



Il Cruscotto DPP

Costruire il Futuro dei Prodotti

a cura di:

Marco Cassinera

Premessa

Costruire il Futuro dei Prodotti

Viviamo in un'epoca in cui il valore dei prodotti non si misura più solo dalla loro qualità o dal loro prezzo, ma dalla storia che raccontano, dalla responsabilità che incarnano, dalla trasparenza che garantiscono.

La transizione ecologica e digitale è una realtà che ridisegna il modo in cui concepiamo, produciamo, utilizziamo e rigeneriamo ciò che ci circonda.

In questo scenario, nasce una nuova esigenza, quella di dare ai prodotti una voce, una traccia digitale capace di raccontarne l'identità, i percorsi, gli impatti.

Questa esigenza prende forma concreta nel Digital Product Passport (DPP): uno strumento che rende visibile l'invisibile, che lega i prodotti alle loro storie, che connette imprese, consumatori e società attorno a valori condivisi di sostenibilità, innovazione e fiducia.

Tuttavia, il DPP non è un semplice adempimento tecnologico/normativo ma è un cambiamento di paradigma che richiede visione e metodo.

Il Cruscotto DPP nasce dalla ricerca di un modello strategico che, aiutando a governare la complessità del DPP, permetta di trasformare l'obbligo in opportunità.

Se il DPP è uno strumento digitale che accompagna un prodotto durante tutto il suo ciclo di vita, con dati su origine, composizione, riparabilità, riciclo, ecc., il cruscotto allora ne è la mappa strategica dell'ecosistema.

Una mappa articolata composta da 5 elementi fondamentali che sono le norme, cioè il quadro legislativo e regolamentare, la tecnologia ovvero l'infrastruttura tecnica per dare fisico al DPP, i dati che garantiscono l'interoperabilità, l'ecodesign per la progettazione sostenibile dei prodotti e infine l'Info-comunicazione che s'interessa di come i dati del DPP vengono comunicati agli utenti e stakeholders. Questi 5 elementi interagiscono quindi per rendere il DPP utilizzabile e soprattutto utile alle imprese.

Ma partiamo dall'inizio.

Che cos'è il Digital Product Passport (DPP)

La transizione ecologica e digitale dell'economia richiede strumenti innovativi per garantire trasparenza, sostenibilità e competitività lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti. In questo contesto si inserisce **il Digital Product Passport (DPP) o passaporto digitale del prodotto, uno strumento digitale che raccoglie e rende accessibili informazioni dettagliate su un prodotto e sulla sua intera catena del valore, dalla produzione fino alla fine del suo ciclo di vita.**

Obiettivo del DPP è quello di fornire trasparenza e tracciabilità sulle caratteristiche di sostenibilità, l'origine, i materiali utilizzati, la riparabilità, la riciclabilità e l'impatto ambientale di un prodotto.

Il Contenuto è fatto di informazioni che possono includere dettagli sui materiali, la loro provenienza, l'impatto ambientale, il processo produttivo, i consigli per la manutenzione e la riparazione e le indicazioni per lo smaltimento o il riciclo.

Naturalmente le informazioni contenute nel DPP devono essere accessibili e questo è possibile con l'utilizzo di un codice QR, un chip NFC o un tag RFID apposti sul prodotto, sulla confezione o sulla documentazione che lo accompagna.

Poichè il DPP è un'iniziativa dell'Unione Europea, prevista dal Regolamento sull'Ecodesign per i Prodotti Sostenibili (ESPR), i tempi di implementazione saranno gradualmente per diverse categorie di prodotti.

L'introduzione del DPP prevede una serie di benefici, differenti per fruitori/utilizzatori. In particolare per i consumatori/utilizzatori finali permette di fare scelte d'acquisto più informate, consapevoli e sostenibili, avendo facilità di accesso a dati sull'impatto ambientale e sulla durabilità dei prodotti.

Per le aziende i benefici sono nel miglioramento della gestione della catena di fornitura, nell'ottimizzazione dei processi produttivi e nella riduzione dei costi legati agli sprechi. Inoltre permette di aumentare la fiducia dei consumatori e di offrire nuove opportunità di business legate in particolare alla sostenibilità e all'economia circolare. Infine ci sono benefici anche per l'ambiente perché con le sue regole promuove l'economia circolare, facilita il riuso e il riciclaggio dei prodotti, riduce la produzione di rifiuti e l'impatto ambientale nel suo complesso.

Inizialmente il DPP riguarderà diverse categorie di prodotti tra cui: tessili e calzature, mobili, pneumatici, detersivi, vernici, lubrificanti, cosmetici, giocattoli, prodotti assorbenti per l'igiene, ferro e acciaio, alluminio, plastica e prodotti chimici.

In sintesi, il DPP è uno strumento chiave per promuovere la sostenibilità, la trasparenza e l'economia circolare, fornendo informazioni complete sul ciclo di vita dei prodotti a tutti gli attori coinvolti. In tal senso è orientato a supportare imprese, consumatori e autorità nel prendere decisioni più informate e sostenibili.

L'implementazione efficace del Digital Product Passport (DPP) richiede un approccio strategico che tenga in considerazione diverse componenti, fondamentali e interconnesse: normativa, tecnologia, dati, ecodesign e info-comunicazione. Questo richiede una visione a lungo termine, investimenti mirati e una forte collaborazione interna ed esterna.

In sintesi, **la funzione del DPP è quella di fornire una carta d'identità digitale completa per ogni prodotto, con un focus particolare sulla sua sostenibilità, tracciabilità e circolarità.** I dettagli specifici delle informazioni richieste saranno definiti nei regolamenti attuativi per le diverse categorie di prodotti.

È importante monitorare gli sviluppi normativi per comprendere appieno quali informazioni saranno obbligatorie per i propri prodotti.

Le informazioni che devono essere contenute in un Digital Product Passport (DPP) sono ancora in fase di definizione da parte dell'Unione Europea, in quanto dipendono dalla singola specifica categoria di prodotto a cui si riferisce. Tuttavia, il Regolamento sull'Ecodesign per i Prodotti Sostenibili (ESPR: Reg. (UE) 2024/1781 del 13 giugno 2024) delinea i principi generali e le aree di informazione che il DPP dovrà coprire.

In generale, quindi, un DPP dovrebbe fornire informazioni dettagliate e accessibili su un prodotto, coprendo l'intero suo ciclo di vita.

Queste sono **le principali categorie di informazioni** che un DPP dovrebbe contenere:

1. Identificativo unico del prodotto: un codice univoco che permette di identificare in modo preciso il prodotto (es. numero di serie, codice prodotto), oltre ad informazioni di base sul prodotto come modello, marca.

2. L'elenco dei materiali utilizzati, inclusa la loro origine (ove rilevante) e la presenza di sostanze pericolose. La durabilità e riparabilità, la disponibilità di pezzi di ricambio e le istruzioni per la riparazione. Informazioni sulla riciclabilità dei materiali e dei componenti, istruzioni per lo smontaggio e la separazione dei materiali per il riciclo con la percentuale

di materiale riciclato utilizzato nella produzione del prodotto. Infine le informazioni sull'impatto ambientale del prodotto durante il suo ciclo di vita (es. emissioni di carbonio).

3. Istruzioni per l'uso, la manutenzione, lo smaltimento, il riuso e la rigenerazione. Dai manuali d'uso per un utilizzo corretto e sicuro del prodotto con indicazioni per la manutenzione ordinaria e straordinaria per prolungare la vita del prodotto alle informazioni sull'efficienza energetica.

4. Informazioni sulla tracciabilità, come il luogo e la data di fabbricazione del prodotto, la catena di fornitura, la conformità alle normative e agli standard applicabili.

Naturalmente sono fondamentali l'accessibilità, l'aggiornabilità, l'affidabilità e la verificabilità delle informazioni contenute nel DPP e il considerare il contesto normativo del DPP.

In particolare quello costituito dal Regolamento sull'Ecodesign per i Prodotti Sostenibili (ESPR), gli ambiti di applicazione obbligatori, i requisiti delle informazioni e del formato (standard), l'accesso ai dati e la privacy, le conformità ai requisiti e gli aspetti di proprietà intellettuale e riservatezza.

Senza volersi dilungare sul contenuto tecnico e giuridico dell'ESPR, che oltretutto dovrà essere integrato da numerosi atti delegati della Commissione, vale qui la pena ricordare alcuni aspetti legali.

Innanzitutto tra gli obiettivi dell'ESPR, come previsti all'art. 1, ci sono quelli di istituire da una parte un quadro per la definizione di requisiti di progettazione ecocompatibile che i prodotti devono rispettare per essere immessi sul mercato o messi in servizio e dall'altra parte un passaporto digitale di prodotto (senza il quale i prodotti non potranno essere immessi nel mercato: art. 9) nonché stabilire un quadro per evitare la distruzione dei prodotti di consumo invenduti.

Non si applica però agli alimenti, ai mangimi, alle piante, agli animali, a certi veicoli, ai medicinali.

L'art. 3 stabilisce che i prodotti coinvolti dovranno essere messi a disposizione e forniti per l'uso solo se conformi ai requisiti di progettazione ecocompatibile applicabili a tali prodotti, così come definiti negli atti delegati adottati a norma dell'art. 4.

L'art. 5 contiene un riferimento ai requisiti di progettazione ecocompatibile che gli atti delegati dovranno tenere in considerazione: durabilità, affidabilità, riutilizzabilità, possibilità di miglioramento, riparabilità, possibilità di manutenzione e ricondizionamento, presenza di sostanze che destano preoccupazione, consumo di energia e efficienza

energetica, uso dell'acqua e efficienza idrica, uso di risorse ed efficienza delle risorse, contenuto del riciclato, possibilità di rifabbricazione, riciclabilità, possibilità di recupero materiali, impatti ambientali e produzione di rifiuti.

L'ESPR affronta anche il rilevante tema degli obblighi di informazione sul passaporto digitale, su cui parimenti interverranno gli atti delegati, relativi a prestazioni (riparabilità, durabilità, impronta ambientale), installazione, uso, manutenzione, riparazione (art. 7). I requisiti del passaporto digitale a) assicureranno che i soggetti nella catena del valore possano accedere facilmente alle informazioni sui prodotti di loro interesse e comprenderle facilmente; b) faciliteranno la verifica della conformità del prodotto da parte delle autorità nazionali competenti; c) miglioreranno la tracciabilità dei prodotti lungo la catena del valore (art. 9).

L'all. III del Regolamento contiene i dati fondamentali che devono essere inseriti. Tra questi ricordiamo i codici prodotto, la dichiarazione di conformità, la documentazione tecnica o i certificati di conformità; i manuali utente, istruzioni, avvertenze o informazioni sulla sicurezza, informazioni concernenti il fabbricante, identificativi univoci dell'operatore diversi da quello del fabbricante; identificativi univoci del sito; informazioni concernenti l'importatore, il riferimento del fornitore di servizi di passaporto digitale.

Gli artt. 16 e 17 affrontano il tema importante delle etichette e agli artt. 23-26 vengono introdotte regole e principi per la distruzione dei prodotti invenduti, con la precisazione che dal 19 luglio 2026, sarà vietata la distruzione dei prodotti di consumo invenduti elencati all'allegato VII del Regolamento: questo divieto non riguarderà le piccole e microimprese e si applicherà alle medie dal luglio 2030.

L'ESPR introduce poi stringenti obblighi per singole categorie di operatori economici (fabbricanti, mandatari, importatori, distributori, rivenditori, fornitori dei servizi di logistica, fornitori di mercati on line e di motori di ricerca on line: artt. 27-38).

Vale la pena ricordare che, per quanto l'ESPR non si applichi ad alimenti e bevande, esso trova applicazione per qualunque prodotto qualora le previsioni e i doveri di cui al DPP potrebbero intrecciarsi con quelle di cui al Regolamento Deforestazione (EUDR 1115/2023) che si applica alle materie prime del legname e della gomma e ad alcuni prodotti derivati.

A questo proposito, si ritiene possibile che le numerose informazioni che operatori e commercianti sono tenuti ad acquisire in tema deforestazione onde pervenire a un'adeguata due diligence possano intrecciarsi con quelle imposte ai fini del DPP e che il DPP possa diventare uno strumento di messa a disposizione anche di queste informazioni. Si osserva tra l'altro che i prodotti "mobilio" (che spesso ha il legno come

materia prima) e pneumatici (indicati come prodotto rilevante nell'all. I dell'EUDR) sono indicati come una priorità dall'art. 18 dell'ESPR per il **Piano di lavoro della Commissione** e quest'ultimo, pubblicato il 16 aprile 2025, ha confermato questa priorità.

Il Digital Product Passport sarà fondamentale a partire dal 2026. Sebbene l'ESPR sia entrato in vigore nel 2024, l'obbligatorietà del DPP inizierà a concretizzarsi per le prime specifiche categorie di prodotti a partire dal 2026. Con il passare del tempo, è previsto che l'ambito di applicazione del DPP si estenda a un numero sempre maggiore di categorie di prodotti.

In tal senso diventa **importante il tema della governance del Digital Product Passport** che è cruciale per garantirne l'efficacia, l'affidabilità, la sicurezza e la sostenibilità nel lungo termine. La governance si riferisce all'insieme di regole, processi, responsabilità e meccanismi che definiscono come il DPP viene gestito, sviluppato, mantenuto e utilizzato da tutti gli attori coinvolti.

Quando si affronta la governance del DPP i principali aspetti da considerare sono: la definizione dei ruoli e delle responsabilità, i fattori di standardizzazione e interoperabilità dei dati per le diverse categorie di prodotti, i formati digitali accettati per il DPP e i meccanismi di identificazione (es. codici QR, NFC, RFID) per garantire la leggibilità e l'accessibilità delle informazioni, e naturalmente la qualità e l'affidabilità con sistemi di validazione, infine la responsabilità e il ciclo di vita dei dati, ovviamente la sicurezza, la protezione, l'usabilità e l'accessibilità.

La governance del DPP è, quindi, un tema complesso che richiede una chiara definizione di ruoli, responsabilità, standard tecnici e normativi. Un sistema di governance ben strutturato è essenziale per garantire che il DPP raggiunga i suoi obiettivi di trasparenza, sostenibilità e promozione dell'economia circolare, creando fiducia tra tutti gli attori coinvolti. È probabile che l'Unione Europea continuerà a sviluppare e affinare gli aspetti di governance del DPP attraverso atti delegati e linee guida specifiche.

Perché serve un ecosistema per il DPP?

Il DPP non è un semplice strumento tecnologico. In realtà è il risultato di un sistema articolato che coinvolge regole, dati, processi produttivi e comunicazione. Solo se questi elementi lavorano insieme possiamo garantire un'adozione diffusa ed efficace del passaporto digitale.

L'implementazione del DPP non significa solamente sviluppare una piattaforma tecnologica di raccolta dati, ma è necessario creare un ecosistema integrato, in cui normative, tecnologie, processi di progettazione, gestione dei dati e strategie di informazione e comunicazione si armonizzano in una visione comune.

In questo contesto nasce l'idea del Cruscotto DPP: un modello concettuale e operativo che aiuta imprese, enti e stakeholder a visualizzare, comprendere e gestire i diversi elementi che concorrono all'efficienza del DPP.

Il Cruscotto non si limita a mappare le componenti necessarie ma ne evidenzia le interconnessioni, ne sottolinea il peso strategico e fornisce una guida sistemica per affrontare in modo consapevole e coordinato il percorso di adozione del DPP stesso.

Si tratta quindi di un approccio complessivo e dinamico dove elementi diversi sono mutuamente interdipendenti e si influenzano reciprocamente.

In tal senso il **Cruscotto DPP diventa quindi uno strumento strategico per orientare le imprese nella progettazione** e adozione del DPP, per facilitare decisioni integrate e per trasformare un obbligo normativo in una leva di innovazione, competitività e sostenibilità.

Non basta "fare" il DPP ma occorre progettare strategicamente, prevedendo non solo la raccolta delle informazioni ma anche l'infrastruttura tecnologica, l'aderenza normativa, il disegno di prodotto e la comunicazione al mercato.

È qui che nasce il concetto di Cruscotto DPP.

L'idea del Cruscotto DPP

Come accennato, la sola implementazione tecnica del DPP non è sufficiente per garantirne l'efficacia e per questo è necessario un approccio strategico che consideri l'intero ecosistema del DPP come un insieme integrato di componenti che interagiscono.

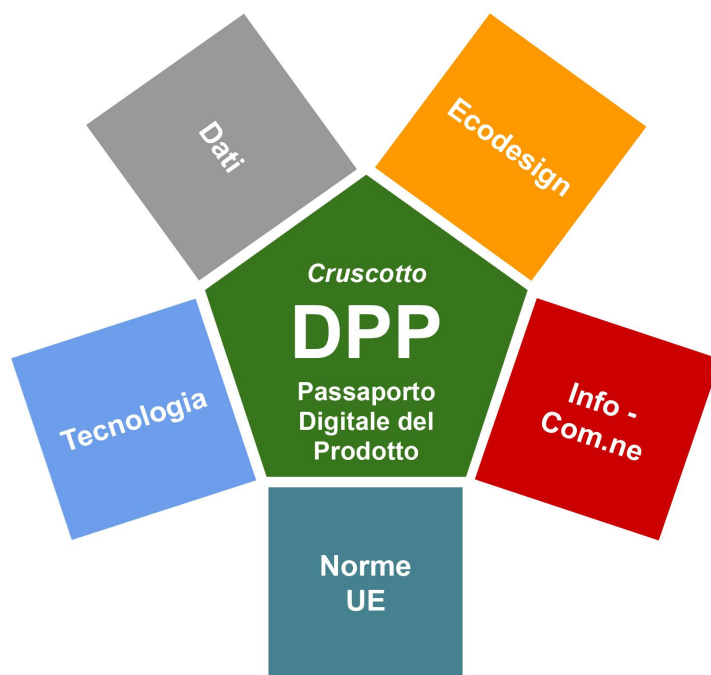
Da questa esigenza nasce l'idea del Cruscotto DPP inteso come una mappa concettuale e operativa che permette di comprendere, progettare e gestire l'implementazione del DPP a livello d'impresa.

Il Cruscotto si articola in cinque componenti chiave:

Norme, Tecnologia, Dati, Ecodesign e Info-Comunicazione

ciascuno dei quali rappresenta un asse critico di progettazione e implementazione del DPP.

Ogni componente è interconnesso agli altri: le norme definiscono i dati, i dati richiedono tecnologia, la tecnologia supporta l'ecodesign, l'ecodesign valorizza la info-comunicazione, e la info-comunicazione restituisce valore strategico all'intero ecosistema.



I 5 componenti del Cruscotto DPP

☐ Le Norme

Il primo componente del Cruscotto riguarda l'ambito normativo. Le norme rappresentano la cornice istituzionale e forniscono l'inquadramento legale e tecnico entro cui il DPP deve essere costruito e gestito.

Oltre ai requisiti minimi, sono indicati i criteri di standardizzazione, tracciabilità e conformità che devono essere integrati fin dalle prime fasi della progettazione. A livello europeo, regolamenti come l'ESPR stabiliscono obblighi di informazione sulla sostenibilità, la trasparenza e la tracciabilità dei prodotti.

La standardizzazione è cruciale per garantire coerenza, interoperabilità e fiducia tra gli attori della filiera e quindi le norme specificano quali dati devono essere raccolti, in quale formato, con quali requisiti di aggiornamento e interoperabilità. Standard internazionali e settoriali aggiungono ulteriori livelli di complessità (es. ISO, IEC, linee guida di settore).

Un approccio strategico significa comprendere a fondo il quadro normativo attuale e futuro a livello europeo e nazionale. In particolare il Regolamento sull'Ecodesign per i Prodotti Sostenibili (ESPR) e le sue evoluzioni, nonché altre direttive e regolamenti pertinenti (es. sulla tracciabilità, la sicurezza dei prodotti, la gestione dei rifiuti).

☐ La Tecnologia

La tecnologia costituisce l'infrastruttura operativa, il motore del DPP. Va sottolineato come senza una infrastruttura tecnologica adeguata il DPP non può esistere né funzionare.

E' necessario quindi comprendere le piattaforme digitali, i sistemi Cloud o decentralizzati (come la Blockchain) per ospitare i dati in modo sicuro, accessibile e aggiornabile, gli standard di interoperabilità come le API e i formati dati comuni per permettere lo scambio efficiente tra sistemi diversi lungo la filiera.

Naturalmente, nella gestione delle informazioni del DPP vanno considerate le soluzioni di Cybersecurity per garantire la sicurezza e la continuità dei dati e il rispetto delle normative sulla Privacy (es. GDPR) nonché le tecnologie di tracciamento come QR code, RFID, IoT che collegano il prodotto fisico al suo gemello digitale.

La scelta e l'adozione della tecnologia adeguata deve essere guidata da una visione strategica, orientata alla scalabilità, alla sicurezza e alla semplicità d'uso.

□ I Dati

I dati sono il cuore pulsante del DPP. La loro qualità e aggiornabilità condizionano l'intera capacità del DPP di generare valore lungo tutta la filiera del prodotto. Servono dati affidabili, aggiornati e interoperabili che raccontino la storia del prodotto lungo il suo intero ciclo di vita. La qualità dei dati determina la reale utilità e credibilità del passaporto digitale.

L'approccio strategico consiste nel definire quali dati raccogliere, come raccoglierli (lungo l'intera catena del valore), come garantirne l'accuratezza, l'affidabilità e la qualità e come strutturarli in modo efficace per il DPP. I dati del DPP servono per migliorare i processi interni (ecodesign, produzione, logistica), per comunicare in modo trasparente con i consumatori e per identificare nuove opportunità di business.

I dati, in quanto contenuto che dà valore e senso all'infrastruttura, devono rispettare i criteri di qualità come l'accuratezza, la completezza, l'aggiornamento e la coerenza. Inoltre le tipologie di dati e soprattutto la governance dei dati, richiedono una chiara definizione di ruoli e responsabilità lungo la catena del valore nella loro generazione, aggiornamento e gestione.

□ L'Ecodesign

Il DPP deve dialogare con l'ecodesign, influenzando e venendo influenzato dai principi di progettazione sostenibile. Questo perché integrare i principi del DPP già nella fase di design facilita la creazione di prodotti in linea con una visione futura.

Oggi progettare prodotti non può prescindere dal pensare alla riparabilità, alla durabilità e al riciclo e quindi generando fin dall'inizio dati significativi per il DPP. L'approccio 'design for sustainability' diventa quindi un requisito competitivo (Design for recyclability, Design for durability e Life Cycle Assessment - LCA), e progettare un prodotto "DPP-ready" significa progettare pensando fin dall'inizio alla raccolta, gestione e comunicazione delle informazioni richieste. Integrare l'ecodesign nel DPP trasforma la progettazione da esercizio tecnico a leva strategica di innovazione e brand positioning.

Un approccio strategico consiste quindi nell'integrare i principi dell'ecodesign fin dalle prime fasi di progettazione del prodotto, tenendo conto dei requisiti informativi richiesti dal

DPP. Con la conseguenza di progettare prodotti più duraturi, riparabili, riciclabili e con un minore impatto ambientale e che soddisfino le esigenze dei consumatori.

E questo in linea con l'innovazione sostenibile che prevede di utilizzare l'ecodesign come motore per l'innovazione, sviluppando prodotti.

□ L'Info-Comunicazione

La comunicazione efficace dei dati del DPP verso imprese, consumatori e stakeholders è fondamentale per la sua accettazione e diffusione. Info-comunicazione significa accessibilità, trasparenza e coinvolgimento.

Non basta infatti raccogliere dati ma è fondamentale comunicarli in modo efficace. Info-comunicazione significa rendere accessibili le informazioni del DPP ai diversi stakeholder come imprese, consumatori, autorità di regolamentazione, partner commerciali, ecc., attraverso strumenti tecnologici e intuitivi come QR code, etichette digitali, app e piattaforme online.

Le implicazioni di un approccio strategico consistono nell'utilizzare il DPP come strumento per educare e coinvolgere i consumatori nelle scelte di consumo sostenibile, fornendo informazioni accessibili, chiare, trasparenti e credibili e per questo si può pensare di integrare il DPP nelle strategie di marketing per valorizzare gli aspetti di sostenibilità dei prodotti, per aumentare la fiducia e rafforzare la fedeltà dei clienti, oltre a creare vantaggi reputazionali per il brand.

Una strategia di info-comunicazione ben progettata amplifica il valore strategico del DPP, trasformandolo da "compliance tool" a strumento di marketing relazionale.

Vantaggi e opportunità dell'applicazione del Cruscotto DPP

Guardare al DPP attraverso il Cruscotto non è solo una risposta alle nuove sfide normative ma significa trasformare un obbligo in opportunità e offre vantaggi strategici che consentono alle imprese di anticipare il futuro della sostenibilità, della digitalizzazione e della competitività industriale.

Il Cruscotto permette di superare la frammentazione delle iniziative e di integrare in un'unica visione strategica tutti i cinque elementi chiave del DPP. Questa visione sistemica facilita una gestione più efficiente dei progetti DPP, una maggiore coerenza tra le funzioni aziendali (compliance, innovazione, marketing, supply chain), e una migliore capacità di adattamento ai futuri aggiornamenti normativi e tecnologici.

I principali benefici derivanti dall'applicazione del Cruscotto sono:

- ☐ una maggiore capacità di conformarsi rapidamente alle normative emergenti;
- ☐ una migliore qualità e gestione dei dati lungo tutto il ciclo di vita del prodotto;
- ☐ uno stimolo all'innovazione di prodotto attraverso l'integrazione dell'ecodesign;
- ☐ il miglioramento della reputazione aziendale e dell'engagement dei clienti attraverso una info-comunicazione trasparente;
- ☐ lo sviluppo di nuove opportunità di business basate sulla circolarità e sulla digitalizzazione.

Appendice

Digital Product Passport (DPP) e ESGD

Il Digital Product Passport (DPP) si inserisce in modo cruciale nelle logiche **ESGD (Environmental, Social, Governance, Digital)**, rappresentando uno strumento fondamentale per tradurre gli impegni di sostenibilità delle aziende in azioni concrete e misurabili a livello di prodotto.

1. Environmental

Il DPP fornisce informazioni dettagliate sull'impronta ambientale di un prodotto durante il suo intero ciclo di vita, inclusi dati su emissioni di carbonio, consumo di risorse, utilizzo di sostanze pericolose, gestione dei rifiuti e riciclabilità. Questo permette alle aziende di monitorare e comunicare in modo trasparente le proprie performance ambientali a livello di prodotto, contribuendo agli obiettivi di riduzione dell'impatto ambientale. Inoltre il DPP facilita la transizione verso un'economia più circolare fornendo informazioni cruciali per il riuso, la riparazione e il riciclaggio dei prodotti.

Il DPP aiuta le aziende a dimostrare la conformità con le normative ambientali, fornendo una documentazione strutturata e accessibile delle caratteristiche ambientali dei loro prodotti.

2. Social

La tracciabilità della catena di fornitura presente nel DPP deve includere informazioni sull'origine dei materiali e sulla catena di fornitura, consentendo una maggiore trasparenza sulle pratiche sociali dei fornitori, come le condizioni di lavoro e il rispetto dei diritti umani. Questo contribuisce a una gestione più responsabile della supply chain. Inoltre fornendo ai consumatori informazioni chiare e accessibili sulla sostenibilità dei prodotti, il DPP li orienta a fare scelte d'acquisto più consapevoli e in linea con i propri valori etici e sociali.

3. Governance

Il DPP promuove una maggiore trasparenza e accountability da parte delle aziende riguardo alle caratteristiche di sostenibilità dei loro prodotti. La disponibilità di informazioni verificabili facilita il monitoraggio e la valutazione delle performance da parte di

stakeholder, investitori e autorità di regolamentazione. Attraverso una migliore comprensione dell'impatto dei prodotti e delle catene di fornitura, le aziende possono gestire in modo più efficace i rischi legati alla sostenibilità.

Ovviamente i dati raccolti e strutturati per il DPP possono essere utilizzati per alimentare i report di sostenibilità aziendale (in linea con standard come la CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive), fornendo dati specifici sui prodotti a supporto delle dichiarazioni di conformità ESGD.

Le aziende che adottano un approccio strategico al DPP, considerando le sue implicazioni per tutti i pilastri ESGD, saranno meglio posizionate per affrontare le sfide della transizione verso un'economia più sostenibile e per creare valore a lungo termine per tutti gli stakeholder.

4. Digital

Per il DPP la tecnologia digitale costituisce l'infrastruttura operativa che gli conferisce forma fisica e presiede alla sua accessibilità e usabilità e questo significa che senza un adeguato supporto tecnologico il DPP non può funzionare.

Autore



Marco Cassinera

Chief Philosophy Officer

Strategist, si occupa della definizione strategica, etica e sostenibile dei modelli di business con un approccio olistico all'innovazione.



Futura Law Firm S.t.a.r.l. S.B.

Via Davide Bertolotti n. 7

10121 **Torino** | +39 011 08 66 155

info@futura.legal | **futura.legal**

