



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



Cappellini New Era con ricamo personalizzato o Richardson 112: guida alla scelta della base per gli acquirenti aziendali

Details

Risposta rapida: Scegli i cappellini New Era con ricamo personalizzato se vuoi una calotta strutturata di fascia premium e un nome riconoscibile nel retail, e se puoi gestire le taglie fitted e la bandierina laterale ben visibile. Scegli un Richardson 112 per un trucker casual con retro in rete, in una sola taglia regolabile, con il ricamo limitato ai pannelli frontali. Scegli un cappellino OEM a marchio privato quando servono etichette tue, nessun marchio di terzi o una specifica personalizzata.

La maggior parte degli acquirenti che cercano cappellini New Era con ricamo personalizzato ha già un logo e una scadenza. Spesso manca un modo chiaro per confrontare le basi. Scegliere un cappellino in base al solo marchio provoca problemi prevedibili. Un 59FIFTY fitted richiede una serie completa di taglie. La bandierina New Era occupa 1 pannello laterale. Il retro in rete di un Richardson 112 non regge scritte laterali. Una calotta bassa e destrutturata può rimpicciolire un logo largo fino a renderlo difficile da leggere.

Questi problemi contano perché chi riceve l'articolo ne giudica la qualità in pochi secondi. Nello studio di PPAI sui consumatori, oltre il 60 % delle persone ha dichiarato che scarterebbe subito un articolo promozionale realizzato con materiali o lavorazione scadenti, e il 57 % ha ricordato un marchio perché il suo logo era chiaro ([PPAI Research, «L'impatto dei 5 secondi»^{\[1\]}](#)). La base che scegli determina quanto spazio ha il tuo logo, come il cappellino veste una squadra eterogenea e quale marchio compare accanto al tuo. Questa guida confronta proprio su questi punti i principali modelli New Era, il Richardson 112 e un cappellino OEM a marchio privato.

Indice

1. [Che cosa sono i cappellini New Era con ricamo personalizzato?](#)
2. [Perché la base conta più di prima](#)
3. [Come scegliere tra cappellini New Era con ricamo personalizzato e un Richardson 112](#)
4. [Confronto affiancato](#)
5. [FAQ](#)
6. [Punti chiave](#)
7. [Conclusione](#)

Che cosa sono i cappellini New Era con ricamo personalizzato?

Il termine indica una **base di marca**: un autentico cappellino New Era acquistato come prodotto finito e poi decorato con il tuo logo da un ricamificio conto terzi. Non stai commissionando un nuovo cappellino: aggiungi un ricamo a un prodotto esistente, che conserva l'identità del suo produttore, compresa la bandierina New Era ricamata sul pannello laterale e le etichette interne del marchio.

Un *cappellino 112 con ricamo personalizzato* segue lo stesso modello su una base diversa. Il Richardson 112 è un trucker a 6 pannelli con fronte strutturato in misto cotone, retro in rete, visiera

pre-curvata e chiusura a scatto in plastica. Entrambe le soluzioni si distinguono da un **cappellino OEM a marchio privato**, che una fabbrica realizza secondo le tue specifiche e contrassegna con il tuo marchio. Con l'OEM controlli tessuto, altezza della calotta, struttura del fronte, chiusura ed etichette interne. Se non conosci bene l'anatomia di un cappellino, la nostra pagina sui [cappellini da baseball con ricamo personalizzato](#) spiega la struttura standard a 6 pannelli. Questo articolo si concentra solo sulla scelta della base.



Perché la base conta più di prima

I copricapo sono ormai una categoria promozionale di primo piano, non un'aggiunta. Cappelli e berretti sono passati da 7,2 % delle vendite dei distributori statunitensi di articoli promozionali nel 2023 to 9,0 % nel 2024, superando borse e articoli da viaggio e conquistando il terzo posto ([PPAI Magazine, aprile 2025^{\[2\]}](#)). Il rapporto PPAI relativo a quell'anno attribuisce parte dell'aumento della domanda di cappellini alla promozione legata alle elezioni e agli acquisti del non profit, all'interno di un mercato complessivo di \$26,78 miliardi ([Rapporto sul volume delle vendite PPAI 2024^{\[3\]}](#)). Il canale ha raggiunto \$27,1 miliardi nel 2025, anche se la crescita ha rallentato sotto la pressione di dazi e vincoli di budget ([PPAI, gennaio 2026^{\[4\]}](#)).

Anche il gusto degli acquirenti si sta spostando verso cappellini che sembrano articoli da negozio. L'articolo di PPAI dedicato ai copricapo, di agosto 2026, riferisce che i marchi preferiscono sempre più il ricamo tono su tono e i segni piccoli e fitti ai grandi loghi, e descrive il copricapo come un «pezzo d'effetto» più che come un cartellone pubblicitario ([PPAI, «Copricapo di qualità retail»^{\[5\]}](#)). Questa tendenza spiega perché basi con un nome noto come New Era attraggono gli acquirenti aziendali. Spiega anche perché un logo piccolo e curato rende più importante, non meno, la scelta di calotta e pannelli.

Come scegliere tra cappellini New Era con ricamo

personalizzato e un Richardson 112

Segui questi passaggi nell'ordine. Ognuno elimina alcune opzioni prima che tu spenda denaro in campioni.

Passaggio 1: scegli il modello di taglie prima dello stile

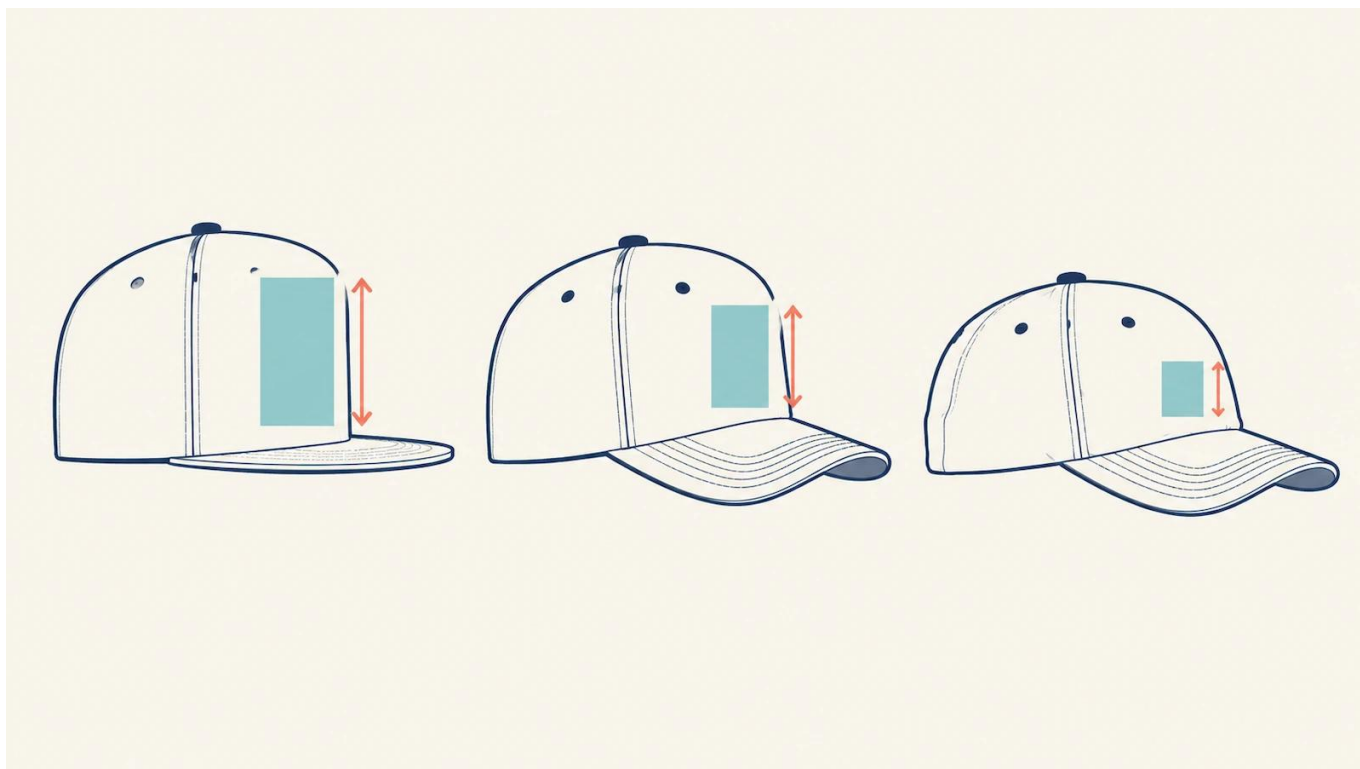
Le taglie sono il primo bivio. Un New Era 59FIFTY è un vero cappellino fitted, venduto in taglie di testa individuali. Ha un aspetto e una sensazione premium, e per alcuni chi lo indossa i cappellini a taglia fissa sono la scelta di fascia più alta. Il prezzo è la complessità: bisogna raccogliere le misure delle teste, ordinare una curva di taglie e accettare le rimanenze nelle taglie che nessuno ha richiesto. Il 39THIRTY usa una fascia elastica in poche fasce di taglie, il che è un compromesso. Lo snapback 9FIFTY, lo strapback 9TWENTY e lo snapback Richardson 112 hanno tutti una sola taglia regolabile. Per omaggi, kit per i nuovi assunti o personale di eventi di cui non conosci le taglie, una chiusura regolabile è quasi sempre la scelta pratica.

Passaggio 2: abbina il profilo della calotta alla forma del logo

L'altezza della calotta determina quanto spazio verticale offrono i pannelli frontali.

- **Calotta alta, strutturata (59FIFTY, 9FIFTY):** Questi cappellini hanno un fronte alto e piatto, adatto a marchi impilati o quadrati. L'effetto è deciso e di gusto streetwear, soprattutto con la visiera piatta.
- **Profilo medio, strutturato (39THIRTY, Richardson 112):** Questi cappellini hanno un fronte più basso e più curvo. I logotipi testuali larghi e orizzontali funzionano bene. Gli stemmi alti di solito vanno ridotti.
- **Profilo basso, destrutturato (9TWENTY):** Questa forma da dad hat ha un fronte morbido, senza rinforzo rigido. I loghi fitti e ricchi di testo possono arricciarsi o tirare il pannello verso l'interno. I segni semplici, con pochi punti, rendono meglio.

Chi ricama indica di solito un'area di ricamo frontale di circa 4 pollici di larghezza per 2 pollici di altezza sui cappellini standard, e consiglia scritte non più piccole di circa 0,25 pollici (6 mm). Considera questi valori come regole empiriche e verificali sulla base esatta. Sulle calotte più basse l'altezza utile si riduce ulteriormente.



Passaggio 3: scegli tra retro in rete e pannelli interamente strutturati

Il retro in rete del Richardson 112 mantiene il cappellino fresco per squadre all'aperto, mercati contadini ed eventi estivi. La rete limita però anche la decorazione. La maggior parte dei ricamatori evita di ricamare sulla rete aperta, o vi esegue solo segni molto piccoli, perché la trama aperta si deforma e offre poca presa ai punti. Su un 112 conviene prevedere il ricamo solo sul pannello frontale. I modelli New Era interamente in twill offrono tessuto pieno su ogni pannello, quindi sono possibili segni laterali e posteriori. È importante per i programmi che vogliono un logo frontale più un sito web, uno slogan o il nome di una squadra altrove.

Passaggio 4: individua le zone di ricamo libere, bandierina compresa

La maggior parte dei cappellini New Era porta la bandierina del marchio ricamata sul pannello laterale sinistro di chi lo indossa. Quel pannello è di fatto riservato, quindi i segni secondari vanno sul lato destro oppure sul retro sopra la chiusura, dove il design lo consente. Uno snapback o uno strapback lascia solo un arco stretto sopra l'apertura. Un 59FIFTY fitted ha un pannello posteriore continuo, utile per uno slogan o il nome di una città. Sia i cappellini strutturati New Era sia il Richardson 112 hanno una cucitura centrale sul fronte, quindi il logo va digitalizzato in modo da attraversarla senza difetti. In pratica, le scritte molto sottili sono il punto in cui gli ordini di 112 falliscono più spesso: i ricamatori riferiscono che le parole piccole diventano illeggibili su quella calotta anche quando il logo principale viene ricamato bene.



Passaggio 5: verifica le regole su licenze e marchi prima di approvare la grafica

Una base di marca significa co-branding. Il tuo logo starà accanto al marchio di New Era o di Richardson su ogni cappellino. Per molti regali aziendali è proprio questo il punto, perché chi lo riceve riconosce un nome di qualità. La formula crea problemi in quattro situazioni:

- **Esclusività del marchio:** Le linee guida del tuo marchio potrebbero vietare loghi di terzi sul merchandising aziendale, oppure potresti vendere i cappellini come tuo prodotto retail.
- **Marchi in licenza:** I loghi delle squadre professionistiche e universitarie sono marchi registrati. I cappellini New Era con licenza ufficiale sono prodotti in base ad accordi separati, e l'acquisto di una base non dà a chi decora il diritto di ricamare il marchio di una squadra. La parte del mercato con licenza è ampia: circa \$124 miliardi su un totale di \$174 miliardi per il merchandising di marca statunitense, nella stima di PPAI e Oxford Economics ([PPAI x Oxford Economics](#)^[6]). I titolari dei marchi li tutelano di conseguenza.
- **Avallo implicito:** Se rivendi cappellini decorati, descrivi la base in modo veritiero. Non scrivere testi di prodotto che lascino intendere che il produttore del cappellino sponsorizzi o abbia co-prodotto la tua linea.
- **Rimozione delle etichette:** Togliere le etichette del produttore per far passare una base di marca come un tuo marchio privato solleva problemi di etichettatura e di marchio. Se vuoi etichette tue, l'OEM è la strada più pulita.

Quando questo articolo tratta questioni di marchio, offre indicazioni generali e non una consulenza legale. Fai esaminare da un legale qualsiasi programma di rivendita o di loghi in licenza.

Passaggio 6: approva un campione ricamato sulla base esatta

Un logo approvato su un 112 non verrà ricamato allo stesso modo su un 9TWENTY.. Approva sempre un campione fisico realizzato sul cappellino definitivo, con i colori di filo definitivi. La nostra [guida all'ordine dei cappellini](#) copre l'intero flusso di approvazione, quindi questa guida non lo ripete.

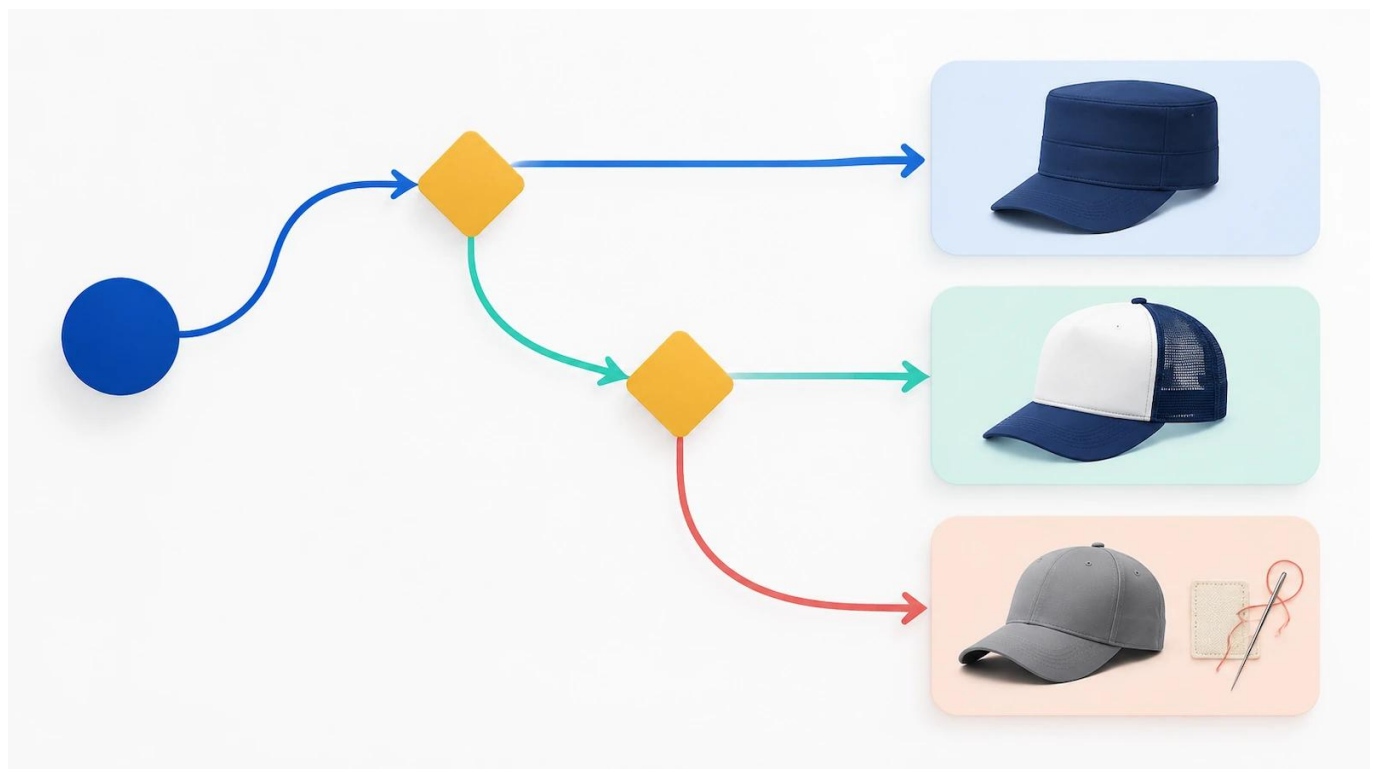
Passaggio 7: quando un cappellino OEM a marchio privato è la scelta migliore

Passa a un cappellino OEM quando vale almeno una di queste condizioni:

- Ti servono un'etichetta tessuta, un nastro di rifinitura stampato o una fascia interna personalizzata, senza marchi di terzi.
- Il tuo logo richiede un pannello frontale senza cuciture o più rigido, una specifica altezza della calotta o un tessuto che nessuna base a catalogo offre.
- Prevedi riordini ripetuti e vuoi una specifica che non cambi quando un colore a catalogo viene dismesso.
- Stai costruendo una linea retail e ti servono confezioni ed etichette coerenti con il tuo marchio.

Il compromesso è il tempo di pianificazione. A differenza della merce a catalogo, un cappellino OEM viene sviluppato e campionato prima della produzione in serie, quindi organizzati di conseguenza. La velocità domina già gli acquisti promozionali: il 68,8 % dei principali distributori afferma che i propri clienti finali danno priorità a tempi di consegna più rapidi e al servizio urgente ([PPAI Research, ottobre 2025^{\[7\]}](#)). Un programma OEM funziona meglio per un lancio pianificato o un'uniforme continuativa, non per un cappellino che serve la settimana prossima.

Un cappellino a marchio privato ti rende anche responsabile di quanto compare sull'etichetta. Se scegli di indicare la composizione in fibre, il ricamo che copre non più del 15 % della superficie può essere dichiarato con la dicitura «esclusa la decorazione» ([16 CFR § 303,12^{\[8\]}](#)). Anche i cappellini in cotone richiedono registrazioni dalla fibra al prodotto finito, perché il Dipartimento della Sicurezza Interna degli Stati Uniti include cotone e abbigliamento tra i settori prioritari per i controlli sulle importazioni legate al lavoro forzato ([DHS UFLPA FAQ^{\[9\]}](#)). Il quadro completo delle norme è riassunto nella nostra [pagina di prodotto](#).



Confronto affiancato: modelli New Era, Richardson 112 e

OEM

Base	Calotta e struttura	Taglie e chiusura	Pannelli posteriori	Zone di ricamo libere	Marchio di terzi	Uso ideale
New Era 59FIFTY	Alta, strutturata, visiera piatta	Fitted, taglie individuali	Twill pieno	Fronte, lato destro, retro intero	Bandierina New Era sul lato sinistro	Merchandising in stile retail, cappellini premium per il personale di cui si conoscono le taglie
New Era 9FIFTY	Alta, strutturata, visiera piatta	Snapback, taglia unica	Twill pieno	Fronte, lato destro, piccolo arco posteriore	Bandierina New Era sul lato sinistro	Omaggi di gusto streetwear, gruppi eterogenei
New Era 39THIRTY	Media, strutturata, visiera curva	Fasce di taglie elasticizzate	Twill pieno	Fronte, lato destro, retro	Bandierina New Era sul lato sinistro	Programmi aziendali e golf che vogliono un retro pulito
New Era 9TWENTY	Bassa, destrutturata	Strapback, taglia unica	Tessuto pieno	Fronte (segni semplici), lato destro, piccolo arco posteriore	Bandierina New Era sul lato sinistro	Cappellini casual per il tempo libero con loghi piccoli e a pochi punti
Richardson 112	Fronte medio, strutturato	Snapback, taglia unica	Rete	In pratica, solo i pannelli frontali	Etichette del produttore all'interno	Squadre all'aperto, eventi estivi, look trucker casual
OEM a marchio privato	Realizzato su specifica	Qualsiasi chiusura	A tua scelta	Definite in fase di modellistica	Solo le tue etichette	Retail a marchio proprio, uniformi continuative, programmi in esclusiva

Il costo per esposizione spiega perché la pianificazione aggiuntiva può ripagare. Lo studio di ASI sulle impression pubblicitarie del 2026 stima che un cappellino da baseball da \$13 offra un costo medio per impression di circa tre decimi di centesimo ([ASI, marzo 2026^{\[10\]}](#)). Questo dato vale solo se le persone indossano davvero il cappellino. Vestibilità, forma della calotta e un logo leggibile incidono su quel risultato più del marchio sul lato.

FAQ

FAQ: la bandierina New Era si può togliere o coprire con il ricamo?

In genere no. La bandierina fa parte del cappellino finito e identifica il suo produttore. Coprirla o rimuoverla crea un prodotto di marca alterato e può sollevare questioni di marchio. Se ti serve un cappellino senza marchi di terzi, richiedi un cappellino OEM a marchio privato.

FAQ: un cappellino 112 con ricamo personalizzato è adatto a loghi con testo piccolo?

Solo se semplifichi il testo. Il fronte di altezza media e la cucitura centrale del 112 lasciano poco

spazio, e i ricamatori segnalano spesso che gli slogan sottili diventano illeggibili. Ingrandisci il logotipo testuale, elimina la riga secondaria o spostala su un cappellino con pannelli pieni che consenta il ricamo laterale o posteriore.

FAQ: fitted o snapback per l'uniforme del personale?

Scegli il fitted (59FIFTY) solo se puoi raccogliere le taglie di testa e riordinare per taglia. Per personale a rotazione, eventi o destinatari sconosciuti, uno snapback come il 9FIFTY o il 112, oppure un 39THIRTY elasticizzato, evita rimanenze di taglie.

FAQ: posso aggiungere il logo di una squadra professionistica o universitaria a una base New Era?

Non senza il permesso del titolare dei diritti. I marchi delle squadre sono concessi in licenza separatamente dal cappellino, e acquistare una base non comprende quei diritti. Usa il logo della tua organizzazione oppure rivolgiti a un canale con licenza.

FAQ: il retro in rete fa consumare più in fretta il ricamo?

Il ricamo frontale su un 112 poggia su un pannello rinforzato in misto cotone, quindi la rete non ne accorcia la durata. Il limite riguarda la posizione: la rete aperta è una base inadatta al ricamo, quindi prevedi gli eventuali segni secondari su pannelli pieni.

FAQ: quando conviene chiedere un preventivo OEM invece di acquistare basi di marca?

Chiedi un preventivo OEM quando ti servono etichette tue, una specifica esclusiva, un fronte senza cuciture o più rigido, o un cappellino che riorderai nel corso di più stagioni. Per un evento singolo che richiede consegna rapida, le basi a catalogo decorate sono di solito la strada più veloce.

Punti chiave

- **I cappellini sono ormai una categoria promozionale centrale, quindi la scelta della base è una decisione di marca.** — I cappellini sono passati dal 7,2 % al 9,0 % delle vendite dei distributori statunitensi tra il 2023 e il 2024 ([Fonte](#)).
- **Un logo leggibile favorisce il ricordo, il che premia le calotte con altezza frontale sufficiente.** — Il 57 % dei consumatori ha ricordato un marchio perché il suo logo era chiaro ([Fonte](#)).
- **Una costruzione scadente annulla il valore aggiunto di una base di marca.** — Oltre il 60 % dei consumatori scarterebbe subito un articolo realizzato con materiali o lavorazione scadenti ([Fonte](#)).
- **I marchi di squadre e leghe richiedono una licenza; la sola base non conferisce alcun diritto.** — I prodotti con licenza valgono circa \$124 miliardi su \$174 miliardi del merchandising di marca statunitense ([Fonte](#)).
- **Un cappellino che le persone indossano davvero è una delle impression più economiche del marketing.** — Un cappellino da baseball da \$13 costa in media circa 0,3 centesimi per impression ([Fonte](#)).

Conclusione

Parti da chi indosserà il cappellino, non dal marchio. Se le taglie sono note e un look premium in co-branding aiuta il tuo messaggio, un modello New Era è la base giusta. Usa il 59FIFTY o il 9FIFTY per un

fronte deciso e il 39THIRTY per un profilo più pulito e di altezza media. Se il cappellino sarà indossato all'aperto da un gruppo eterogeneo e il tuo logo è semplice e orizzontale, il Richardson 112 fa il suo lavoro a un prezzo contenuto, purché il ricamo resti sui pannelli frontali. Se il tuo programma richiede etichette tue, una specifica esclusiva o un riordino stabile, lascia stare le basi di marca e costruisci il cappellino da zero.

Se stai valutando quest'ultima opzione, inviaci il tuo logo e l'uso previsto tramite la nostra pagina sui [cappellini da baseball con ricamo personalizzato](#) . Ti indicheremo quale calotta, struttura del fronte e chiusura si adattano al disegno, e ti forniremo un preventivo su quantità e tempi per il tuo programma specifico.

Note

1. PPAI Research, «L'impatto dei 5 secondi», 3 ottobre 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-the-5-second-impact/> ↵
2. PPAI Magazine, aprile 2025, quota delle categorie sulle vendite dei distributori statunitensi.
<https://flipbook.ppai.org/2025-04-01/38> ↵
3. PPAI, Rapporto sul volume delle vendite dei distributori 2024 (PDF), febbraio 2025.
<https://www.ppai.org/wp-content/uploads/2025/02/2024-PPAI-Sales-Volume-Report-2.pdf> ↵
4. PPAI, «Stima del volume delle vendite: il settore promozionale raggiunge un nuovo record», 12 gennaio 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-promo-reaches-new-height-but-hampered-by-external-volatility/> ↵
5. PPAI, «Come il copricapo di qualità retail sta cambiando il merchandising di marca», 1 agosto 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/how-retail-quality-headwear-is-reshaping-branded-merch/> ↵
6. PPAI con Oxford Economics, «Dentro il mercato statunitense del merchandising di marca da \$174 miliardi», 22 settembre 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/inside-the-174-miliardo-us-branded-merchandise-market/> ↵
7. PPAI Research, «I distributori tra rapidità e creatività per le priorità dei clienti finali», 27 ottobre 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-distributors-balancing-speed-and-creativity-for-end-buyer-priorities/> ↵
8. Codice elettronico dei regolamenti federali, 16 CFR § 303,12, Rifiniture dei prodotti in fibra tessile. <https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-303/section-303.12> ↵
9. Dipartimento della Sicurezza Interna degli Stati Uniti, domande frequenti sull'UFLPA.
<https://www.dhs.gov/uflpa-frequently-asked-questions> ↵
10. ASI, «Lo studio ASI 2026 sulle impression pubblicitarie: 5 spunti convincenti», 30 marzo 2026.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/march-2026/asi-s-2026-ad-impressions-study-5-compelling-takeaways/> ↵