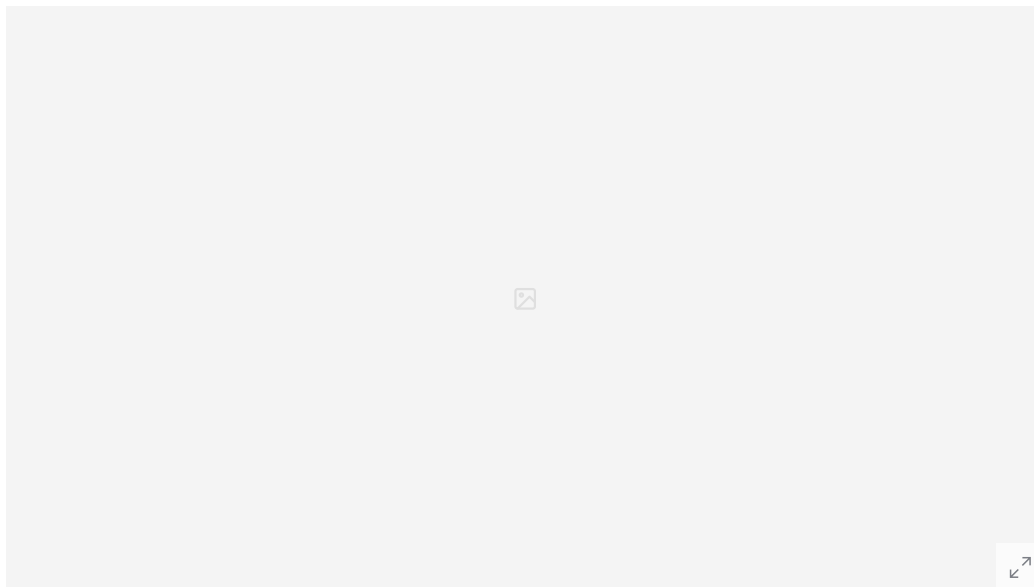


Nu ska alla prylar få sitt eget pass – här är branscherna som kommer först

Publicerad: 26 november 2025, 09:29

★ För dig som är prenumerant



Varje produkt ska bära med sig verifierbar information genom hela sin livscykel – om allt från råvaror och tillverkning till användning, reparation och återvinning.

Foto: Mattias de Frumerie

De nya EU-kraven på digitala produktpass ska ge såväl konsumenter som företag tillgång till verifierad information om varje produkts resa, från råvara till återvinning. "Det här gör det möjligt att spåra och förstå värdekedjan på ett helt nytt sätt", säger Sophie Charpentier på Chalmers Industriteknik. Det skriver Dagens industri.

Ämnen i artikeln: [EU:s gröna giv](#) | [EU-veckan](#) | [Juridik](#)

PL Per-Olof Lindsten
per-olof.lindsten@di.se

Digitala produktpass, DPP, är på väg att bli en central del av EU:s omställning mot mer cirkulära värdekedjor. I korthet handlar det om att varje produkt ska bära med sig strukturerad och verifierbar information genom hela sin livscykel – information om allt från råvaror och tillverkning till användning, reparation och återvinning, och som läses av med en QR-kod eller via så kallad RfID.

Batterier och textil först ut

— Jag brukar säga att DPP är som en digital tvilling, ett system som lagrar information om produkten på ett sätt som gör den spårbar från början till slut,

säger Sophie Charpentier, expert inom cirkulär ekonomi på Chalmers Industriteknik.

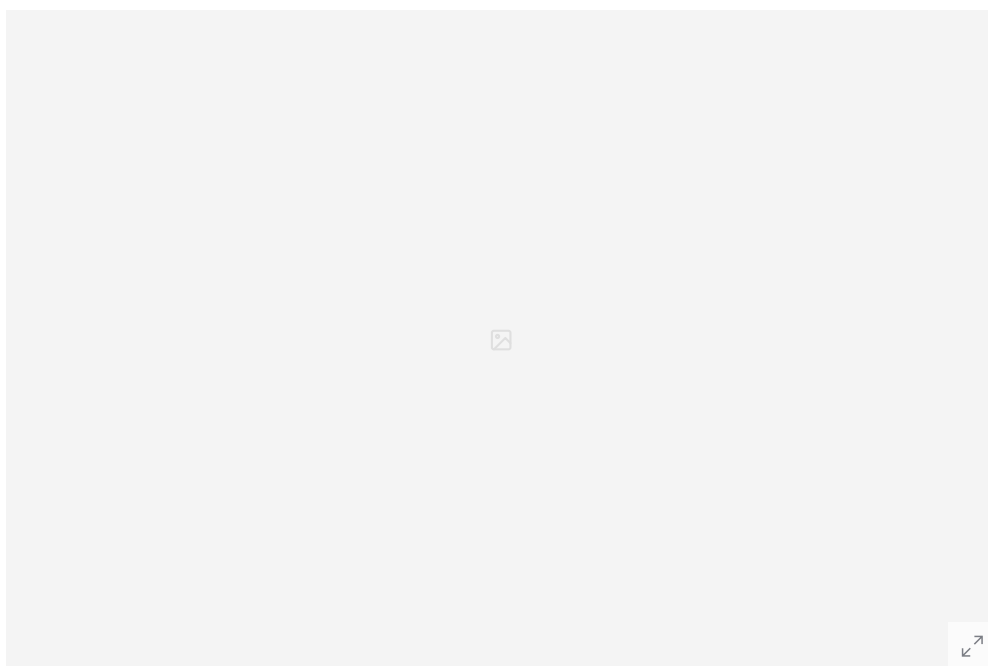
Arbetet grundar sig i EU:s nya ekodesignförordning och ska införas stegvis i olika branscher. Först ut ligger bland annat batterier, textilier och möbler, därefter väntas fler produktkategorier successivt omfattas.

Exakt vilka datakrav som kommer att gälla är ännu inte helt fastställt, men det står klart att vissa grunduppgifter kommer att krävas oavsett bransch, som tillverkare, materialinnehåll, produktionsdatum och garantier. Därutöver kan kategorispecifik information tillkomma, exempelvis kemiskt innehåll, reparerbarhet eller klimatpåverkan.

Läs mer: [Analys: Då börjar EU-lagen som kan revolutionera textilbranschen gälla](#)

Fokus på hur företag kan synliggöra värdekedjor

— Från början pratade man mycket om att kunden ska kunna göra mer medvetna val. Den ambitionen finns kvar, men nu ligger fokus i högre grad på hur företagen kan effektivisera sina värdekedjor och få bättre koll på vilka resurser som faktiskt cirkulerar genom deras produktion, berättar Sophie Charpentier.



Textilier, möbler och batterier blir först ut när EU:s produktpass kör i gång.

Foto: Mattias de Frumerie

För företagen kan tillgången till data påverka hur produkter designas och tillverkas. Mer detaljerad kunskap om vilka komponenter som slits först kan driva fram mer modulära och reparerbara konstruktioner. Samtidigt öppnas möjligheter för nya affärsmodeller, exempelvis uthyrning eller återtagstjänster i stället för ren försäljning.

När företag får bättre spårbarhet kan de skapa värde även efter första användningen

— När företag får bättre spårbarhet kan de skapa värde även efter första användningen. I komplexa produkter finns delar som fortfarande har högt värde när produkten skrotas. Om du vet var värdet finns, kan du också fånga det, säger Sophie Charpentier.

Utmaning påverka beteendeförändring

För konsumenterna kan effekterna bli gradvisa. På kort sikt är det inte givet att mer information automatiskt leder till beteendeförändring. Här blir presentationen, lite av en pedagogisk utmaning, avgörande.

— Jämför med energimärkningen vi har på våra vitvaror, A, B, C, D och så vidare. Den fungerar eftersom den är enkel att förstå. Om DPP ska påverka konsumentval behöver informationen också kokas ner till något begripligt och relevant.



Sophie Charpentier på Chalmers Industriteknik.

Foto: Emmy Jonsson

Mognadsgraden och förberedelserna i näringslivet inför de digitala produktpassen varierar stort. Många företag befinner sig fortfarande i uppstartsfas medan några branscher har börjat testa demonstratorer och pilotprojekt.

— Det här kommer att bli digitalt hela vägen. Företag med låg digitaliseringsgrad har till en början ett viktigt förarbete framför sig, säger Sophie Charpentier.

Hon rekommenderar företag att börja med att kartlägga vilken data de redan har,

vad som saknas och att tydligt utse en ansvarig internt.

Branschorganisationerna kan också spela en nyckelroll för att samordna tolkningar och standarder.

Ett annat viktigt inslag med digitala produktpass blir att samma produkt kan bära olika information för olika mottagare. Återvinnare, tillsynsmyndigheter och konsumenter kommer inte att behöva se samma sak.

— Det kommer inte att handla om ett enda pass som alla får titta i, utan om kontrollerade nivåer av tillgång till data, förklarar Sophie Charpentier.

Så funkar digitala produktpass

Standardiserade digitala filer som samlar information om bland annat produkters material, ursprung, kemikalieinnehåll, reparation och återvinning. De ska följa produkten genom hela dess livscykel och vara tillgängliga via exempelvis en QR-kod. Syftet är att möjliggöra spårbarhet, cirkulära flöden och mer informerade val för både konsumenter och företag. Sektorer och produktkategorier som kommer att omfattas av digitala produktpass i en stegvis första fas, 2026-2029: Batterier (fordons- och industriella batterier)

Kläder och textilier

Möbler

Järn och stål

Aluminium

Däck

Elektronik

Artikeln har också publicerats hos [Dagens industri](#) och Aktuell Hållbarhet ingår båda i Bonnier News Business.