

## COMUNICATO STAMPA

### Passaporto digitale europeo dei prodotti: efficace se aperto, inclusivo e decentralizzato

Da **EuroCommerce e GS1 in Europe** i **requisiti necessari** per cogliere appieno tutte le potenzialità, in termini di **efficacia, efficienza e sostenibilità, del Digital Product Passport (DPP)** proposto dal Parlamento europeo, che includerà tutti i dati ambientali e materiali relativi al ciclo di vita di ogni prodotto.

*Milano, 7 aprile 2022* – È considerato uno strumento essenziale per raggiungere un'economia rispettosa del clima ed efficiente sotto il profilo delle risorse perché raccoglie tutte le informazioni sull'origine, la composizione e il corretto smaltimento dei prodotti in molti settori, come l'elettronica di consumo, l'arredamento, il fashion, l'edilizia e la chimica: per questo il **Digital Product Passport (DPP)** è stato **inserito dal Parlamento europeo nei documenti strategici** relativi all'attuazione del **Green Deal europeo** e del **Circular Economy Action Plan** (il Piano d'azione per l'economia circolare) dell'Unione europea. Ora lo sviluppo del DPP è nelle mani della **Commissione europea**, che, per renderlo operativo tramite un'apposita normativa, deve identificare le informazioni da memorizzare nel passaporto digitale dei prodotti e standardizzarle.

Ed è in questa fase, particolarmente delicata e determinante per lo sviluppo di questo nuovo strumento, che **EuroCommerce** - la principale organizzazione europea di rappresentanza del settore del commercio - e **GS1 in Europe** - organizzazione non profit dedicata all'implementazione degli standard globali GS1 in diversi settori in Europa, a cui partecipa **GS1 Italy** - hanno elaborato un **joint paper con l'obiettivo di sensibilizzare la Commissione europea sulle caratteristiche, i requisiti e gli standard che dovranno caratterizzare il DPP per assicurarne la completa operatività e la totale affidabilità.**

In questo documento congiunto EuroCommerce e GS1 in Europe chiedono che il DPP venga **progettato per consentire alle aziende e ai consumatori di realizzare scelte e investimenti più "verdi" e sostenibili, sulla base degli standard di dati di prodotto aperti e globali già adottati dalle aziende.**

Infatti, solo con un'adeguata struttura dei dati, il DPP sarà realmente in grado di raggiungere gli obiettivi politici ed economici per cui è stato concepito e di portare vantaggi anche ai consumatori finali, consentendo:

- Il data management dei prodotti sostenibili.
- La condivisione efficiente dei dati di prodotto lungo le supply chain globali.
- L'accessibilità e la portabilità di dati di alta qualità relativi ai prodotti.

**Christel Delberghe, direttore generale di EuroCommerce**, ha affermato: «Siamo lieti di collaborare nuovamente con GS1 su una questione di grande importanza per il successo del Green Deal e dell'economia circolare. Il Passaporto digitale europeo dei prodotti può costituire uno strumento prezioso per le aziende e i consumatori per

fornire dati nell'ambito dell'intera supply chain. Ma è necessario che si adegui alla struttura dei processi e degli standard esistenti, affinché la sua adozione da parte delle aziende e l'utilizzo da parte dei consumatori risulti più semplice, e al contempo è necessario che sia flessibile per poter recepire i nuovi sviluppi in un mercato in rapida evoluzione».

**Gregor Herzog, presidente di GS1 in Europe**, ha dichiarato: «Per GS1 l'iniziativa europea per i prodotti sostenibili è una priorità, e il Passaporto digitale europeo dei prodotti rappresenta una grande opportunità per mostrare la value proposition degli standard GS1, soprattutto alla platea dei retailer. Questo documento congiunto segue il Memorandum d'intesa sottoscritto nel 2019 e mostra le sinergie tra EuroCommerce e GS1 in Europe oltre a una visione condivisa su questioni importanti quali l'interoperabilità e la portabilità dei dati di prodotto».

Per questi motivi, EuroCommerce e GS1 in Europe raccomandano che il Passaporto digitale dei prodotti dell'UE sia:

- **Basato sulle esigenze delle imprese e flessibile.**

Il DPP deve consentire alle aziende di gestire in modo efficiente i dati di prodotto, favorire la circolarità e permettere la condivisione di informazioni rilevanti e mirate sui prodotti tra gli operatori del settore industriale, i consumatori, i fornitori, gli operatori logistici, gli enti preposti al riciclo e altri stakeholder. Come tale, il DPP deve basarsi su una "esigenza di sapere" ed essere abbastanza flessibile da consentire che vengano inclusi i dati richiesti, sia attuali che futuri, in base alle esigenze identificate.

- **Interoperabile, aperto e adeguato alle esigenze future.**

Per consentire l'interoperabilità e la portabilità dei dati, il DPP dovrà basarsi su identificatori del prodotto che siano internazionali e aperti, conformi agli standard ISO. Questo permetterà di identificare il prodotto e di condividerne i dati, in modo equilibrato, intersettoriale e tecnologicamente neutrale, tra tutte le parti coinvolte nella supply chain. Per agevolare l'interoperabilità è necessario garantire la facilità di utilizzo. La circolarità non è limitata ai confini dell'UE e, di conseguenza, stabilire regole di identificazione dei prodotti valide solo per l'Europa costituirebbe un ostacolo alla libera circolazione delle merci. E anche un onere per le aziende, la maggior parte delle quali già applica standard globali nell'ambito delle proprie attività e nei punti vendita. Inoltre, il DPP non dovrebbe generare sistemi di dati chiusi, accessibili solo ad alcuni operatori che utilizzano un'infrastruttura di dati specifica e costosa. Le pratiche di condivisione dei dati e le tecnologie impiegate dovrebbero piuttosto essere basate su identificatori del prodotto internazionali o essere compatibili, affinché le diverse soluzioni digitali risultino aperte e interoperabili. Infine, è fondamentale che il sistema del DPP sia adeguato alle esigenze future e abbia un'infrastruttura che gli consenta di funzionare per lungo tempo, con la possibilità di aggiungere ulteriori caratteristiche, se necessario.

- **Inclusivo e pertinente.**

Per garantire che il DPP sia accessibile a tutti gli operatori lungo la catena del valore, la governance dei dati di prodotto disponibili dovrebbe includere tutti gli stakeholder, con diritti di accesso appropriati e consentendo anche il pubblico accesso ai dati pertinenti richiesti. Ciò consentirebbe di rispettare i diritti di

proprietà industriale e di evitare che i dati e le specifiche dei prodotti portino a un aumento della contraffazione e indeboliscano la competitività.

- **Green.**

Il DPP dovrebbe essere abbastanza flessibile da includere e rendere accessibili dati complessi relativi alla sostenibilità ambientale e sociale, anche per consentire il rispetto di alcune normative UE già esistenti o future. Inoltre, il DPP dovrebbe basarsi su tecnologie sostenibili, evitando, quindi, i sistemi di dati centralizzati che, essendo sofisticati e avendo un elevato consumo energetico, avrebbero un maggiore impatto ambientale rispetto ai benefici green prodotti dallo stesso DPP.

- **Basato su dati richiesti da normative già esistenti.**

EuroCommerce e GS1 in Europe sono pienamente consapevoli degli investimenti effettuati dai propri associati per condividere i dati di prodotto in conformità con le normative dell'UE. Occorre compiere degli sforzi per assicurare che i dati di prodotto esistenti, e quindi già presenti nei database dell'UE, siano inseriti anche nell'architettura dei dati del DPP. Questo eviterebbe la richiesta alle aziende di fornire nuovamente dati di prodotto che sono già disponibili.

- **Decentralizzato.**

EuroCommerce e GS1 in Europe sottolineano che i requisiti del DPP dovrebbero promuovere un sistema decentralizzato di condivisione dei dati. Questo consentirebbe alle aziende di rendere disponibili i dati aggiornati sui prodotti e di fornirli senza costi aggiuntivi. Dal momento che, in molti casi, le aziende sono proprietarie dei dati di prodotto che devono condividere nel DPP, renderli disponibili attraverso una pagina web dedicata, accessibile mediante canali aperti (compresi gli URL), semplificherebbe l'accessibilità e la portabilità dei dati.

- **Coerente.**

La Commissione europea ha in programma di presentare una normativa orizzontale in materia di condivisione dei dati B2B. EuroCommerce e GS1 in Europe evidenziano la necessità di coerenza e uniformità delle politiche, al fine di garantire che la regolamentazione sia presa in considerazione solo laddove sia strettamente necessario, risulti giustificato, dove sia stato identificato un evidente vuoto giuridico e sia stata effettuata una valutazione dei costi.

In conclusione, EuroCommerce e GS1 in Europe sottolineano che il Passaporto digitale europeo dei prodotti è potenzialmente in grado di fornire alle aziende e ai consumatori **le leve per operare scelte e investimenti più "verdi" e sostenibili, ma solo a patto che vengano considerati gli standard di dati di prodotto aperti e globali già adottati dalle aziende.** Inoltre, sottolineano che **i consumatori dovrebbero poter accedere al DPP gratuitamente**, attraverso canali aperti o nei punti vendita.

Il joint paper realizzato da EuroCommerce e GS1 in Europe è consultabile al link: <https://www.gs1.eu/news/eurocommerce-and-gs1-in-europe-together-on-eu-product-passport>.

**EuroCommerce.** EuroCommerce è la principale organizzazione europea che rappresenta il settore del commercio al dettaglio e all'ingrosso, a cui aderiscono associazioni nazionali di 28

paesi e 5 milioni di aziende, che comprendono sia i principali operatori a livello mondiale come Carrefour, Ikea, Metro e Tesco, sia numerose piccole imprese. Il commercio al dettaglio e all'ingrosso rappresenta il collegamento tra produttori e consumatori. Più di un miliardo di volte al giorno, i commercianti al dettaglio e i grossisti distribuiscono beni offrendo un servizio essenziale a milioni di imprese e clienti individuali. Il settore crea un posto di lavoro su sette, offrendo diverse opportunità di carriera a 26 milioni di europei, molti dei quali giovani, oltre a contribuire alla creazione di milioni di altri posti di lavoro lungo la supply chain, a partire dai piccoli fornitori locali fino alle multinazionali. EuroCommerce è il partner europeo riconosciuto per il settore del commercio al dettaglio e all'ingrosso.

<https://www.eurocommerce.eu/>

**GS1 in Europe.** GS1 in Europe è un'organizzazione non profit, neutrale, dedicata all'implementazione degli standard globali GS1, di servizi e di soluzioni per migliorare l'efficienza e la visibilità di prodotti e luoghi a livello internazionale e nei vari settori in Europa. La nostra associazione rappresenta più di 500.000 aziende e raggruppa 49 organizzazioni GS1 nazionali. Riunisce queste aziende intorno allo stesso tavolo e promuove la collaborazione al fine di stabilire regole e standard condivisi. Si adopera affinché le aziende possano migliorare la propria efficienza, la sicurezza e la sostenibilità.

<https://www.gs1.eu/>

\*\*\*

#### **Per informazioni:**

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione

Alessandra Perrucchini - Tel. 3404212323

Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334

email: [nuagecomunicazione@libero.it](mailto:nuagecomunicazione@libero.it)

Pressroom e approfondimenti: <https://gs1it.org/chi-siamo/pressroom/>

**GS1 Italy.** A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 35 mila imprese dei settori largo consumo, sanitario, bancario, della pubblica amministrazione e della logistica. I sistemi standard GS1, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione semplificano e accelerano il processo della trasformazione digitale delle imprese e della supply chain, perché permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili.

web: [gs1it.org](http://gs1it.org) - [tendenzeonline.info](http://tendenzeonline.info)

twitter: [@GS1Italy](https://twitter.com/GS1Italy) - [@tendenzeonline](https://twitter.com/tendenzeonline)

facebook: [@GS1Italy](https://facebook.com/GS1Italy)

instagram: [@GS1Italy](https://instagram.com/GS1Italy)

linkedin: [@GS1Italy](https://linkedin.com/company/GS1Italy)