

SUOMEN
TEKSTIILI
& MUOTI

Strgl®

Kohti konkretiaa – tuotepasseihin voi alkaa valmistautua jo nyt

Digitaalinen tuotepassi -pilottien
yhteenvetoraportti

5/2025

Sisällysluettelo

03	Tiivistelmä
04	Executive Summary
05	Digitaalinen tuotepassi -pilottiprojekti
06	Yhteenveto tiivistelmistä
09	Opit ja suositukset
12	Lähteitä jatko-opiskeluun
13	Yrityskohtaiset tiivistelmät
23	Liitteet

Tiivistelmä

Tässä raportissa esitellään Digitaalinen tuotepassi -pilottiprojektin tulokset ja suositukset. Suomen Tekstiili ja Muoti ry toteutti osana Digitaalinen murros muotialalla -hanketta vuosina 2023-2024 yhteensä 10 yrityspilottia digitaaliseen tuotepassiin valmistautumisesta. Pilotteihin kilpailutettiin konsulteiksi Struggle Creative, KPMG sekä ryhmittymä, jossa olivat Adesso Finland, 1001Lakes ja Dataspace Europe. Yritysosallistujiksi valittiin avoimen haun jälkeen NP Housukauppa, Gugguu, Sasta, Image Wear, Karmini, Rockseri, Nanso, DIMEX, Reima ja L-Fashion Group. Yritysten valinnassa painotettiin sitä, että mukaan saatiin mahdollisimman paljon erilaisia ja digitaaliseen tuotepassiin valmistautumisen eri vaiheissa olevia yrityksiä. Digitaalinen murros muotialalla -hanke oli Euroopan unionin rahoittama – Next GenerationEU.

Digitaalinen tuotepassi (DPP) on tuotteen digitaalinen tietokuvaus, jossa esitetään tietoa tuotteesta ja sen tuotantoketjusta. Tietoja esitetään muun muassa tuotteen raaka-aineista, ympäristövaikutuksista, korjattavuudesta ja turvallisuudesta. EU:n ekosuunnitteluasetus (ESPR) edellyttää tuotepassien käyttöönottoa vaiheittain eri tuoteryhmille. Yksi priorisoiduista tuoteryhmistä on tekstiilit, joille tuotepassit tulevat pakollisiksi lähivuosina. Tuotepassin saataville asettaminen on sen vastuulla, joka saattaa tuotteen markkinoille EU-alueella ja yrityksen koolla ei ole merkitystä. Digitaaliset tuotepassit tarjoavat velvoitteiden lisäksi myös liiketoimintamahdollisuuksia, kuten tuotekehityksen tehostamista, vastuullisuusviestinnän parantamista ja uusien ansaintamallien luomista.

Pilottien tuloksena havaittiin, että yrityksissä DPP-tietoa säilytetään hajautetusti eri IT-järjestelmissä, kuten ERP:ssä, Excelissä ja sähköposteissa, mikä tekee digitaalisen tuotepassin käyttöönotosta haastavaa. Suurimmalla osalla yrityksistä on kuitenkin valmiuksia aloittaa ensimmäisten tuotepassien käyttöönotto, erityisesti tuotantoketjun loppupään tietojen osalta. Varovainen oletus on, että alkuvuosina DPP:n tietovaatimukset eivät ulotu vielä kovin pitkälle tuotantoketjuun ja vaatimuksia tullaan kiristämään myöhemmin. Pilotit osoittavat, että yrityksillä on tahtoa kehittää toimintaansa ja kestävä kehitys on yrityksillä tärkeänä liiketoiminnan kehitystä ohjaavana arvona.

Pilottien perusteella raportissa esitellään suosituksia siitä, miten tekstiili- ja muotialan yritysten kannattaisi aloittaa valmistautuminen digitaaliseen tuotepassiin. Yritysten on suositeltavaa aloittaa valmistautuminen jo nyt, vaikka tarkat vaatimukset eivät ole vielä selvillä. Konkreettinen tekeminen auttaa tunnistamaan kehityskohteita ja tuotepasseja voidaan päivittää vastaamaan lainsäädännön vaatimuksia, kun ne tarkentuvat. Tietojen kokoaminen yhdelle alustalle ja ensimmäisten tuotepassien tekemisen aloittaminen antavat realistisen kuvan yrityksen valmiuksista. Lisäksi on tärkeää seurata lainsäädännön ja DPP-markkinoiden kehitystä. Pelkän lainsäädännön noudattamisen sijaan digitaaliset tuotepassit tulisi kuitenkin nähdä myös uuden liiketoiminnan ja arvonluonnin mahdollistajina.

Executive Summary

This report presents the results and recommendations of the Digital Product Passport pilot project. As part of the Digital Disruption in the Fashion Industry project, the Finnish Textile & Fashion carried out a total of 10 company pilots during 2023–2024 to explore readiness for the Digital Product Passport. The Digital Disruption in the Fashion Industry project was funded by the European Union – Next GenerationEU. Through a public tender, the selected consultants for the pilots were Struggle Creative, KPMG, and a consortium consisting of Adesso Finland, 1001Lakes, and Dataspace Europe. Following an open call, the participating companies were NP Housukauppa, Gugguu, Sasta, Image Wear, Karmini, Rockseri, Nanso, DIMEX, Reima, and L-Fashion Group. The selection aimed to ensure a diverse group of companies at different stages of preparedness for the Digital Product Passport.

The Digital Product Passport (DPP) is a digital record of the product, providing information about the product and its supply chain. Information is provided on the product's raw materials, environmental impact, repairability and safety, among other aspects. The EU's Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) mandates the phased introduction of DPPs across different product groups. Textiles are one of the prioritized groups, with DPPs expected to become mandatory in the coming years. Making the passport available is the responsibility of the entity placing the product on the market in the EU, regardless of their size. In addition to compliance obligations, DPPs offer business opportunities, such as improving product development, enhancing sustainability communications, and creating new revenue models.

As a result of the pilots, it was observed that the companies' DPP data is scattered across various IT systems, such as ERP, Excel and emails, which makes the implementation of the digital product passport challenging. However, the majority of companies are ready to start implementing the first DPPs, especially for downstream data. A cautious assumption is that in the early years, the DPP data requirements will not extend very deep into the supply chain, but the requirements are expected to tighten over time. The pilots demonstrate that companies have the will to improve and that sustainability is an important value driving their business development.

Based on the pilots, the report outlines recommendations on how textile and fashion companies should start preparing for the DPP. Companies are encouraged to begin preparation now, even though detailed requirements are still being finalized. Concrete action will help identify areas for development and product passports can be updated to meet the requirements of the legislation as they become more precise. Bringing the data together on a single platform and starting to make the first product passports gives a realistic picture of the company's current capabilities. It is also advisable to monitor the evolution of legislation and the DPP market. However, rather than seeing DPPs merely as a compliance obligation, companies should view them as enablers of new business opportunities and value creation.

Digitaalinen tuotepassi - pilottiprojekti

Tämä raportti on osa Suomen Tekstili & Muoti ry:n

Digitaalinen murros muotialalla -hanketta.

Hankkeen aikana, keväällä 2024, toteutettiin Digitaalinen tuotepassi -pilottiprojekti, johon osallistui kymmenen suomalaista tekstiili- ja muotialan yritystä: NP Housukauppa, Gugguu, Sasta, Image Wear, Karmiini, Rockseri, Nanso, DIMEX, Reima ja L-Fashion Group.

Raportti on toteutettu opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämällä EU Next Generation -rahoituksella. Raportin toteuttaja on Struggle Creative Oy.

Pilottiprojektissa konsultit tukivat yrityksiä tuotepassien käyttöönottoon valmistautumisessa. Tämä toteutettiin kartoittamalla datavirtoja sekä luomalla suunnitelma digitaalisen tuotepassin käyttöönottoon vaadittavista toimenpiteistä. Konsultoinnin toteuttajiksi valikoitui Struggle Creative, KPMG sekä ryhmittymä, jonka muodostavat 1001Lakes, Adesso Finland ja Dataspace Europe.



Euroopan unionin rahoittama –
NextGenerationEU

Yhteenvedo tiivistelmistä

Pilottien tulokset on jäsennelly neljän keskeisen kysymyksen alle. Yrityskohtaiset tiivistelmät löytyvät raportin lopusta.

Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä yrityksissä on käytössä?

Tieto on tallennettu **hajautetusti eri IT-järjestelmiin**. Suurimmalla osalla yrityksistä on käytössä ERP-järjestelmä, jossa on tallennettuna suurin osa DPP-tiedosta. Tämän lisäksi tietoa on myös muun muassa Excelissä, sähköpostin liitteinä, verkkokaupan hallintasivuilla ja erilaisissa yritysten tuotetiedon hallintaa tukevissa järjestelmissä (esim. PDM). **Tiedon hajanaisuus tekee DPP:n käyttöönotosta yrityksille haastavaa.**

Mitkä ovat yritysten tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?

Yrityksillä on pääsääntöisesti jo melko **kattavasti tietoa tuotantoketjun loppupäästä, mutta alkupään tiedoissa on puutteita**. Lisäksi tietojen hajautuminen eri järjestelmiin aiheuttaa yrityksille haasteita. Monessa yrityksessä käytössä olevassa ERP-järjestelmässä on kuitenkin mahdollisuus lisätä uusia kenttiä, jotta tiedot saadaan keskitettyä yhteen järjestelmään.

Varovainen oletus on, että lainsäädännön alkuvaiheissa DPP:n tietovaatimukset eivät ulotu vielä kovin pitkälle tuotantoketjuun. Vaatimuksia tullaan luultavasti kiristämään, kun yritykset ovat saaneet tuotepassit käyttöön laajasti. Tällä oletuksella yritysten tilanne DPP-tietojen suhteen on kiitettävä, mutta koska tietojen keräämiseen kuluu aikaa, **tietojen tarkentaminen kannattaa aloittaa mahdollisimman pian.**

Piloteissa mukana olleilla yrityksillä on ollut lähiaikoina omia kehityshankkeita ja pilotteja, joissa ollaan keskitytty kestäväen kehityksen -teemoihin. Tämä antaa osviittaa siitä, että yritysten asenne ja tahtotila tukee tuotepassien käyttöönottoa.

Mitkä ovat seuraavat vaiheet valmistautumisessa?

Tällä hetkellä yritysten olisi tärkeää **tarkentaa tuotantoketjutietoja ja koota tiedot yhdelle alustalle** (esim. ERP), jotta tiedon välittäminen olisi helpompaa. Yrityksissä on myös paljon hiljaista tietoa, joka tulisi dokumentoida. Jos tietoa liikkuu paljon yksittäisten ihmisten sähköpostien kautta, tulisi myös tämän tiedon siirtyä yhteiseen järjestelmään. **Tuotantoketjutietojen tarkentamisen voi aloittaa osana pilotointia**, jolloin on helpompi konkreettisesti huomata puutteita tiedoissa.

Tuotantoketjutietojen tarkentamisen lisäksi yritysten **olisi hyvä seurata lainsäädännön etenemistä ja vaatimusten selkeytymistä**. Muita piloteissa esille nousseita seuraavia olivat muun muassa markkinoiden tarkkailu DPP-toimijoiden osalta, fyysisten tietovälineiden (esim. QR-koodien), käyttöönotto sekä päästölaskentaan perehtyminen.

Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?

Pelkän lainsäädännön noudattamisen lisäksi on tärkeää tunnistaa tuotepasseihin liittyviä mahdollisuuksia. Piloteissa tunnistettiin, että tuotepasseja voidaan hyödyntää muun muassa jälleenmyynnin ja vuokraustoiminnan tehostamisessa, asiakassuhteiden hallinnassa, korjaus- ja huoltopalveluiden tehostamisessa, tuotekehityksessä, vastuullisuuskommunikaation selkeyttämisessä sekä tuotantoketjun kehityskohteiden huomaamisessa. Tunnistetut tuotepassien tarjoamat mahdollisuudet liittyvät vahvasti **kierotalouden tehostamiseen ja tuotteiden kestävyysparantamiseen**.

Pilottien löydökset

IT-järjestelmät

Tieto on tallennettu hajautetusti eri IT-järjestelmiin. Tiedon hajanaisuus tekee tuotepassin käyttöönotosta yrityksille haastavaa.

Seuraavat vaiheet

Tuotantoketjutietojen tarkentaminen ja kokoaminen yhdelle alustalle. Konkreettisen tuotepassi-pilotin aloittaminen. Lainsäädännön seuraaminen.

Valmiudet

Yrityksillä on pääsääntöisesti jo melko kattavasti tietoa tuotantoketjun loppupäästä, mutta alkupään tiedoissa on puutteita.

Mahdollisuudet

Kiertotalouden tehostaminen ja tuotteiden kestävyysparantaminen. Esim. kiertotalouspalveluiden integrointi osaksi liiketoimintaa.

Opit ja suositukset

Pilotit antoivat arvokasta tietoa siitä, miten tekstiili- ja muotialan yritysten kannattaa varautua digitaalisten tuotepassien käyttöönottoon. Alla on tiivistettynä keskeisimmät opit ja suositukset.

Ala valmistautumaan tuotepasseihin jo nyt.

Vaikka tarkat tuotepassivaatimukset eivät ole vielä selvillä, on hyvä alkaa valmistautumaan niiden tulemiseen jo nyt. **Konkreettinen tekeminen auttaa huomaamaan kehityskohtia**, joiden huomaaminen ajoissa ehkäisee kiireen syntymistä ja mahdollistaa laadukkaiden arvoa lisäävien tuotepassien rakentamisen. **Tuotepassitietoja voidaan tarvittaessa päivittää** vastaamaan lainsäädännön vaatimuksia sitten kun ne tarkentuvat.

Hahmota yrityksen valmius konkretian avulla.

Tuotepasseja voi lähteä tekemään, vaikkei kaikkea tietoa olisikaan vielä saatavilla. Ensimmäisten digitaalisten tuotepassien rakentaminen antaa hyvän kuvan siitä, mitä tuotepassien tekeminen vaatii ja mikä on yrityksen valmius ottaa tuotepassit käyttöön. Konkreettisella tekemisellä voi huomata, mitä tietoa vielä puuttuu, mutta myös, missä asioissa ollaan onnistuttu.

Kokoa tieto yhdelle alustalle.

Suurin haaste piloteissa mukana olleille yrityksille oli se, että tieto on hajautuneena eri järjestelmiin. Lisäksi on olemassa myös hiljaista tietoa, jota ei ole dokumentoituna selkeästi. **Tiedon kokoaminen yhdelle alustalle tekee tietojen välittämisestä DPP-toimittajalle helpompaa.** DPP-markkinoiden alkuvaiheessa suorat integraatiot esimerkiksi ERP:n ja DPP:n välillä saattavat olla harvinaisia. Tästä huolimatta tiedon koonti esim. ERP-alustalle helpottaa yritysten työskentelyä, sillä yrityksen on helppo löytää DPP-toimittajan pyytämät tiedot yhdestä paikasta.

Seuraa lainsäädännön ja markkinoiden kehittymistä.

Lainsäädäntö ja erityisesti tietovaatimukset ovat vielä tarkentumassa, joten sen kehittymisen seuraaminen on tärkeää. Aiheesta on tarjolla erilaisia webinaareja ja julkaisuja esimerkiksi Suomen Tekstiili & Muodin tarjoamana. DPP-infrastruktuurin rakentaminen on vaativaa ja sen takia se kannattaakin ulkoistaa yhteistyökumppanille. Markkinoille on kehittymässä koko ajan lisää DPP-toimijoita ja kannattaakin seurata, miten markkinat kehittyvät, jotta löytää itselleen parhaiten sopivan toimijan.

Kehitä uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

On tärkeää nähdä digitaaliset tuotepassit myös **uuden liiketoiminnan mahdollistajina ja arvonluojina** pelkän lainsäädännön noudattamisen lisäksi. Mahdollisuuksia tuotepassien hyödyntämiseen osana liiketoimintaa on runsaasti ja vieressä on mainittuna esimerkkejä, jotka tulivat esille piloteissa.

- Lisäpalveluiden, kuten korjaus-, lisäosa- ja huoltopalveluiden, tarjoaminen.
- Asiakassuhteiden parantaminen esimerkiksi kohdennettujen suositusten avulla.
- Vastuullisuuskommunikaation tehostaminen.
- Tuotantoketjun kehityskohteiden huomaaminen.
- Tuotekehityksen tehostaminen asiakaspalautteen perusteella.
- Korjaustietojen tallentaminen tuotekohtaisesti.
- Suora integraatio jälleenmyynti- ja vuokrausaloille.



Lähteitä jatko-opiskeluun

Raportin työstämisessä on hyödynnetty alla olevia lähteitä. Nämä lähteet toimivat myös hyvin aiheen jatko-opiskelun tukena.

[Ekosuunnitteluasetus \(ESPR\)](#)

on heinäkuussa 2024 voimaan tullut asetus, jossa vaaditaan muun muassa digitaalista tuotepassia.

[Ekosuunnittelu.info](#)

on virallinen tiedotuskanava suomenkieliselle tiedolle liittyen ekosuunnitteluasetukseen.

[Euroopan komission 1. ESPR-työsuunnitelma](#)

julkaistiin huhtikuussa 2025 ja siinä kerrotaan tuoteryhmät, joille vaaditaan digitaalista tuotepassia ensimmäisenä.

[The Joint Research Centren selvitys](#)

sisältää tietoa priorisoitavien tuoteryhmien kehittämisestä.

[Sitran ja VTT:n DPP pelikirja](#)

on selkeä ja kattava opas tuotepassien käyttöönottoon valmistautumiseen.

[Suomen Tekstiili & Muodin sivuilla](#)

kerrotaan digitaalisesta tuotepassista tekstiili- ja muotialan näkökulmasta. Sivuilta löytyy linkki myös muun muassa webinaariin aiheesta.

Yrityskohtaiset tiivistelmät

Alla on esitelty yhteenvedot konsultointien tuloksia yrityskohtaisesti. Yritykset ovat sekalaisessa järjestyksessä ja joitain tunnistamisen mahdollistavia tekijöitä on jätetty mainitsematta.

Yritys 1

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• Excel, WMS
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Yrityksen päätietokannat ovat Excelissä • Tietokannat ovat kattavia ja hyvin jäsenneltyjä • Excel ei ole kuitenkaan välttämättä tehokkain tapa huolehtia tuotetiedosta varsinkin, jos tuotteiden määrä kasvaa
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönoton harkitseminen • Fyysisten tietovälineiden käyttöönoton jatkaminen • Aikataulujen ja vaatimusten jatkuva tarkkailu • Markkinoiden seuraaminen DPP-järjestelmien osalta
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Jälleenmyyntitietojen automaattinen täyttäminen useilla alustoilla • Tuotekohtaiset tuotetiedot • Vuokraaminen • Asiakassuhteiden hallinta

Yritys 2

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	ERP, tuotannonohjauksen työkalu
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	- DPP-tiedot ovat osittain eri järjestelmissä ja erillisissä tiedostoissa - Saatavilla olevia tietoja mm: - Tuotantoaika ja -paikka - Tieto kierrätysmateriaaleista - Valmistuspaikat ja osittain päämateriaalien valmistuksen osavaiheet - Yritys on liittynyt vuonna 2023 Amforin jäseneksi - Hiilijalanjalan laskenta on aloitettu
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	- Datan kerääminen toimitusketjusta - ERP:n kehittäminen tietovaatimuksia vastaavaksi - Tuotteiden materiaali- ja kemikaalitietojen täsmentäminen - CO2-laskennan kehittäminen - Kierrätysmahdollisuuksien miettiminen - DPP ratkaisutoimittajan valinta
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	Korjaus- ja lisäosapalveluiden tarjoaminen

Yritys 3

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Materiaali- ja tuotetietokannat ovat ERP:ssä • Tietokannat ovat kattavia, ajantasaisia ja jäsenneltyjä • ERP mahdollistaa muokattujen syöttökenttien lisäämisen
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Fyysisten tietovälineiden käyttöönoton aloittaminen • Aikataulujen ja vaatimusten tarkkailu • Markkinoiden seuraaminen DPP-järjestelmien osalta • Vastuullisuusviestintään liittyvän lainsäädännön tarkkailu
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Kehityskohteiden huomaaminen tuotantoketjuista • Tuotekehitys ja reklamaatiopyyntöihin reagoiminen • Asiakassuhteiden hallinta

Yritys 4

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP (kustomoitu)
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Laadittu kestävyysstrategia, jossa huomioidaan lainsäädäntö • Kustomoitu ERP-ohjelmisto saattaa aiheuttaa haasteita kolmannen osapuolen tarjoaman DPP-järjestelmän käyttöönotossa • Omavaraisen DPP-järjestelmän käyttöönotto ei ole kustannustehokkain tai skaalautuvien ratkaisu
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Jos kustomoitu ERP-ohjelmisto pysyy DPP-linkkinä, on varmistettava, että: ◦ DPP-tiedot tallentuvat tuotekoodin alle ◦ tuote-, tuottaja- ja materiaalitason tietojen päivittäminen olisi automatisoitua • Varautuminen fyysisten tietovälineiden käyttöönottoon • Aikataulujen ja vaatimusten tarkkailu • Markkinoiden seuraaminen DPP-järjestelmien osalta
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Vastuullisuuskommunikaation tehostaminen • Kehityskohteiden huomaaminen

Yritys 5

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Tietoa löytyy melko kattavasti, mutta se on hajautunut eri järjestelmiin • Kaikkea DPP-tietoa ei ole lisätty ERP-järjestelmään • Tietoa on paljon myös sähköpostin liitteinä • Puutteita on erityisesti: energian käyttö, päästölaskenta
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Seuraa regulaation tarkentumista • Valmistelee tuotantoketjua tulevaan • Dokumentoi hiljainen tieto • Pilotoi ja kerää opit • Käynnistä varsinainen käyttöönotto ajoissa
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Ei tunnistettu pilotissa

Yritys 6

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP, Excel
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Materiaali- ja tuotetietokannat ovat ERP-järjestelmässä • Tietokannat ovat kattavia, ajantasaisia ja jäsenneltyjä • ERP mahdollistaa muokattujen syöttökenttien lisäämisen
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Fyysisten tietovälineiden käyttöönotto • Aikataulujen ja vaatimusten tarkkailu • Markkinoiden seuraaminen DPP-järjestelmien osalta
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Tuotekohtaisen tiedon jakaminen samanaikaisesti useissa käytetyn tavaran verkkokaupassa • Personoitujen tuotekohtaisten tietojen, kuten korjaustietojen, lisääminen • Tuotteiden vuokraaminen • Asiakassuhteiden hallinta

Yritys 7

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP, PDM, mediapankki
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• PDM ja ERP sisältävät kattavat materiaali- ja tuotetietokannat • Oma datajärjestelmä on mahdollista päivittää vastamaan DPP-vaatimuksia
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Pilotin ideoiminen ja toteutus • Fyysisten tietovälineiden käyttöönotto • Aikataulujen ja vaatimusten tarkkailu • Markkinoiden seuraaminen DPP-järjestelmien osalta
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Kehityskohteiden huomaaminen isossa tuotemäärässä • Personoitujen tuotekohtaisten tietojen, kuten korjaustietojen, lisääminen • Tuotteiden vuokraaminen ja jälleenmyynti • Asiakassuhteiden hallinta

Yritys 8

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP, Excel, sähköposti, pilvipohjainen yhteistyöalusta
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Tiedot ovat osittain eri järjestelmissä ja erillisissä tiedostoissa • Tiedot materiaalin alkulähteistä eivät ole kattavia • Korjaukseen ja tuotteiden kiertoon on tehty yhteistyötä ja kehityspilotteja
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Tietojen siirtäminen ja tarkentaminen ERP-järjestelmään • DPP-palveluiden kartoitus • CO2-tietojen tarkentaminen
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Tuotteiden kiertoon liittyvät liiketoimintamallit • Korjausdatan tallentaminen

Yritys 9

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP, sähköposti
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Käynnistymässä RFID-pilotti • Tiedot materiaalin alkulähteistä eivät ole kattavia
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Tietojen siirtäminen ja tarkentaminen ERP-järjestelmään • DPP-palveluiden kartoitus • Toimittajayhteistyön syventäminen • Materiaali- ja päästötietojen tarkentaminen
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Kiertotalouspalveluihin liittyvät liiketoimintamahdollisuudet

Yritys 10

Aihe	Pilotin tulos
Millaisia DPP-tietoa sisältäviä IT-järjestelmiä pilotissa tunnistettiin?	• ERP
Mitkä ovat yrityksen tämän hetkiset valmiudet aloittaa DPP:n käyttöönotto?	• Tietoa löytyy melko kattavasti, mutta se on hajautunut eri järjestelmiin • Kaikkea DPP-tietoa ei ole lisätty ERP-järjestelmään • Hiljaista tietoa on paljon • Puutteita on erityisesti: energian käyttö, päästölaskenta, tuotteiden kestävyys
Mitkä ovat seuraavat vaiheet tuotepasseihin valmistautumisessa?	• Seuraa regulaation tarkentumista • Valmistelee tuotantoketjua tulevaan • Dokumentoi hiljainen tieto • Pilotoi ja kerää opit • Käynnistä varsinainen käyttöönotto ajoissa
Mitä mahdollisuuksia DPP voisi luoda?	• Ei tunnistettu pilotissa



Liitteet

Sanasto

Delegoitu asetus

Engl. Delegated act

Delegoitu asetus täydentää lainsäädäntöä.

Tuotepassien tietovaatimukset esitetään delegoiduissa asetuksissa ja ne ovat tuoteryhmäkohtaisia.

Digitaalinen tuotepassi (DPP)

Engl. Digital Product Passport.

DPP on tuotteen digitaalinen tietokuvaus, jossa esitetään tietoa tuotteesta ja sen tuotantoketjusta koko elinkaaren ajalta.

Ekosuunnitteluasetus (ESPR)

Engl. Eco-design for Sustainable Products Regulation.

Asetus, jossa esitetään vaatimus digitaalisesta tuotepassista.

Tietovaatimus

Engl. Information requirement

Tietovaatimukset määritellään tuoteryhmäkohtaisesti ja niissä esitetään vaatimukset sille, mitä tietoa tuotepassissa tulee olla. Tietovaatimukset julkaistaan delegoiduissa asetuksissa.

Tietoväline

Engl. Data carrier

Tietoväline yhdistää digitaalisen tuotepassin fyysiseen tuotteeseen (esim. QR-koodi tai NFC-siru).

Toiminnanohjausjärjestelmä (ERP)

Engl. Enterprise resource planning

Toiminnanohjausjärjestelmä yhdistää tietoja yrityksen liiketoimintaosa-alueista, kuten esim. toimitusketjusta ja varastonhallinnasta.

Tuoteryhmä

Engl. Product group

Tuotepassit ovat tuoteryhmäkohtaisia ja ne otetaan käyttöön tuoteryhmissä, joissa myydään vuosittain yli 200 000 yksittäistä tuotetta.

Tuoteryhmiä ovat esim. tekstiilit, huonekalut, teräs ja alumiini.

Järjestelmävaatimus

Engl. System requirement

Järjestelmävaatimukset liittyvät tuotepassien tekniseen toteutukseen ja ne ovat samat kaikille tuoteryhmille. Järjestelmävaatimukset julkaistaan tuotepassijärjestelmän standardeissa.

Digitaalinen tuotepassi

UKK

Pilottien tulosten ja suositusten ymmärtämisen tueksi alle on koottu keskeisiä kysymyksiä ja vastauksia digitaalisesta tuotepassista.

Mikä on digitaalinen tuotepassi?

Digitaalinen tuotepassi (DPP) on tuotteen digitaalinen tietokuvaus, jossa esitetään tietoa tuotteesta ja sen tuotantoketjusta. Tietoja esitetään muun muassa tuotteen raaka-aineista, ympäristövaikutuksista, korjattavuudesta ja turvallisuudesta. Vaatimus digitaalisesta tuotepassista esitetään **EU:n ekosuunnitteluasetuksessa (ESPR)**.

Tuotepassien tiedot tulevat olemaan saatavilla rajatusti arvoketjun eri toimijoille, kuten tuottajille, viranomaisille ja kuluttajille. Tuotepassi tulee kuluttajille saataville tuotteeseen liitetyn tietovälineen (engl. data carrier) avulla, kuten esimerkiksi QR-koodilla tai NFC-sirulla. Tietovälineen tulee olla sellainen, että kuluttajan on helppo päästä siihen käsiksi esimerkiksi puhelimen avulla. Lisäksi tuotepassi voi myös näkyä tuotteen tuotesivulla, mikä selkeyttää yrityksen vastuullisuusviestintää.

Ketä digitaalinen tuotepassi koskee?

Yksinkertaistettuna tuotepassit koskevat **yrityksiä, jotka myyvät tuotteitaan EU:n alueella**.

Tuotepassin saataville asettaminen on sen vastuulla, joka saattaa tuotteen markkinoille EU-alueella ja **yrityksen koolla ei ole merkitystä**. Yleisesti vastuussa on siis tuotteen tuottaja tai maahantuoja.

Suuri osa fyysistä tuotteista kuuluu sääntelyn piiriin, mutta esimerkiksi elintarvikkeet, lääkkeet ja elävät kasvit on suljettu sen ulkopuolelle. Lisäksi tuotepassit tulevat vain tuotteisiin, jotka tuotetaan sääntelyn astuttua voimaan. Tuotepasseja ei siis tarvitse tehdä tuotteisiin takautuvasti.

Millaisia vaatimuksia tuotepasseille on?

Tuotepassien vaatimukset voidaan jaotella **tietovaatimuksiin ja teknisiin vaatimuksiin**. Tietovaatimukset määritellään tuoteryhmäkohtaisesti ja niissä esitetään vaatimukset sille, mitä tietoa tuotepassissa tulee olla. Tekniset vaatimukset puolestaan liittyvät tuotepassien tekniseen toteutukseen ja ne ovat samat kaikille tuoteryhmille. Sekä tieto- että järjestelmävaatimukset ovat vielä työn alla.

Tietovaatimukset esitetään tuoteryhmäkohtaisissa delegoiduissa asetuksissa. **Tekstiileille delegoidut asetukset julkaistaan näillä näkymin vuoden 2026 aikana**. Delegoitujen asetusten julkaisun jälkeen on selkeää, mitä tietoja tuotepassissa tulee olla ja millä tasolla tieto määritellään. Niissä voidaan tarkentaa esimerkiksi tuleeko tuotepassin olla malli-, erä-, vai tuotekohtainen tai kuinka pitkälle tuotantoketjutietoja täytyy pystyä esittämään.

Teknisiä vaatimuksia työstetään parhaillaan standardointikomiteassa. **Järjestelmän standardit julkaistaan vuoden 2025 loppuun mennessä ja ne ovat samat kaikille tuoteryhmille.** Ekosuunnitteluasetuksen perusteella tiedetään kuitenkin jo ylätasoisesti tuotepassien teknisistä vaatimuksista. Tiedetään esimerkiksi, että tieto tulee olla tallennettuna hajautettuun tietokantaan ja sen tulee olla ajantasaista. Standardeissa otetaan kantaa tarkemmin siihen, millaisella teknisellä ratkaisulla tämä toteutetaan.

Digitaalisille tuotepasseille on tulossa yhteinen **EU:n digitaalinen tuotepassirekisteri**. Tähän rekisteriin liittyvät yrityksen velvollisuudet ovat vielä tarkentumassa.

Mikä on lainsäädännön aikataulu?

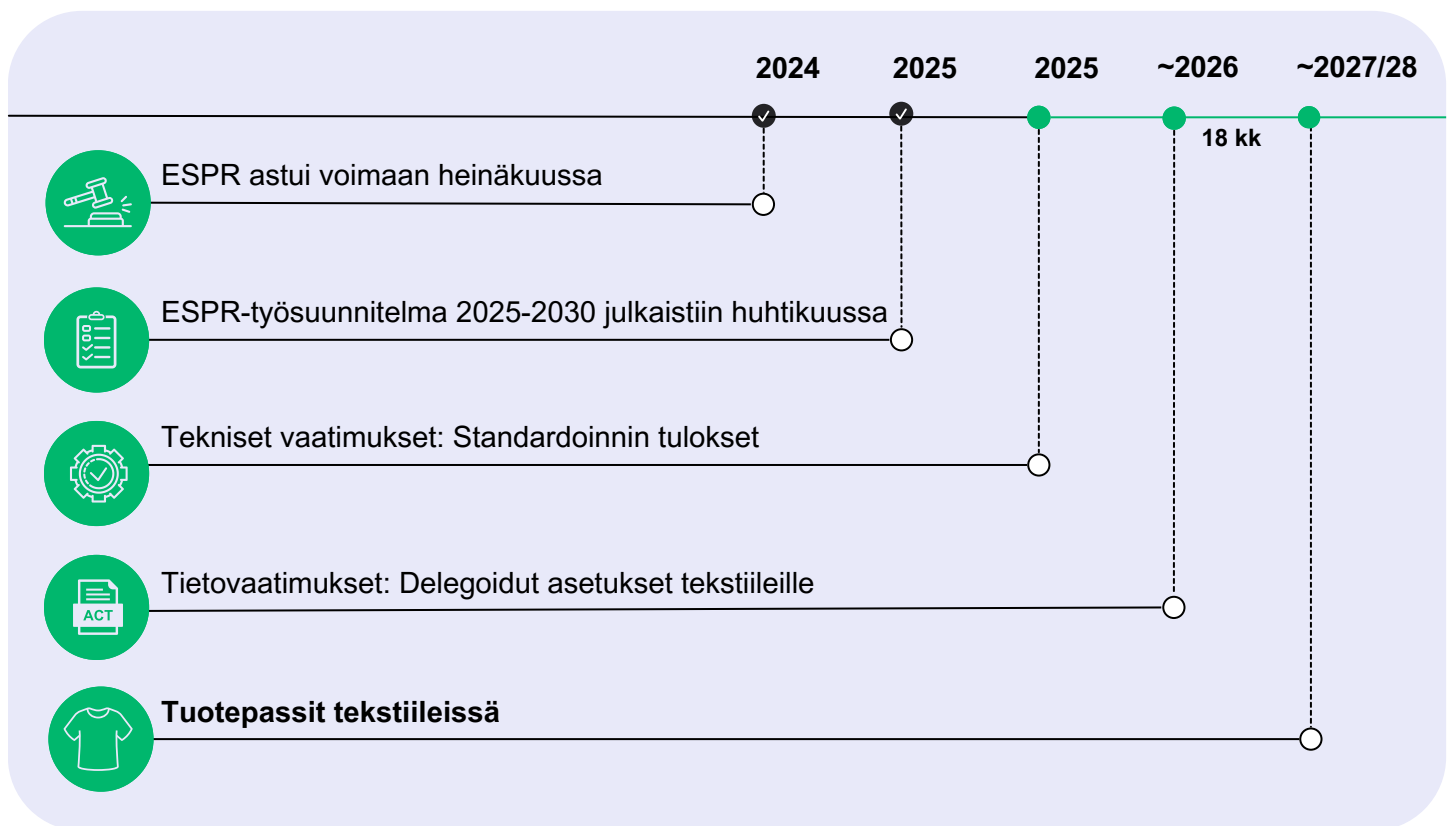
(Ks. kuvaaja seuraavalla sivulla). Tuotepasseja koskeva lainsäädäntö tulee voimaan **vaiheittain ja tuoteryhmäkohtaisesti**. Tuoteryhmät on priorisoitu teknisen analyysin perusteella, johon sisältyi laaja kuulemisprosessi. Kuulemisprosessiin osallistuivat eri sidosryhmät, myös jäsenvaltiot. Tuoteryhmille säädetään delegoidut asetukset, joissa määritellään tarkemmat tietovaatimukset kyseiselle tuoteryhmälle.

Tekstiilit ovat yksi priorisoiduista tuoteryhmistä. Tekstiileiden osalta tunnistettiin suuret mahdollisuudet parantaa tuotteiden käyttöiän pidentämistä, materiaalitehokkuutta ja vähentää vaikutuksia veteen, jätteiden syntyyn, ilmastonmuutokseen ja energiankulutukseen.

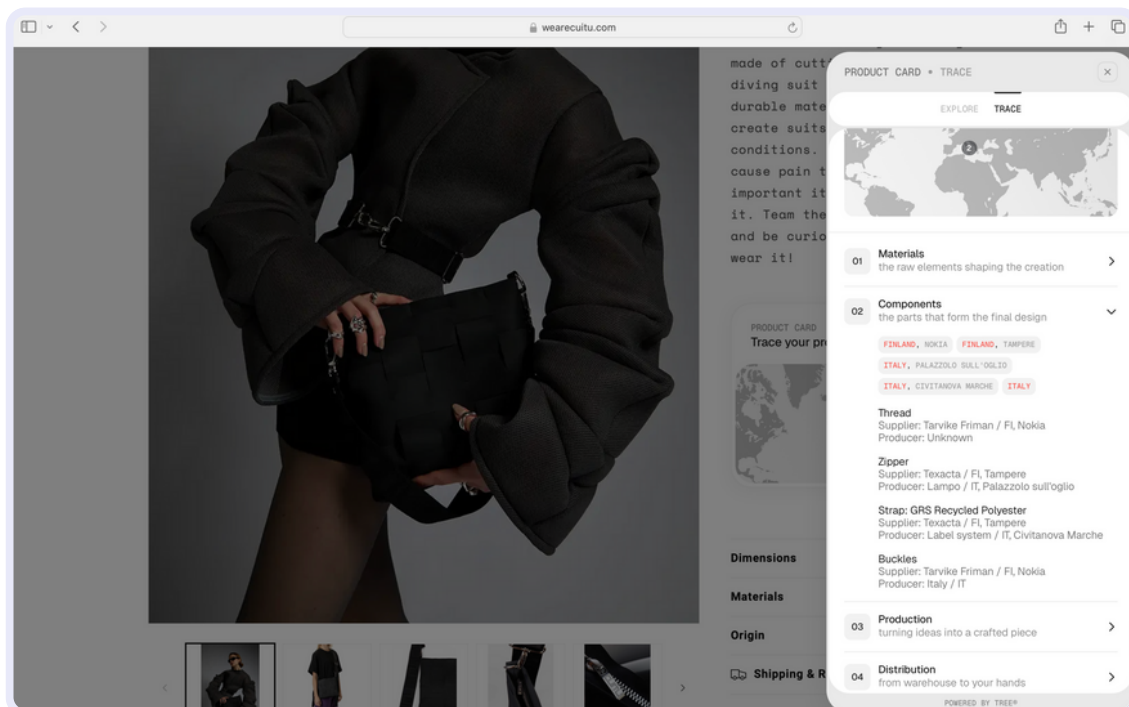
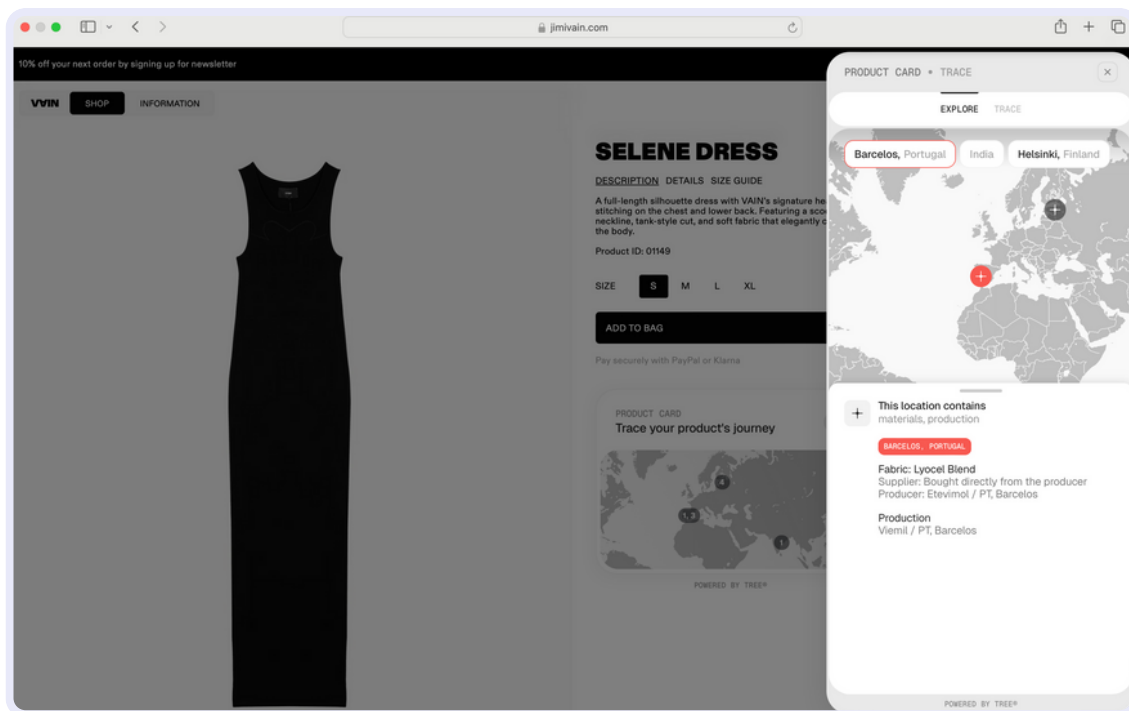
Millaisia mahdollisuuksia digitaalisiin tuotepasseihin liittyy?

Pelkän lain noudattamisen sijaan digitaaliset tuotepassit voi nähdä myös mahdollisuutena luoda **uutta liiketoimintapotentiaalia**. Digitaalisten tuotepassien mahdollistama liiketoiminta voi liittyä esimerkiksi tuotekehityksen tehostamiseen, selkeämpään vastuullisuusviestintään, asiakassuhteiden kehittämiseen tai täysin uusiin ansaintamalleihin tuotedatan jakamisen avulla.

Alla olevassa kuvaajassa esitellään tähän mennessä toteutuneet lainsäädäntöprosessin vaiheet sekä arvio sen tulevasta aikataulusta.



Tuotepassien käyttöliittymät voivat olla erilaisia ja brändin ilmeeseen sopivia. Alla esimerkki Tree-tuotekorttien käyttöliittymästä.





Strgl[®]

Station F, 75013 Pariisi
Complex, 00530 Helsinki

Elli Jaakola, kiertotalouden asiantuntija
+358 50 4330358
elli@tr3e.com

SUOMEN TEKSTIILI & MUOTI

Eteläranta 10, 00130 Helsinki

Marja-Liisa Permikangas, toimitusjohtaja
+358 40 538 4541
marja-liisa.permikangas@stjm.fi

