



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Borse tote con design personalizzato: come trasformare un logo in una grafica che si stampa bene e che le persone portano davvero

Details

Risposta rapida: Le borse tote con design personalizzato si stampano bene quando quattro decisioni vengono prese prima ancora di parlare di quantità. Primo, posiziona la grafica all'interno della reale zona stampabile della borsa, lontano dalle cuciture e dalle cuciture dei manici. Secondo, conta i colori d'inchiostro rispetto al colore della borsa, perché le borse scure di solito richiedono un sottofondo bianco. Terzo, abbina le tinte piatte Pantone al colore reale del tessuto, non alla carta. Quarto, consegna file con i colori separati e in scala esatta: vettoriale per la serigrafia, raster a 300 dpi per il trasferimento digitale. Se questi punti sono a posto, elimini le cause più comuni di stampe punteggiate, invisibili o fuori brand.

Questa guida è pensata per i team di brand e marketing nella fase di progettazione, dopo aver deciso di volere una borsa personalizzata con un logo e prima di approvare una bozza. Tratta posizionamento, dimensionamento dell'area di stampa, contrasto tra inchiostro e borsa, abbinamento del colore su tela colorata e preparazione dei file. Se devi ancora scegliere tessuto, costruzione o modello di fornitura, parti dalla nostra [guida per specificare, stampare e ispezionare le borse tote in tela personalizzate](#), poi torna qui per la grafica.

Perché i buoni loghi diventano cattive borse tote

Il problema di solito emerge all'apertura della scatola. Un logo che sul monitor sembrava nitido arriva punteggiato perché l'inchiostro è affondato nella trama della tela. Oppure un marchio blu navy scuro quasi scompare su una borsa verde bosco. Oppure uno slogan sottile si è impastato fino a diventare illeggibile. Nessuno di questi è un difetto del tessuto. Sono decisioni di design che nessuno ha preso di proposito.

Il costo non è il conto della stampa. È se qualcuno porta la borsa. In un sondaggio di Custom Ink riportato da ASI, il 67 % di oltre 1,000 acquirenti finali aziendali ha dichiarato di giudicare una campagna in base al fatto che i destinatari *spontaneamente* usino l'articolo, e il 45 % ha indicato la durata come la caratteristica più importante ([Servizio di ASI sul sondaggio 2026 tra gli acquirenti finali^{\[1\]}](#)). Secondo una ricerca condotta da ASI stessa, il 78 % dei consumatori statunitensi conserva gli articoli promozionali perché sono utili ([Comunicato ASI ASI 2026 sulle impressioni^{\[2\]}](#)). Una borsa che la gente si vergogna di portare non genera alcuna impressione, per quanto poco sia costata. Il giudizio pubblico di un destinatario sull'ennesima borsa celebrativa da ufficio è stato: «carina, ma la prossima volta regalate qualcosa di utile».

La soluzione è un processo di progettazione breve e ripetibile. Considera la borsa una superficie in movimento, che si piega e ha una trama, e non una tavola grafica piatta.

Indice

1. [Cosa significa «design personalizzato» per una borsa tote](#)
2. [Come progettare borse tote personalizzate che si stampano bene: 6 passaggi](#)
3. [Confronto tra le strategie grafiche](#)

4. [FAQ](#)
5. [Punti chiave](#)
6. [Conclusione](#)
7. [Fonti](#)

Cosa significa «design personalizzato» per una borsa tote

In questa guida, per design personalizzato si intende il sistema grafico applicato alla borsa. Si compone di quattro parti: dove si colloca il marchio, quanto è grande, quali colori usa rispetto al tessuto e i file di produzione che dicono allo stampatore esattamente cosa fare. È distinto dalla costruzione, cioè dalla grammatura del tessuto, dai soffietti e dai manici. La costruzione è trattata nella pagina sulle [borse tote in tela personalizzate](#).

La distinzione conta perché i due aspetti si influenzano in una sola direzione. La costruzione limita ciò che la grafica può fare: una borsa con soffietto ha un pannello frontale piatto più piccolo e una trama aperta «inghiotte» i dettagli fini. La grafica non può correggere la costruzione. Per questo leggi prima la scheda tecnica della borsa e progetta di conseguenza.

Ormai anche la personalizzazione fa parte del design. Le vendite di una storica borsa tote in tela sono aumentate del 75 % nel primo semestre del 2025 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, e i dirigenti del settore hanno detto alla CNBC che «la personalizzazione è una parte enorme [della tendenza]» ([CNBC, luglio 2025^{\[3\]}](#)). Per i team di brand, questo è un argomento a favore di un marchio principale pulito, con spazio per una riga con nome, squadra o evento. Non lo è a favore di un pannello affollato.

Come progettare borse tote personalizzate che si stampano bene: 6 passaggi

Passaggio 1: posiziona la grafica dove la borsa si vede davvero

Parti da come si porta la borsa, non dal file del logo. Sulla spalla, la fascia superiore del pannello frontale si piega verso l'interno sotto il carico e il terzo inferiore scompare contro il fianco o in una piega del soffietto. La zona che resta piatta e visibile è la parte medio-alta del pannello, un po' sopra il centro vero e proprio. Il tuo marchio principale va lì.



Poi segna sul modello le zone vietate:

- **Cuciture laterali e inferiore.** I quadri serigrafici e le piastre di trasferimento non possono appoggiarsi in piano su una cucitura, per cui lì l'inchiostro salta o crea un effetto fantasma.
- **Punti di attacco dei manici.** Le cuciture di rinforzo creano rilievi che interrompono i fondi pieni.
- **Pieghe del soffietto.** Su una borsa con soffietto, la grafica che arriva fino alla piega finisce spezzata su due piani.

Chiedi al fornitore un modello dell'area stampabile in scala 1:1 e la tolleranza di posizionamento per iscritto. Alcune fabbriche indicano circa $\pm 0,5$ cm. Poi progetta in modo che uno scostamento in qualsiasi direzione resti comunque lontano da ogni cucitura. Questo solo passaggio evita la lamentela del «logo storto» che compare di continuo nelle recensioni pubbliche delle borse tote con marchio.

Verifica delle dimensioni: stampa la grafica a grandezza naturale su carta, fissala con del nastro su una borsa vuota dello stesso modello, appendi la borsa a una spalla e guardala da circa 3 metri di distanza. Se il nome del brand non è leggibile a quella distanza, ingrandiscilo o elimina il testo secondario. Un marchio che occupa solo una parte della zona sicura di solito appare più intenzionale di uno esteso da un bordo all'altro, e lascia margine per la tolleranza di posizionamento.

Passaggio 2: conta i colori d'inchiostro rispetto al colore della borsa, non al bianco

I designer contano i colori su una tavola grafica bianca. Gli stampatori contano i quadri sul tessuto reale. Spesso i due numeri sono diversi.

- **Tela naturale o color crema.** Gli inchiostri risultano leggermente più caldi e meno saturi che su carta bianca, e i colori chiari come giallo chiaro, pastelli e grigio chiaro perdono rapidamente contrasto.
- **Borse scure (blu navy, nero, verde bosco, bordeaux).** La maggior parte degli inchiostri colorati richiede un sottofondo bianco per restare brillante. Quel sottofondo è un quadro in più.

Un logo a 2 colori su blu navy è quindi di solito un lavoro da tre quadri, e lo strato d'inchiostro aggiuntivo rende la stampa più pesante al tatto.

- **Borse di tono medio (rosso, blu reale, verde oliva).** Sono le più difficili per il contrasto. Molte palette di brand hanno un valore troppo vicino a quello della borsa.



Un test di contrasto rapido non richiede software speciali. Converti in scala di grigi sia il campione del colore della borsa sia ogni campione d'inchiostro. Se diventano grigi simili, il marchio svanirà a distanza, qualunque aspetto abbiano le tinte a colori. Per le borse tote colorate personalizzate, le soluzioni più sicure sono di solito la stampa a 1 colore in riserva, in cui il tessuto della borsa diventa il secondo «colore», oppure un inchiostro chiaro su una borsa scura con forte contrasto di valore.

La serigrafia è in genere più conveniente con 1-4 tinte piatte, perché ogni colore di solito richiede un proprio quadro e una propria messa a punto. Oltre circa quattro tinte piatte, molti stampatori consigliano di passare a un metodo di trasferimento digitale o di semplificare la grafica. Se il tuo logo ha delle sfumature, chiedi al tuo stampatore se per le borse non sia meglio adottare come standard una versione a tinta unita. I piccoli punti di retino tendono a sfaldarsi su una trama di tela grossa. Per capire quale metodo di decorazione si adatta alla tua quantità e al tuo tessuto, consulta il [confronto dei metodi di decorazione nella nostra pagina sulle borse tote in tela](#); il resto di questa guida resta sulla grafica.

Passaggio 3: abbina le tinte piatte Pantone sul tessuto reale

I riferimenti Pantone sono definiti su carta. La tela li modifica in due modi. L'inchiostro si assorbe nelle fibre e, su qualsiasi borsa non bianca, il colore del tessuto traspare e vira l'inchiostro. Un rosso di brand specificato come tinta piatta PMS può risultare color mattone sulla tela naturale e spento su una tela color sabbia se nessuno l'ha provato.



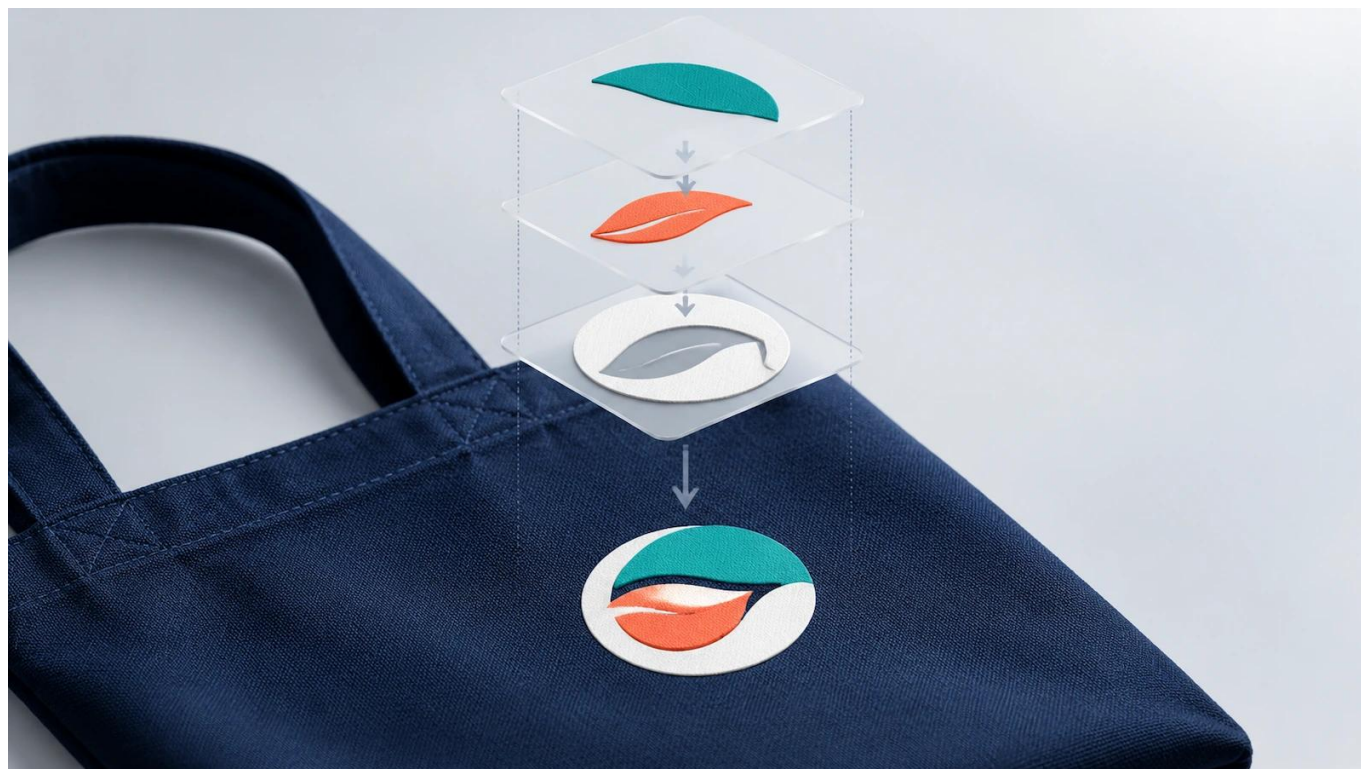
Un protocollo di abbinamento del colore che funziona:

1. **Specifica le tinte piatte con il riferimento PMS** nel file e per iscritto. «Il nostro rosso di brand» non è una specifica.
2. **Richiedi un campione di stampa sul colore reale della borsa**, cioè un campione fisico di inchiostro su quel tessuto. Una bozza digitale conferma il posizionamento, ma non dice nulla di affidabile sul colore stampato.
3. **Valuta alla luce del giorno neutra**. Le fabbriche in genere confrontano i campioni sotto un'illuminazione con illuminante standard D65. I LED da ufficio e gli schermi ti ingannano.
4. **Concorda una tolleranza**. Alcune fabbriche inseriscono nei criteri di accettazione limiti di differenza colore come $\Delta E \leq 2.0$. Qualunque valore tu usi, mettilo nell'ordine d'acquisto invece di affidarti a un «abbastanza simile».
5. **Tratta il colore della borsa come un abbinamento a parte**. Tingere il tessuto in un colore di brand è una richiesta diversa dall'abbinare l'inchiostro, e il tessuto tinto varia da un lotto di tintura all'altro. Chiedi un campione di tessuto dal lotto di produzione.
6. **Archivia tutto per i riordini**: foto del campione di stampa approvato, riferimenti degli inchiostri e file dei quadri o del trasferimento. I riordini senza questi materiali portano a derive di colore.

Anche la durata è un dato di progetto. I valori dichiarati dai fornitori variano molto: inchiostri serigrafici all'acqua che dichiarano di resistere a 50+ cicli di lavaggio e alcune stampe DTG valutate intorno a 15-25 lavaggi. Se la borsa verrà lavata, chiedi i risultati di solidità al lavaggio. Un metodo comune è AATCC TM61 con valutazione sulla scala dei grigi, e alcuni acquirenti fissano come minimo il grado 3 o superiore. Non dedurre la durata da una foto.

Passaggio 4: prepara file che lo stampatore possa usare senza dover indovinare

Una grafica non pronta per la stampa è tra le cause di ritardo di produzione citate più spesso: loghi a bassa risoluzione, separazioni colore mancanti e bozze in attesa dell'approvazione di più persone. Un pacchetto di file ordinato evita questi giri di correzioni.



Metodo di decorazione	Formato del file	Da includere	Motivo di rifiuto più frequente
Serigrafia	Vettoriale AI, EPS o PDF	Font convertiti in tracciati; 1 livello per ogni tinta piatta, denominato con il suo riferimento PMS; sottofondo indicato per le borse scure	JPEG incorporato spacciato per «vettoriale»; font non convertiti; colori senza nome
DTF / DTG (digitale)	PNG a 300 dpi alla dimensione finale di stampa	Sfondo trasparente; grafica ritagliata alla dimensione reale di stampa; profilo colore incorporato se il tuo team ne usa uno	Screenshot o logo web ingrandito; riquadro bianco dietro la grafica
Ricamo	Sorgente vettoriale, che il fornitore converte in un file di punti («digitalizzazione»)	Versione semplificata senza linee sottilissime o testi minuscoli; riferimenti dei colori del filo	Testo sottile che si impasta; grandi riempimenti densi che irrigidiscono il tessuto leggero

Due aggiunte fanno risparmiare più tempo. Prima, un **bozzetto di posizionamento**: un disegno piatto della borsa con la grafica in posizione e le relative distanze dalla cucitura superiore e dalla linea centrale. Mostra solo le posizioni, senza creatività aggiuntiva. Seconda, un **unico approvatore** indicato nella scheda di progetto, così la bozza non gira in un comitato. Se un team vendite o eventi deve dire la sua, raccogli il suo contributo prima di inviare la scheda di progetto, non dopo il ritorno della bozza.

Passaggio 5: prova su una borsa reale e progetta tenendo conto del restringimento

Approvare solo a schermo è uno degli errori di stampa delle borse tote più comuni tra quelli indicati dai fornitori. Chiedi un campione fisico di preproduzione e verificalo rispetto alla scheda di progetto: posizionamento, dimensioni, colore alla luce del giorno, nitidezza dei bordi sulla trama e come si presenta la stampa quando la borsa è carica e piegata.

Poi tieni conto del movimento del cotone. Secondo le indicazioni dei fornitori, il restringimento al primo lavaggio della tela di cotone non pre-restringita è di circa 5-8 %. Su una zona di stampa di 30 cm arriva fino a circa 2,4 cm, abbastanza da spostare visibilmente un marchio centrato o da far incresparsi un grande fondo pieno. Specifica un tessuto pre-restringito nella scheda di progetto oppure lava un campione e ricontrolla la grafica. Allega alla borsa una riga di istruzioni di cura (lavaggio a freddo al rovescio, asciugatura all'aria, nessuna stiratura sulla stampa) così i destinatari non rovinano la stampa al primo lavaggio.



Passaggio 6: verifica ogni affermazione presente nella tua grafica

Tutto ciò che viene stampato sulla borsa è una dichiarazione pubblica del tuo brand. Le comuni borse tote in genere non rientrano nelle norme FTC sull'etichettatura obbligatoria delle fibre tessili. Ma nel momento in cui dichiari volontariamente una fibra, come «100 % cotone», «biologico» o «riciclato», l'affermazione deve essere veritiera e non fuorviante ([indicazioni FTC sull'etichettatura](#)^[4]). Prima di stampare un messaggio ecologico, verifica che esista un certificato e che cosa copra:

- Le dichiarazioni di fibra biologica fanno di norma riferimento alla certificazione [GOTS](#)^[5] con certificati di transazione.
- Un certificato per le sostanze nocive come [OEKO-TEX STANDARD 100](#)^[6] copre i materiali testati, comprese le stampe e gli accessori elencati nel certificato. Non è una dichiarazione di prodotto biologico. Leggi l'ambito del certificato, non il riassunto del fornitore.
- Se il design è rivolto ai bambini, ad esempio una stampa con personaggi per un omaggio scolastico, il prodotto può essere considerato un prodotto per l'infanzia ai sensi del CPSIA. Le parti accessibili sono allora limitate a 100 ppm di piombo totale e richiedono test di terze parti ([CPSC](#)^[7]).
- Se stai valutando finiture idrorepellenti o antimacchia per la distribuzione in California, AB 1817 vieta le PFAS regolamentate negli articoli tessili. La soglia è di 100 ppm di fluoro organico totale dal 1 gennaio 2025, e scende a 50 ppm dal 1 gennaio 2027 ([California AB 1817](#)^[8]).

Le dichiarazioni contano anche sul piano commerciale, non solo su quello legale. Nella ricerca ASI 2026 sulle borse, ha dichiarato che una borsa sostenibile darebbe un'opinione ancora più favorevole

dell'inserzionista l'86 % dei consumatori. Questo rende una dichiarazione verificabile degna di essere stampata e una non verificabile un rischio reputazionale ([Studio ASI 2026 sulle impressioni pubblicitarie: le borse^{\[9\]}](#)).

Confronto tra le strategie grafiche

La maggior parte dei marchi rientra in una di cinque strategie. Scegli in base a come verrà vista la borsa e a quanti quadri o passaggi richiede ciascuna strategia sul colore della tua borsa, non a quale versione del logo sia la più completa.

Strategia	Colori / quadri tipici	Su borse chiare	Su borse scure	Uso ideale	Principale rischio di design
Stampa a 1 colore in riserva (il colore della borsa traspare dal marchio)	1	Efficace con inchiostro scuro	Efficace con inchiostro bianco o chiaro	Eventi, omaggi in grandi volumi, brand minimalisti	Perdita di dettaglio se il logo originale dipende dai contorni
2-4 tinte piatte	2-4, più sottofondo sulle borse scure	Buono; attenzione alle tinte tenui	Richiede una base bianca, quindi lo strato di inchiostro è più pesante	Marchi con la palette completa del brand, borse per il retail	Colori di tono medio con scarso contrasto rispetto alla borsa
Immagine o illustrazione a colori	Processo digitale (senza quadri per colore)	Ideale su bianco o naturale	Di solito richiede uno strato bianco; verifica il tatto	Borse con foto, collaborazioni con artisti, piccole tirature	File sorgente a bassa risoluzione; minore durata al lavaggio con alcuni metodi
Tono su tono (inchiostro vicino al colore della borsa)	1	Discreto	Discreto	Branding «silenzioso» premium, regali per il personale	Invisibile a distanza; non supera il test della scala di grigi per scelta progettuale
Piccolo marchio ricamato o monogramma	Colori del filo, prezzo in base al numero di punti	Buono	Buono	Regali, personalizzazione, kit per dirigenti	Il testo sottile si impasta; i riempimenti densi irrigidiscono i tessuti più sottili

Due schemi emergono di continuo nelle discussioni tra creator e acquirenti. Nomi semplici, monogrammi e marchi puliti si vendono e si portano più spesso delle grafiche cariche. E una tela più pesante e piatta riproduce l'inchiostro pieno e il ricamo in modo più nitido di un tessuto sottile a trama aperta. Se il tuo design tende all'illustrazione dettagliata, verifica che il tessuto la regga prima di impegnarti.

FAQ

FAQ: quale formato di file serve per una borsa personalizzata con logo?

Per la serigrafia, invia file vettoriali AI, EPS o PDF con i font convertiti in tracciati e ogni tinta piatta su un proprio livello denominato. Per DTF o DTG, invia un PNG a 300 dpi alla dimensione finale di stampa con sfondo trasparente. Per il ricamo, invia la grafica sorgente vettoriale; il fornitore la converte in un file di punti. In ogni caso includi un bozzetto di posizionamento con le distanze dalla cucitura superiore e dalla linea centrale.

FAQ: quanti colori d'inchiostro dovrebbe usare il design di una borsa tote?

Il minimo che il brand riesca a sostenere. La serigrafia è di solito più efficiente con 1-4 tinte piatte e, sulle borse scure, un sottofondo bianco aggiunge in genere un quadro in più. Una stampa a 1 colore in riserva è spesso l'opzione più leggibile a distanza. Per un confronto dei costi in base al numero di colori sulla tua borsa, [richiedi un preventivo](#) allegando la tua grafica.

FAQ: i colori Pantone si possono riprodurre esattamente su tela colorata?

Con buona approssimazione, non in modo identico. La tela assorbe l'inchiostro e il colore del tessuto lo vira, quindi un riferimento Pantone su carta cambierà. Specifica la tinta piatta PMS, approva un campione di stampa fisico sul colore reale della borsa alla luce diurna D65 e scrivi nell'ordine una tolleranza di colore concordata.

FAQ: dove va posizionato il logo su una borsa tote?

Nella parte medio-alta del pannello frontale, leggermente sopra il centro, lontano dalle cuciture laterali, dalle cuciture dei manici e dalle pieghe del soffietto. Quest'area resta piatta e visibile quando la borsa viene portata carica sulla spalla. Chiedi al fornitore il modello dell'area stampabile e la tolleranza di posizionamento, e progetta in modo che il normale scostamento non tocchi mai una cucitura.

FAQ: la stampa si restringe o si deforma dopo il lavaggio?

Può succedere. Secondo le indicazioni dei fornitori, il restringimento al primo lavaggio della tela di cotone non pre-restringita è di circa 5-8 %, e può spostare un marchio centrato o far increspare un grande fondo pieno. Specifica un tessuto pre-restringito o fai un lavaggio di prova su un campione, e fornisci ai destinatari le istruzioni di cura: lavaggio a freddo al rovescio, asciugatura all'aria, nessuna stiratura direttamente sulla stampa.

FAQ: possiamo stampare «biologico» o «riciclato» sulla borsa?

Solo se riesci a dimostrarlo. Le comuni borse tote sono in genere esenti dall'etichettatura obbligatoria delle fibre della FTC, ma le dichiarazioni volontarie sulle fibre devono essere veritiere. Le dichiarazioni di prodotto biologico si basano di norma sulla certificazione GOTS, e quelle di prodotto riciclato su uno standard sul contenuto riciclato con certificati di transazione. Verifica che cosa copra davvero ciascun certificato prima di inserire la dichiarazione nella grafica.

Punti chiave

- **Progetta per l'uso volontario, perché è così che gli acquirenti misurano il successo.** — il 67 % di 1,000+ acquirenti finali aziendali giudica le campagne in base al fatto che i destinatari scelgano di usare l'articolo ([Fonte](#))
- **Una borsa che viene portata è una delle impressioni più economiche nel merchandising di marca.** — quasi 5,000 impressioni nell'arco della vita utile, circa 1/10 di

centesimo ciascuna ([Fonte](#))

- **La durata è il segnale di valore di cui gli acquirenti si fidano di più, quindi le stampe resistenti al lavaggio sono un requisito di progetto.** — il 70,4 % ha indicato la durata come il segnale più forte del valore del prodotto ([Fonte](#))
- **Le dichiarazioni di sostenibilità sulle borse attirano attenzione perché sono le borse a generare la maggiore richiesta di sostenibilità.** — le borse guidavano le categorie per interesse verso la sostenibilità, con il 21,6 % ([Fonte](#))
- **Una grafica a tema bambini può cambiare la categoria di conformità della borsa.** — limite di 100 ppm di piombo totale per i prodotti per l'infanzia ([Fonte](#))
- **Le finiture vendute in California devono essere conformi sulle PFAS, e il limite diventerà presto più severo.** — 100 ppm di fluoro organico totale oggi, 50 ppm dal 1 gennaio 2027 ([Fonte](#))
- **Il canale è abbastanza grande da far sì che a fare la differenza sia la qualità del design, non la novità.** — le vendite dei distributori promozionali statunitensi hanno raggiunto \$27,1 miliardi nel 2025 ([Fonte](#))

I dati sul canale provengono dalla [stima PPAI PPAI 2025 del volume di vendite^{\[10\]}](#) e quelli sui segnali di valore da [PPAI Research^{\[11\]}](#).

Conclusione

Una buona grafica per borse tote nasce dal considerare la borsa una superficie che si piega, con una trama e un colore, e non una tavola grafica. Posiziona il marchio dove resta visibile quando la borsa è carica. Conta i quadri sul colore reale della borsa. Abbina le tinte piatte sul tessuto reale alla luce del giorno. Consegna file che non lascino nulla da indovinare allo stampatore. Fai la prova fisica, progetta tenendo conto del restringimento e stampa solo le dichiarazioni che puoi certificare.

Quando la scheda di progetto della grafica è pronta, portala alla nostra pagina sulle [borse tote in tela personalizzate](#), dove abbinarla al tessuto, alla costruzione e al piano di ispezione giusti, e invia i file insieme alla richiesta di preventivo per una verifica di posizionamento e colore.

Fonti

1. [ASI: un sondaggio mostra che gli acquirenti finali aziendali danno priorità ad articoli promozionali di fascia alta e di stile \(gennaio 2026\)](#) ↵
2. [ASI, comunicato stampa: i prodotti promozionali generano impressioni a una frazione di centesimo \(aprile 2026\)](#) ↵
3. [CNBC: questa borsa da \\$40 vive la sua estate più popolare di sempre \(17 luglio 2025\)](#) ↵
4. [Commissione federale per il commercio degli Stati Uniti \(FTC\): come orientarsi tra i requisiti di etichettatura dei Textile and Wool Acts](#) ↵
5. [Global Organic Textile Standard \(GOTS\), Global Standard gGmbH](#) ↵
6. [OEKO-TEX: documento standard STANDARD 100](#) ↵
7. [Commissione statunitense per la sicurezza dei prodotti di consumo \(CPSC\): contenuto totale di piombo](#) ↵
8. [California Legislative Information: AB 1817, Safer Clothes and Textiles Act](#) ↵
9. [ASI: Studio 2026 sulle impressioni pubblicitarie: le borse \(giugno 2026\)](#) ↵
10. [PPAI: stima del volume di vendite, il settore promozionale raggiunge un nuovo massimo \(2026\)](#) ↵
11. [PPAI Research: nuovo anno, tendenze \(quasi\) nuove](#) ↵

ottobre 20, 2026