



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



Lead time dei magneti souvenir personalizzati: come pianificare a ritroso i magneti in PVC stampati a partire dalla data di lancio

Details

Risposta rapida: Il lead time di un magnete souvenir personalizzato è la somma di sei fasi: creazione dello stampo, setup dei colori, cicli di campionatura, stampaggio in serie, applicazione del magnete e trasporto. Ogni fase parte da un proprio evento di avvio. Pianifica a ritroso partendo dalla data in cui i magneti devono essere sugli scaffali o nelle mani dei destinatari, chiedi al fornitore di quotare per iscritto ogni fase separatamente e prevedi margini per le revisioni, i test e la dogana.

La maggior parte dei ritardi negli ordini di souvenir non è causata da fabbriche lente. Accade perché l'acquirente conta un solo numero, il «tempo di produzione», mentre il vero lead time di un magnete souvenir personalizzato include anche il lavoro sullo stampo, l'abbinamento dei colori, la spedizione dei campioni e il trasporto via mare. Questa guida scompone un progetto di magnete in PVC morbido stampato nelle sue fasi, mostra quali si possono accorciare e quali no, e fornisce un foglio di lavoro per pianificare a ritroso a partire da una stagione turistica, un evento o il lancio di una campagna.

Perché per i magneti souvenir la tempistica conta più del prezzo unitario

La domanda di souvenir si concentra attorno ai picchi di viaggio, e un magnete che arriva dopo il picco resta in magazzino fino all'anno successivo. La portata di un singolo design di successo mostra cosa è in gioco. Il China Tourism Academy riferisce che il magnete «little pink stove» del Museo di Nanchino ha venduto circa 490,000 unità in 1 anno, e che il magnete con fenice e corona del Museo nazionale della Cina ha superato 530,000 unità in 5 mesi. L'accademia collega queste vendite alla ripresa dei viaggi e ai visitatori che espongono e condividono le proprie collezioni di magneti [China Tourism Academy](#)^[1]. Un negozio che manca una finestra di questo tipo perde molto più di quanto potrebbe mai risparmiare trattando il prezzo unitario.

Anche il lato dell'offerta è diventato meno prevedibile. PPAI stima che le vendite dei distributori statunitensi di prodotti promozionali abbiano raggiunto \$27,1 miliardi nel 2025, con un aumento di appena 1,3 %, e indica come principali fattori di freno dazi, costi di trasporto, budget dei clienti e pressione sui margini [Stima delle vendite PPAI per il 2025](#)^[2]. Quando durante un progetto cambiano le condizioni di trasporto e dazi, l'acquirente che ha pianificato fase per fase può adattarsi. Chi ha pianificato un unico numero forfettario di solito se ne accorge troppo tardi.



Le sei fasi, dallo stampo al trasporto, che compongono il cronoprogramma completo.

Indice

- [Che cosa significa davvero «lead time» in un preventivo per magneti](#)
- [Le sei fasi del lead time dei magneti souvenir personalizzati](#)
- [Come pianificare a ritroso partendo da una stagione, un evento o una campagna](#)
- [Ordini urgenti per magneti promozionali: cosa si comprime e cosa no](#)
- [Nuovo design, ordine ripetuto o variante: quali fasi si applicano](#)
- [Adempimenti di conformità e doganali sul percorso critico](#)
- [FAQ](#)
- [Punti chiave](#)

Che cosa significa davvero «lead time» in un preventivo per magneti

Due preventivi possono mostrare lo stesso numero e descrivere cose diverse. Gli annunci pubblici dei fornitori per i magneti in PVC morbido fanno partire il conteggio da eventi diversi: alcuni dalla «conferma del layout», altri dalla ricezione della quota per il campione, altri ancora dall'approvazione del campione più l'acconto. Anche il punto in cui fermano il conteggio varia. Il «tempo di produzione» di solito termina quando la merce lascia la fabbrica, non quando arriva a destinazione.

Prima di confrontare i fornitori, definisci per iscritto tre elementi:

- **Evento di avvio.** Quale azione da parte tua avvia il conteggio: approvazione del file grafico, pagamento o approvazione del campione fisico.
- **Evento di chiusura.** Franco fabbrica, caricata in porto o consegnata al tuo magazzino.
- **Esclusioni.** Se la cifra copre la rielaborazione dello stampo, la nuova campionatura dopo un errore di colore e i test presso laboratori di terze parti. Molti preventivi escludono tutte e tre le voci.

Se stai ancora valutando se il PVC morbido stampato sia adatto al tuo design, la pagina prodotto dedicata ai [magneti da frigorifero 3D in gomma](#) descrive le scelte di materiale, dimensioni e supporto. Questo articolo dà per scontata questa decisione e si concentra solo sui tempi.

Le sei fasi del lead time dei magneti souvenir personalizzati

1. Creazione dello stampo

Un magnete in PVC morbido stampato si ottiene riempiendo uno stampo di PVC liquido, quindi ogni nuova forma richiede un nuovo stampo. Questa fase inizia solo quando la fabbrica dispone di un file grafico da incidere, cioè definitivo e pulito in formato vettoriale. Il ritardo più comune qui non è l'incisione ma le modifiche tardive: cambiare un contorno o aggiungere un dettaglio dopo che lo stampo è stato tagliato spesso significa tagliarlo di nuovo. Gli ordini ripetuti che riutilizzano una attrezzatura esistente saltano del tutto questa fase, ed è il vantaggio di tempo più grande in assoluto di un programma di riordino.

2. Setup dei colori

Ogni colore di un magnete in PVC morbido viene riempito e polimerizzato in un passaggio a sé stante. Più colori significano quindi più passaggi per pezzo e più possibilità che un colore manchi il target. L'abbinamento a un riferimento cromatico denominato, come il Pantone, aggiunge un ciclo di conferma. Se la data è stretta, la leva più rapida a disposizione è eliminare uno o 2 colori a cui puoi rinunciare, perché così si accorciano sia la campionatura sia lo stampaggio in serie.

3. Cicli di campionatura

Questa è la fase in cui di solito i programmi scivolano, perché ogni revisione fa ripartire una parte del conteggio. Il campione fisico deve anche viaggiare con corriere, e se rispedisci i commenti per posta o aspetti un secondo campione, quel transito si ripete. Prevedi almeno un ciclo di revisione in più rispetto a quello che ti aspetti. Per risparmiare tempo, approva colore e forma da foto e video nitidi scattati alla luce del giorno, e riserva il campione fisico per l'approvazione finale. Cosa devono verificare i revisori prima dell'approvazione è descritto nella pagina prodotto, quindi non viene ripetuto qui.



Ogni colore è un passaggio separato di riempimento e polimerizzazione, motivo per cui il numero di colori incide sui tempi.

4. Stampaggio in serie

Una volta approvato il campione e rispettate le condizioni di pagamento, il tempo di stampaggio in serie dipende da quattro fattori: quantità, numero di colori, numero di SKU nell'ordine e quanto è saturo il calendario della fabbrica. Una serie souvenir di 12 design richiede più tempo di un singolo design con la stessa quantità totale, perché ogni design richiede il proprio cambio stampo e setup dei colori. Chiedi al fornitore come cambia il tempo di stampaggio se dividi la serie in un'ondata prioritaria e una successiva.

5. Applicazione del magnete e finitura

Il supporto è un foglio magnetico flessibile fustellato sul contorno e incollato, oppure un magnete rigido inserito nel corpo. L'incollaggio deve polimerizzare prima dell'imballaggio, e il taglio, l'ispezione e l'insacchettamento vengono dopo. Se il design usa magneti piccoli e separabili, questa fase può anche attivare i test di laboratorio descritti più avanti, che spesso richiedono più tempo dell'applicazione stessa.

6. Imballaggio, trasporto e dogana

Corriere express, trasporto aereo e trasporto via mare differiscono di molto più di pochi giorni, e la scelta di solito decide se una data stretta è raggiungibile. Anche la classificazione doganale va definita prima della spedizione. Le linee guida tariffarie di Regno Unito e UE collocano i magneti da frigorifero costituiti da un magnete più un elemento decorativo nelle sottovoci 8505 11 00 to 8505 19 90, ma la classificazione segue l'articolo funzionale se il magnete è applicato a qualcosa come un apribottiglie o un timer [Avviso tariffario GOV.UK 15^{\[3\]}](#). Aggiungere tardivamente una variante con apribottiglie può quindi modificare la documentazione dello spedizioniere e l'aliquota doganale. L'incertezza sui dazi, del resto, non è nuova: la stima PPAI per il 2024 di \$26,78 miliardi di vendite è stata raggiunta «nonostante le pressioni economiche e l'incertezza tariffaria in corso» [Stima delle vendite PPAI per il 2024^{\[4\]}](#). Verifica l'aliquota applicabile al momento dell'importazione, non al

momento in cui effettui l'ordine.

Come pianificare a ritroso partendo da una stagione, un evento o una campagna

La pianificazione a ritroso significa partire dalla data che non può spostarsi e sottrarre ogni fase finché si arriva al giorno in cui bisogna inviare il file grafico definitivo. La data fissa cambia in base al tipo di progetto:

- **Stagione turistica:** la data entro cui il riallestimento al dettaglio deve essere completato, cioè prima del primo weekend di punta, non in coincidenza con esso.
- **Evento o fiera:** la data entro cui la merce deve arrivare alla sede dell'evento o al banco servizi dell'espositore. Gli eventi non ammettono margini, quindi trattala come una data assoluta.
- **Lancio di una campagna:** la data entro cui i team sul campo o i punti vendita partner devono ricevere i kit, che precede il lancio pubblico.

Poi procedi a ritroso:

1. **Sottrai il margine di destinazione.** Include ricezione, conteggio, eventuale kitting e distribuzione a negozi o agenti.
2. **Sottrai trasporto e dogana** per la modalità che userai effettivamente. Chiedi la stima dei tempi di transito allo spedizioniere, non alla fabbrica.
3. **Sottrai imballaggio e applicazione del magnete,** più i test di laboratorio se il tuo design li richiede.
4. **Sottrai lo stampaggio in serie** per la quantità reale e il numero di SKU.
5. **Sottrai la campionatura,** inclusi i transiti del corriere in andata e ritorno e almeno un ciclo di revisione.
6. **Sottrai setup dei colori e creazione dello stampo** se il design è nuovo.
7. **Sottrai il tuo tempo di approvazione interna.** Conta quanto tempo richiedono davvero il marketing, l'ufficio legale o l'approvazione del licenziante, non quanto dovrebbero richiederne.

Il risultato è la tua scadenza per il file grafico. Se questa data è già passata, consulta le opzioni urgenti qui sotto prima di modificare il lancio.



La pianificazione a ritroso parte dalla data fissa di consegna e sottrae ogni fase.

Usa questo foglio di lavoro con il fornitore e lo spedizioniere. Lascia vuote le durate finché ciascuna parte non le ha quotate per iscritto.

Fase	Chi la quota	Inizia quando	Causa comune di slittamento
Creazione dello stampo	Fabbrica	Ricezione del file grafico vettoriale definitivo	Modifiche al contorno dopo il taglio dello stampo
Setup dei colori	Fabbrica	Stampo pronto, riferimenti cromatici confermati	Riferimento cromatico poco chiaro, troppi colori
Cicli di campionatura	Fabbrica + corriere	Setup dei colori completato	Approvazione interna lenta, commenti inviati per posta
Stampaggio in serie	Fabbrica	Campione approvato e condizioni di pagamento rispettate	Molti SKU, chiusure festive della fabbrica
Applicazione del magnete e imballaggio	Fabbrica	Stampaggio completato	Modifiche tardive a grafica o etichette dell'imballaggio
Test di laboratorio (se necessari)	Laboratorio di terze parti	Campioni di prova ricevuti	Coda del laboratorio, test non superato che richiede una rielaborazione
Trasporto e dogana	Spedizioniere / broker	Merce affidata allo spedizioniere	Chiusura del carico della nave superata, richieste di classificazione
Margine di destinazione	Tu	Merce consegnata	Kitting e distribuzione nei punti vendita

Tieni conto dei calendari festivi delle fabbriche quando programmi. La chiusura per il Capodanno lunare in molti stabilimenti cinesi incide sugli ordini effettuati settimane prima, perché le fabbriche cercano di smaltire l'arretrato prima e ripartono lentamente dopo.

Ordini urgenti per magneti promozionali: cosa si comprime e cosa no

Alcune fasi si possono accorciare decidendo rapidamente. Altre sono processi fisici o code di terze parti che il denaro non può accelerare.

Leva	Fase che accorcia	Compromesso
Riutilizzare uno stampo o una forma esistente	Creazione dello stampo	Limita la libertà progettuale
Ridurre il numero di colori	Setup dei colori, campionatura, stampaggio in serie	Grafica più semplice
Approvare da foto e video, poi confermare con il campione fisico	Transito dei campioni	Qualche rischio su texture e colore sotto luci diverse
Dividere la serie in ondate prioritarie e successive	Stampaggio in serie per la prima ondata	Due spedizioni, due costi di trasporto
Spedizione frazionata: parte per via aerea, il resto via mare	Trasporto per le prime unità	Costo unitario più alto sulla parte via aerea
Invia presto i campioni pre-produzione al laboratorio	I test si sovrappongono allo stampaggio in serie	Un errore comporta la rielaborazione di merce già prodotta

Alcune fasi non si possono comprimere. Il tempo di polimerizzazione, la coda dei test del laboratorio, le verifiche doganali e le scadenze di carico delle navi dello spedizioniere restano fissi, indipendentemente da quanto sia urgente l'ordine. Se un fornitore promette di accorciarne una, chiedigli per iscritto come intende farlo.



Una spedizione frazionata porta le prime unità in tempo, mentre il resto viaggia via mare.

Nuovo design, ordine ripetuto o variante: quali fasi si applicano

Fase	Nuovo design	Ordine ripetuto, stesso stampo	Variante di colore su uno attrezzatura esistente
Creazione dello stampo	Sì	No	No
Setup dei colori	Sì	Di solito no (riutilizza i colori approvati)	Sì, per i nuovi colori
Cicli di campionatura	Completo	Verifica facoltativa rispetto al campione conservato	Accorciato, solo colore
Stampaggio in serie	Sì	Sì	Sì
Applicazione del magnete e imballaggio	Sì	Sì	Sì
Test di laboratorio	Se rientra nell'ambito	Verifica se i rapporti esistenti coprono ancora i materiali	Se si usano nuovi pigmenti o materiali
Trasporto e dogana	Sì	Sì	Sì

Destinazioni e musei che vendono gli stessi design ogni stagione sono quelli che ne traggono il maggior vantaggio da questa tabella. Approvare i design una volta sola e riordinare in base a un campione conservato elimina le due fasi più variabili dalla pianificazione. Come gli ordini ripetuti incidono sui costi è spiegato nella [pagina prodotto dei magneti da frigorifero 3D in gomma personalizzati](#).

Adempimenti di conformità e doganali sul percorso critico

Questa sezione descrive solo come la conformità incide sui tempi. L'elenco completo dei documenti da richiedere appartiene al tuo brief d'acquisto, come descritto nella pagina prodotto.

Magneti separabili. Negli Stati Uniti, 16 CFR parte 1262 si applica ai prodotti magnetici interessati fabbricati dopo il 21 ottobre 2022. Qualsiasi magnete sciolto o separabile che rientri interamente nel cilindro per piccole parti deve avere un indice di flusso inferiore a $50 \text{ kG}^2 \cdot \text{mm}^2$ [16 CFR, parte 1262^{\[5\]}](#). La CPSC avverte che quando due o più di questi magneti vengono ingeriti si attraggono reciprocamente all'interno del corpo, e molti casi hanno richiesto un intervento chirurgico [Centro di sicurezza per i magneti della CPSC^{\[6\]}](#). Anche i magneti da frigorifero non sono esclusi per categoria. Nel 2026 la CPSC ha annunciato il richiamo di magneti da frigorifero a forma di orso perché «contengono magneti sciolti che comportano un rischio di ingestione per i bambini e possono attirare bambini o adolescenti» [Avviso di richiamo della CPSC^{\[7\]}](#). Ai fini dei tempi, la scelta più sicura è un design con supporto flessibile completamente incollato e senza piccoli magneti che possano staccarsi, da decidere prima che lo stampo venga tagliato.

Test sui prodotti per bambini. Se un design è destinato a bambini di età pari o inferiore a 12, i test diventano una fase obbligatoria con una propria coda di laboratorio. I giocattoli devono rispettare ASTM F963 secondo 16 CFR parte 1250 [Linee guida della CPSC sulla sicurezza dei giocattoli^{\[8\]}](#). I componenti accessibili dei prodotti per bambini non possono contenere più di 100 ppm di piombo [Linee guida della CPSC sul contenuto totale di piombo^{\[9\]}](#), e i giocattoli e gli articoli per la cura dei bambini non possono contenere più di 0,1 % di determinati ftalati [Linee guida della CPSC sugli ftalati^{\[10\]}](#). Prenota la capacità del laboratorio quando approvi il campione, non quando lo stampaggio in

serie è terminato.

Tracciabilità UE. Il Regolamento generale sulla sicurezza dei prodotti (GPSR) dell'UE si applica dal 13 dicembre 2024. La guida della Commissione, pubblicata il 21 novembre 2025, conferma che copre i prodotti immessi sul mercato dell'UE indipendentemente dal luogo di fabbricazione [Guida GPSR dell'UE^{\[11\]}](#). I dettagli sulla tracciabilità e le informazioni di contatto del responsabile UE devono comparire sul prodotto o sulla sua confezione, quindi finalizza la grafica dell'imballaggio prima dell'inizio del confezionamento. Modificarla in quel momento blocca l'intera spedizione.

FAQ

FAQ: qual è la fase più lunga nel cronoprogramma di un magnete souvenir personalizzato?

Per un nuovo design spedito via mare, trasporto e campionatura sono di solito le due fasi più lunghe e meno prevedibili. Il trasporto dipende dalla modalità e dalla rotta. La campionatura dipende da quanti cicli di revisione servono e da quanto rapidamente il tuo team approva. Chiedi al fornitore e allo spedizioniere stime scritte separate, anziché una cifra unica combinata.

FAQ: il lead time parte quando pago o quando approvo il file grafico?

Dipende dal fornitore, e gli annunci pubblici fanno partire il conteggio da eventi diversi. Scrivi l'evento di avvio nell'ordine d'acquisto, ad esempio «la produzione in serie inizia con l'approvazione scritta del campione più l'acconto», così entrambe le parti misurano la stessa cosa.

FAQ: come posso accorciare il lead time di campionatura dei magneti in PVC?

Invia il file vettoriale definitivo una sola volta anziché in più versioni, riduci il numero di colori, fornisci riferimenti cromatici esatti e approva da foto e video alla luce del giorno prima che arrivi il campione fisico. Inviare i commenti via email lo stesso giorno in cui ricevi il campione elimina il ritardo più evitabile.

FAQ: un ordine urgente può saltare il campione?

Saltare il campione sposta il rischio sulla produzione in serie, dove un errore di colore o di contorno interessa l'intero ordine. Un approccio più sicuro è approvare un campione pre-produzione da foto, avviare lo stampaggio in serie e conservare il campione fisico come riferimento per l'ispezione.

FAQ: gli ordini ripetuti sono più veloci dei primi ordini?

Di solito sì. Un ordine ripetuto su uno attrezzatura esistente salta la creazione dello stampo e gran parte del setup dei colori, e può essere verificato rispetto al campione approvato conservato. Chiedi al fornitore di confermare che lo stampo sia conservato e di quotare separatamente i tempi del riordino.

FAQ: quale programma di consegna per l'ordine di magneti in serie devo comunicare al fornitore?

Indica una data fissa di consegna, l'indirizzo di consegna e la modalità di trasporto, e specifica se sono accettate spedizioni parziali. In caso affermativo, indica quali SKU e quantità devono arrivare per primi. Questo consente a fabbrica e spedizioniere di pianificare un'ondata prioritaria invece di tirare a indovinare.

Punti chiave

- **La domanda di souvenir è concentrata, quindi perdere la finestra costa più del prezzo unitario** — un magnete da museo venduto in circa 490,000 unità in un anno ([Fonte](#))
- **Prevedi margini per trasporto e dazi, perché le condizioni di fornitura promozionale sono volatili** — 2025 US: le vendite promozionali sono cresciute solo del 1,3 % fino a \$27,1 miliardi, con dazi e trasporti citati come fattori di freno ([Fonte](#))
- **Evita magneti piccoli e separabili nel design per eliminare un rischio di test** — i magneti separabili nell'ambito devono restare sotto un indice di flusso di $50 \text{ kG}^2 \cdot \text{mm}^2$ ([Fonte](#))
- **Prenota il tempo di laboratorio in anticipo per tutto ciò che è progettato per bambini** — i componenti accessibili sono limitati a 100 ppm di piombo ([Fonte](#))
- **Finalizza i dettagli UE dell'imballaggio prima dell'inizio del confezionamento** — il GPSR si applica dal 13 dicembre 2024 ([Fonte](#))
- **Ricontrolla la classificazione doganale quando aggiungi varianti funzionali** — i magneti da frigorifero con magnete più decorazione rientrano nelle sottovoci 8505 11 00 to 8505 19 90 ([Fonte](#))

Conclusione

Trattare il lead time come un unico numero è ciò che rende in ritardo gli ordini di souvenir e di regali aziendali. Separalo in stampo, colore, campionatura, stampaggio in serie, applicazione e trasporto. Stabilisci per ciascuna fase un evento scritto di avvio e di chiusura, poi pianifica a ritroso partendo da una data che non può spostarsi, e saprai qual è la tua vera scadenza per il file grafico prima di approvare la prima bozza. Se hai già una stagione, un evento o una data di lancio, condividila insieme al numero di design e alla destinazione di consegna tramite la pagina dedicata ai [magnetici da frigorifero 3D in gomma](#). Quoteremo ogni fase separatamente, così potrai verificare il piano con il tuo calendario prima di impegnarti.

Note

1. China Tourism Academy, commento sulle vendite di magneti souvenir culturali e creativi. <https://www.ctaweb.org.cn/en/redianpinglun/10033.html> ↵
2. PPAI, «Sales Volume Estimate: Promo Reaches New Height but Hampered by External Volatility» (stima del volume di vendite: la promozione raggiunge nuovi livelli ma è frenata dalla volatilità esterna), 12 gennaio 2026. <https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-promo-reaches-new-height-but-hampered-by-external-volatility/> ↵
3. GOV.UK, «Magnetici (Avviso tariffario 15)», 6 aprile 2022. <https://www.gov.uk/guidance/magnets-tariff-notice-15> ↵
4. PPAI, «Stima del volume di vendite: crescita moderata nel 2024 ma restano motivi di ottimismo», 20 febbraio 2025. <https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-modest-growth-in-2024-but-reasons-for-optimism-remain/> ↵
5. eCFR, 16 CFR, parte 1262, Standard di sicurezza per i magneti (87 FR 57789, 21 settembre 2022). <https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-II/subchapter-B/part-1262> ↵
6. Commissione statunitense per la sicurezza dei prodotti di consumo, Centro di educazione sulla sicurezza dei magneti. <https://www.cpsc.gov/Safety-Education/Safety-Education-Centers/Magnets> ↵
7. US CPSC, richiamo di magneti da frigorifero a forma di orso per violazione dello standard obbligatorio sui magneti, 2026.

<https://www.cpsc.gov/Recalls/2026/SHEIN-Distribution-Corporation-Recalls-Bear-Shaped-Refrigerator-Magnets-Due-to-Risk-of-Serious-Injury-or-Death-from-Magnet-Ingestion-Violate-Mandatory-Standard-for-Magnets> ↵

8. US CPSC, Linee guida aziendali sulla sicurezza dei giocattoli (ASTM F963, 16 CFR parte 1250).
<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/Toy-Safety> ↵
9. US CPSC, Linee guida aziendali sul contenuto totale di piombo (CPSIA, sezione 101).
<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/Lead/Total-Lead-Content> ↵
10. US CPSC, Linee guida aziendali sugli ftalati (16 CFR parte 1307).
<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/Business-Guidance/Phthalates> ↵
11. Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, linee guida della Commissione sul regolamento (UE) 2023/988 (GPSR), C/2025/6233, 21 novembre 2025.
<https://eur-lex.europa.eu/eli/C/2025/6233/oj/eng/pdf> ↵

ottobre 21, 2026