам избегао додељивање било које вредности која се не може оправдати, а у случају сумње сам се определио за конзервативнију опцију.

Претпоставка	Вредност	Тип
Годишња продаја	250.000 јединица	Дефиниција модела
Комбинације производа и боја (= број варијанти)	1.200	Дефиниција модела
Постојеће физичко означавање	0,500 € по јединици	услови индустријског стандарда
Физичко означавање са пасошем производа	0,200 € по јединици	пример прорачуна
Процеђена уштеда (реалистичан сценарио)	0,300 € по артиклу	разлика између две цифре
Онлајн поруџбине	100.000 годишње	одговара 40–процентном уделу D2C
Ставка онлајн повраћаја	42 процента	типично за сектор
Пуни трошак по враћеној пошилици	11,00 €	типично за сектор
Процењено смањење броја враћених пошилки	1,0 процентни поен	намерно конзервативно
Стопа скенирања QR кода	12 процената	просечна вредност са јасном вредносном понудом
Стопа одговора на упитник	25 процената скенирања	засновано на искуству са понудама са подстицајем
Стопа конверзије укрштене продаје по скенирању	3 процента	конзервативна
Вредност кошевића и однос доприносне марже	65 € и 45 процената	претпоставке модела
Референтна вредност потенцијалног клијента (CPL)	6,00 €	Опсег у модној индустрији од 4 до 12
Трошкови платформе током увођења (Велика тарифа)	отприлике 18.500 € годишње	Листа цена август 2026

Претпоставка	Вредност	Тип
Укупни трошкови имплементације, година 1	25.000 до 40.000 €	Процена распона
Трошкови одржавања од године 2	18.000 до 25.000 €	Процена распона

Све бројке су само у илустративне сврхе и нису замена за конкретну калкулацију компаније. Калкулација је структурирана тако да можете заменити претпоставке својим стварним бројкама. Изјаве о дозвољеном обиму смањења етикете не представљају правни савет и морају се процењивати од случаја до случаја.

Можете пронаћи Excel калкулатор за овај документ – у којем можете заменити сваку претпоставку својим бројем – на [нашој страници о пасошу текстилног производа](#).

О аутору

Гинтер Рајхелт, оснивач и стратег компаније Transpareo у протеклих 19 година, председник Управног одбора, текстилни инжењер и страствени серијски предузетник више од 50 година. Цуг, Швајцарска.

Ако имате било какве захтеве за измене, допуне или додатне коментаре у вези појединачних ставки у калкулацији, биће ми велико задовољство да чујем од вас. Сматрам да су ова питања од највеће важности и са задовољством ћу издвојити време за њих.

О Транспарео

Швајцарска компанија Transpareo AG, са седиштем у Zug Tech Cluster-у, нуди самопослужни портал за креирање, управљање и објављивање дигиталних пасоша производа за компаније свих сектора и величина на 40 језика. Фронтенд, Transpareo Time Machine, је отвореног кода.

Портал већ у потпуности испуњава захтеве Уредбе ЕУ о екодизајну у погледу дигиталних пасоша производа, као и хармонизованих стандарда наведених у Имплементној одлуци (ЕУ) 2026/1736 од 15. јула 2026. године. Подаци се већ могу евидентирати, а дигитални пасоши производа се већ могу користити.

- **Контакт за медије:** Гинтер Рајхелт, председник Управног одбора, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Седиште:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Швајцарска
- **DPP портал:** transpareo.com

Transpareo® и Transpareo Time Machine® су регистровани заштитни знаци компаније Transpareo AG. Ауторско право 2026 Transpareo AG.

Ауторска права 2026 Transpareo AG, Цуг, Швајцарска - transpareo.com