

Dopo FESPA 2026: cosa ha confermato e cosa *cambia*

Un'analisi sul futuro della serigrafia e della stampa digitale tessile, scritta a fiera conclusa, con i dati in mano. Per chi c'era a Barcellona e per chi non ci è potuto andare.

GIUGNO 2026

ORIZZONTE 2028

FONTI VERIFICABILI

DATI INDIPENDENTI

SERIGRAFIA

STAMPA DIGITALE

APPLICAZIONI INDUSTRIALI

CONTENUTI →

Cosa ha confermato FESPA

Cosa non era previsto

La serigrafia nel 2026–28

Elettronica stampata

Segmenti tessili

Dove si fa il margine

Modelli di business

Previsioni 2027–28

NOTA METODOLOGICA

Questa analisi confronta le previsioni di un articolo scritto prima di FESPA 2026 con quanto effettivamente accaduto a Barcellona (19–22 maggio 2026). I dati di mercato provengono da analisti indipendenti: Smithers, Persistence Market Research, Verified Market Reports, 360iResearch, Research and Markets. Le cifre tra report diversi divergono spesso, perché ciascuno misura un perimetro diverso. Ogni volta che questo accade, viene segnalato. Non è un difetto dell'analisi: è la realtà di un settore in cui i numeri vanno sempre letti insieme al contesto che li produce.

PARTE 01 — VERIFICA DELLE PREVISIONI

FESPA 2026: cosa ha confermato le previsioni

BARCELLONA, 19–22 MAGGIO 2026

Chi è andato a FESPA 2026 sapeva già, almeno in parte, cosa avrebbe trovato. Le previsioni circolavano da mesi: più espositori, più eventi co-localizzati, più attenzione al tessile. La fiera che si è aperta il 19 maggio alla Fira de Barcelona Gran Via ha confermato queste aspettative — ma con una intensità che in pochi avevano messo a fuoco fino in fondo.

Oltre 550 espositori, più di 14.000 visitatori internazionali, sei eventi sotto lo stesso tetto: Global Print Expo, European Sign Expo, Personalisation Experience, WrapFest, il nuovo Corrugated dedicato al packaging, e — novità di peso — Textile, un'area autonoma interamente dedicata alla stampa su tessuto e alla garment decoration. Non un padiglione laterale, non un'appendice: un evento con una sua identità, con i suoi relatori, le sue demo, il suo pubblico.

Chi è andato a FESPA solo per guardare macchine si è trovato in un posto diverso da quello che ricordava. Chi è andato per capire dove sta andando il settore ha avuto molto materiale su cui lavorare.

I NUMERI DEL MERCATO: UNA MAPPA DA LEGGERE CON ATTENZIONE

Prima di entrare nei dettagli tecnologici, vale la pena fermarsi sui numeri — perché quelli che circolano sul mercato della stampa tessile sono spesso fonte di confusione, e quella confusione ha un costo concreto: porta a decisioni basate su aspettative sbagliate.

L'articolo previsionale citava una crescita del mercato tessile globale da 178 miliardi di dollari nel 2023 a 226 miliardi nel 2026, con il segmento digitale che saliva da 31 a 42 miliardi nello stesso periodo. Sono numeri reali, ma rappresentano il perimetro più ampio possibile: includono il valore di tutto il tessuto stampato nel mondo, con qualsiasi tecnologia.

Restringendo il perimetro al solo hardware e consumabili per la stampa digitale tessile industriale, le stime scendono a 3–4 miliardi di dollari nel 2026, con un tasso di crescita annuo composto (CAGR) tra il 6 e il 7%. Il mercato della sola stampa diretta su film (DTF) valeva circa 2,85 miliardi nel 2025. La serigrafia industriale — misurata separatamente — valeva 4,67 miliardi nel 2025 con proiezione a 7,08 miliardi entro il 2034.

DA TENERE A MENTE

Chi cita "il mercato da 200 miliardi" e chi cita "il mercato da 3 miliardi" non si contraddicono: parlano di perimetri diversi. La crescita è reale in tutti i segmenti. Ma la dimensione concreta del mercato in cui opera ogni singolo stampatore è molto più contenuta di quella che certi comunicati stampa lasciano intendere.

SEGMENTO MISURATO	VALORE STIMATO 2026	Fonte / Perimetro
Mercato tessile globale (valore prodotto finito)	~226 miliardi \$	Perimetro ampio — tutto il tessile stampato
Stampa tessile digitale (hardware + consumabili)	3–4 miliardi \$	Perimetro stretto — solo digitale industriale
Serigrafia industriale	~4,67 miliardi \$	Verified Market Reports
DTF printing market	~2,85–3,03 miliardi \$	360iResearch / ResearchAndMarkets

IL DTF A FESPA: PROTAGONISTA CONFERMATO, CON UNA NOVITÀ IMPORTANTE

Il DTF era stato indicato come uno dei temi centrali della fiera. Lo è stato. Ma c'era un elemento che l'articolo previsionale aveva solo intravisto — e che a Barcellona si è materializzato in modo più concreto del previsto: il debutto industriale credibile del sistema senza polvere.

Polyprint, produttore greco di sistemi per la stampa digitale tessile, ha presentato per la prima volta al pubblico il proprio sistema DTF senza polvere. La novità tecnica è l'integrazione dell'adesivo liquido DuPont Artistri JA1100, un adesivo jettabile depositato direttamente dalle testine insieme agli inchiostri, eliminando la fase di applicazione della polvere adesiva e lo shaker. Il sistema sostituisce un processo fisicamente invasivo — polvere dispersa nell'ambiente, particolato, manutenzione degli agitatori — con una deposizione controllata e digitalmente precisa.

Fin qui la parte tecnica. La parte che cambia davvero il quadro è un'altra: l'adesivo DuPont Artistri JA1100 ha già ottenuto la certificazione OEKO-TEX ECO PASSPORT e l'approvazione ZDHC, Zero Discharge of Hazardous Chemicals. Non si tratta di una promessa di laboratorio, ma di un prodotto che ha già superato i test di conformità chimica richiesti dalle filiere dei brand strutturati europei. È la differenza tra "funziona sulla carta" e "posso portarlo a un buyer che chiede documentazione REACH."

La disponibilità commerciale nel mercato UK è prevista dal Q3 2026. Il prezzo non è ancora stato comunicato ufficialmente. Ma il debutto è avvenuto, e non è stato solo scenografico.

Il powderless non è più solo sperimentazione. Ha fatto il suo debutto industriale verificabile, con una certificazione chimica indipendente già ottenuta prima della fiera. Il calendario si è accelerato rispetto alle previsioni.

L'AI A FESPA: PRESENTE, MA NON ANCORA DOVE CONTA DI PIÙ

L'articolo previsionale aveva collocato l'intelligenza artificiale al centro dell'evoluzione produttiva. FESPA 2026 ha confermato questa direzione, ma con una sfumatura che vale la pena registrare: l'AI più presente in fiera era ancora quella "di superficie" — generazione di grafiche, supporto al customer service, ottimizzazione del web-to-print, mockup automatizzati. Utile, certamente. Ma non ancora quella che agisce dentro il cuore del processo produttivo.

La manutenzione predittiva, il controllo qualità automatizzato in linea, la gestione intelligente dei flussi di produzione erano presenti nelle conferenze e nelle conversazioni. Raramente nella proposta commerciale diretta degli espositori. Il potenziale c'è, il mercato lo vede, ma l'adozione industriale di massa è ancora qualche anno avanti. Per chi lavora in produzione, questo è in realtà un dato interessante: chi inizia a costruire infrastruttura digitale adesso è in una posizione più forte quando queste tecnologie diventeranno accessibili a costi ragionevoli.

PARTE 02 — FATTORI NON PREVISTI

Cosa l'articolo previsionale non aveva catturato

Nessuna previsione è completa. Ce ne sono due che meritano di essere segnalate, perché hanno già cambiato il contesto operativo di chi lavora nel settore.

I DAZI AMERICANI: UN FATTORE ESTERNO CHE HA COLPITO LA FILIERA DTF

Tra i fattori non contemplati nell'articolo previsionale c'è l'effetto delle politiche commerciali statunitensi del 2025. I dazi su macchinari e consumabili per la stampa digitale — con percentuali che in alcuni segmenti arrivano al 25% — hanno compresso i margini lungo tutta la catena del DTF, dal produttore di macchine al print service provider finale. Questo ha accentuato una pressione che già esisteva, aggiungendo un vettore esterno che nessuna analisi di mercato poteva prevedere con certezza. Il risultato pratico è che i costi di ingresso nel DTF sono saliti, e i margini di chi aveva già

investito si sono assottigliati ulteriormente per effetto dei rincari sui consumabili importati.

LA SATURAZIONE DEL DTF: NON UNA PROIEZIONE FUTURA, MA UNA REALTÀ GIÀ IN ATTO

L'articolo previsionale avvertiva del rischio di inflazione del mercato DTF. Quello che non era ancora misurabile al momento della stesura era la velocità con cui quella saturazione si è materializzata. Nel 2025, in molti mercati europei e nordamericani, la proliferazione di operatori DTF entry-level aveva già innescato le dinamiche tipiche dei mercati commoditizzati: guerra dei prezzi, compressione dei margini, difficoltà strutturale a differenziarsi su qualcosa che tutti offrono.

Il dato di mercato è eloquente: il DTF printing ha un CAGR del 6–6,5% fino al 2030. Cresce. Ma cresce in un mercato con un numero di operatori molto più alto rispetto a tre anni fa. Un mercato da 2,85 miliardi di dollari diviso tra molti più player produce margini unitari molto più bassi per ciascuno. Chi è entrato nel DTF con le aspettative di redditività dei pionieri del 2021–2023 si è trovato in un contesto strutturalmente diverso.

PUNTO CRITICO

Il DTF generico, senza un posizionamento specifico, è diventato una commodity. E le commodity, in tutti i settori, hanno una sola direzione per i prezzi: verso il basso. Questo non significa che il DTF sia un errore — significa che il DTF senza differenziazione lo è.

PARTE 03 — ANALISI CENTRALE

La serigrafia nel 2026–2028: senza retorica

PARTIAMO DAI NUMERI, PRIMA DI QUALSIASI ALTRA COSA

C'è una tentazione diffusa, quando si parla del futuro della serigrafia, di scivolare verso la retorica — in un senso o nell'altro. Da un lato chi dipinge la serigrafia come un'arte in estinzione, travolta dall'onda digitale. Dall'altro chi la difende con un orgoglio che a volte assomiglia più a un riflesso condizionato che a un'analisi di mercato. I numeri, quando si leggono con attenzione, raccontano una storia più interessante di entrambe le narrative.

SEGMENTO	VALORE 2025	PROIEZIONE	CAGR
Screen printing (perimetro ampio)	4,87 miliardi \$	9,53 miliardi \$ (2030)	14,3%
Serigrafia industriale	4,67 miliardi \$	7,08 miliardi \$ (2034)	5,1%
Tessile/abbigliamento screen print	16,82 miliardi \$	20,19 miliardi \$ (2030)	~3,7%
Elettronica stampata (tutti i processi)	17,76 miliardi \$	105,86 miliardi \$ (2034)	22,16%

Questi non sono i numeri di un settore in declino. Sono i numeri di un settore in trasformazione — che cresce, ma in modo disomogeneo, favorendo chi si posiziona nei segmenti giusti e penalizzando chi resta nel mezzo senza una specializzazione chiara.

I TERRENI CEDUTI: ONESTÀ PRIMA DI TUTTO

Parlare del futuro della serigrafia senza riconoscere i terreni ceduti sarebbe disonesto, e non aiuterebbe nessuno a prendere decisioni migliori. Ci sono segmenti dove il passaggio al digitale non è reversibile, non perché la serigrafia faccia un lavoro peggiore in assoluto, ma perché la struttura dei costi non regge il confronto su certi tipi di commesse.

Le **basse tirature con grafica variabile** sono il caso più evidente. Il DTF, il DTG e la sublimazione gestiscono le micro-commesse con soggetti personalizzati in modo strutturalmente più efficiente: nessun setup, nessuna cornice da preparare, nessun avviamento. Competere su dieci pezzi con quattro soggetti diversi contro una macchina DTF con ottimizzazione automatica del film non è una battaglia di processo: è una battaglia persa sul terreno sbagliato.

Stesso discorso per l'**e-commerce e la produzione on-demand generica**. Il modello "ordine online, stampa, spedisce entro 48 ore" con soggetti variabili è stato catturato dal digitale in modo definitivo. Le **campionature e i prototipi** rientrano nella stessa logica: il costo del setup — preparazione della cornice, emulsione, esposizione della matrice, registrazione, avviamento, pulizia — su commesse singole è strutturalmente svantaggiato rispetto a qualsiasi tecnologia digitale senza setup.

Riconoscere questo non è sconfitta. È la premessa necessaria per capire dove invece la serigrafia ha ancora terreno solido sotto i piedi — e dove conviene investire le proprie energie.

TERRENI STRUTTURALMENTE CEDUTI

- Basse tirature con grafica variabile
- Personalizzazione one-to-one
- E-commerce on-demand generico
- Campionature e prototipi
- Grafiche fotografiche su piccoli lotti
- Ordini urgenti multisoggetto

POSIZIONI ANCORA SOLIDE

- Alte tirature omogenee (500+ pz)
- Effetti speciali e paste tattili
- Bianco ad alta coprenza su scuro
- Inchiostri funzionali (conduttivi, ecc.)
- Substrati tecnici non tessili
- Processi ibridi con digitale

DOVE LA SERIGRAFIA DOMINA — E PER RAGIONI FISICHE, NON CULTURALI

Qui molte analisi si fermano troppo presto, liquidando la questione con un generico "la serigrafia sopravviverà nelle alte tirature." È vero, ma è solo una parte del quadro.

Le **alte tirature omogenee** sono il territorio più ovvio. La logica del costo unitario serigrafico su grandi volumi — oltre le 500–1.000 unità per soggetto stabile — rimane imbattuta. I costi fissi del setup vengono assorbiti su un numero elevato di pezzi, producendo un costo unitario che nessuna tecnologia digitale di massa raggiunge oggi su substrati di cotone standard. Su una commessa da 5.000 t-shirt monocolori, la serigrafia batte il DTF sul costo di produzione in modo netto.

Gli **effetti speciali e le paste tattili** sono il territorio più interessante — e quello più sottovalutato nelle analisi di settore. Il deposito di inchiostro serigrafico è fisicamente diverso da qualsiasi deposito digitale. Il puff, il glitter, l'effetto gel, le paste foaming, il soft plastisol ad alta coprenza, i metallizzati con brillantezza specifica: non sono replicabili digitalmente con lo stesso risultato. Questo non è un limite temporaneo della tecnologia digitale, destinato a essere superato tra qualche anno: è una differenza fisica nel modo in cui l'inchiostro si deposita e polimerizza sul substrato. Il mercato degli effetti speciali serigrafici non sparirà entro il 2028. Probabilmente non sparirà entro il 2035.

Il **bianco ad alta coprenza su substrato scuro** è un terzo territorio di vantaggio. Il bianco serigrafico su fondo scuro continua a dare risultati di coprenza e stabilità al lavaggio superiori al bianco digitale nella maggior parte delle configurazioni di produzione di massa. Il DTF ha migliorato molto su questo fronte, ma il confronto su tirature elevate rimane favorevole alla serigrafia in termini di resa, costo per pezzo e affidabilità del processo.

L'elettronica stampata: il mercato che cambia la lettura

C'è un mercato dove la serigrafia non solo sopravvive, ma domina. Un mercato con tassi di crescita che fanno impallidire qualsiasi segmento del tessile. Un mercato di cui quasi nessuna rivista di settore parla quando si rivolge ai serigrafici, probabilmente perché chi fa magliette e chi fa circuiti stampati non si incontrano mai alle stesse fiere. Quel mercato è l'elettronica stampata.

IL DATO CHE CAMBIA LA PROSPETTIVA

Il mercato globale dell'elettronica stampata valeva 17,76 miliardi di dollari nel 2025 e si proietta a 105,86 miliardi entro il 2034, con un CAGR del 22,16% (Fortune Business Insights). La serigrafia detiene il 26,59% di questo mercato nel 2026, posizionandosi come tecnologia dominante per la deposizione di inchiostri conduttivi, semiconduttori e isolanti su substrati rigidi e flessibili.

Non si tratta di magliette. Si tratta di circuiti stampati e PCB, tag RFID e antenne, sensori flessibili per wearable e dispositivi medicali, celle fotovoltaiche — dove la serigrafia deposita i contatti metallici di argento — display flessibili, packaging intelligente con componenti elettronici integrati, pannelli di controllo per automotive e industria.

Perché la serigrafia è insostituibile in queste applicazioni? La risposta è tecnica: la capacità di depositare strati spessi di inchiostro ad alta viscosità — conduttivi, resistivi, isolanti — con precisione e ripetibilità su superfici non standard non è replicabile dall'inkjet nelle stesse condizioni di volume e costo. Le testine inkjet più avanzate stanno cercando di ridurre questo gap, ma la serigrafia mantiene vantaggi strutturali per tutto ciò che richiede strati ad alta deposizione e inchiostri con reologia complessa.

APPLICAZIONE	SETTORE	NOTE
Contatti conduttivi in argento (finger e busbar)	Fotovoltaico	Standard di produzione per celle solari — filiera legata alla transizione energetica
Circuiti stampati / PCB	Elettronica	Deposito di strati funzionali ad alta viscosità non replicabile dall'inkjet
Tag RFID e antenne	Logistica / retail	Stampa su substrati flessibili in volumi elevati

APPLICAZIONE	SETTORE	NOTE
Sensori flessibili	Wearable / medicale	In forte crescita con la diffusione dell'IoT
Pannelli di controllo	Automotive / industriale	Marcatura funzionale e decorativa in ambiente di produzione
Display flessibili	Consumer electronics	Componente nel processo multi-step per display curvi e leggeri

L'AUTOMOTIVE: UN MERCATO CHE IL VEICOLO ELETTRICO ESPANDE, NON RIDUCE

Il mercato della serigrafia per applicazioni automotive era stimato a 450 milioni di dollari nel 2023. Le applicazioni comprendono la stampa su vetro — sbrinatori, antenne integrate, gradienti di oscuramento — la decorazione di componenti interni, la marcatura funzionale, i circuiti flessibili per l'abitacolo, i sensori di prossimità e touch su superfici di design.

C'è un equivoco comune su questo segmento: l'idea che la transizione al veicolo elettrico riduca la domanda di componenti stampati. È esattamente l'opposto. Un veicolo elettrico ha più elettronica distribuita nell'abitacolo rispetto a un veicolo tradizionale, più display integrati, più sensori — molti dei quali realizzati con tecnologie serigrafiche di precisione. La transizione energetica, in questo senso, è un fattore di crescita per la serigrafia industriale.

IL FOTOVOLTAICO: UNA FILIERA STRUTTURALE

Forse il segmento meno visibile ma più solido per la serigrafia industriale. La deposizione dei contatti di argento — finger e busbar — sulle celle fotovoltaiche avviene ancora oggi in massima parte tramite serigrafia di precisione. Con la crescita del mercato del fotovoltaico globale, questa domanda è strutturalmente legata alla transizione energetica: non alla moda del momento, non al ciclo di vita di una tecnologia di consumo, ma alla necessità di produrre energia rinnovabile su scala crescente.

OPPORTUNITÀ DOCUMENTATA

L'elettronica stampata cresce a un CAGR del 22,16% fino al 2034. La serigrafia ne detiene quasi il 27% del mercato nel 2026. È il segmento con le dinamiche più favorevoli per l'operatore specializzato — e il meno affollato di concorrenza generica.

I segmenti tessili con il miglior rapporto opportunità/rischio

Tornando al tessile — che rimane il cuore dell'attività della maggior parte dei serigrafici — ci sono segmenti che offrono condizioni più favorevoli di altri per chi vuole costruire un posizionamento difendibile nel tempo.

SPORTSWEAR E ABBIGLIAMENTO TECNICO AD ALTA PERFORMANCE

Il mercato dell'abbigliamento sportivo e tecnico ha caratteristiche che favoriscono la serigrafia in modo strutturale. Le tirature sono medie o alte per i brand strutturati. Gli inchiostri richiesti hanno proprietà specifiche — elasticità, traspirabilità, resistenza all'abrasione — che non tutti i processi digitali possono garantire con la stessa affidabilità su scala produttiva. Gli effetti che i brand richiedono — fondi gommati, texture antiscivolo, zone di grip funzionale — non sono replicabili digitalmente con lo stesso risultato. E la filiera è già abituata a ragionare in termini di certificazioni e documentazione tecnica.

La differenza tra una tiratura promozionale da 50 pezzi e la produzione di 2.000 divise per una squadra sportiva con fondo gommato antiscivolamento è la differenza tra un lavoro che il digitale gestisce meglio e un lavoro in cui la serigrafia rimane la scelta più sensata sul piano tecnico ed economico.

WORKWEAR E ABBIGLIAMENTO PROFESSIONALE

Meno glamour dello sportswear, ma strutturalmente più stabile. Il mercato dell'abbigliamento da lavoro — DPI, divise, abbigliamento istituzionale — è fatto di commesse regolari e ripetitive, con quantità che rendono il setup serigrafico economicamente sostenibile e requisiti di durabilità che favoriscono inchiostri plastisol di qualità rispetto a qualsiasi transfer. È un mercato meno soggetto alle fluttuazioni della moda e dei trend, con clienti che tendono a fidelizzarsi quando trovano un fornitore affidabile e tecnicamente competente.

PREMIUM FASHION E TIRATURE LIMITATE DI LUSO

Paradossalmente, la serigrafia trova spazio anche nel segmento più alto del mercato, grazie alla sua capacità di produrre effetti che il digitale non può replicare: stampe in rilievo, texture fisiche, inchiostri metallizzati con una profondità cromatica che nessun

film trasferito raggiunge nello stesso modo. Il mercato del luxury merchandising e delle edizioni limitate di brand fashion è disposto a pagare il costo del setup per un risultato che percepisce — giustamente — come artigianale e non riproducibile in serie con le stesse caratteristiche.

TESSILI TECNICI E FUNZIONALI NON ABBIGLIAMENTO

Un segmento spesso dimenticato nelle discussioni di settore: tessuti per arredamento, tessuti medicali, tessuti per automotive, filtri industriali, materiali compositi. La serigrafia su questi substrati non è in concorrenza con il DTF perché risponde a esigenze completamente diverse, con specifiche tecniche che il mercato della garment decoration semplicemente non richiede. È un territorio con meno concorrenza e margini più difendibili proprio per questo motivo.

PARTE 06 — DOVE SI COSTRUISCE VALORE

Il futuro dei margini: dove si guadagna davvero

LA MACCHINA NON È LA RISPOSTA

C'è un pensiero che circola nel settore, spesso in modo implicito: che comprare la tecnologia giusta sia la risposta al problema della redditività. Che ci sia una macchina — o una combinazione di macchine — che, una volta installata, risolva la questione del margine. Non funziona così. Non ha mai funzionato così, e nel 2026 funziona ancora meno.

Il DTF è l'esempio più recente di questa dinamica. È una tecnologia valida, con applicazioni concrete e vantaggi reali su determinati tipi di lavoro. Ma è diventata accessibile a chiunque abbia una certa disponibilità economica e voglia di provare. Il risultato è un mercato saturo di operatori che offrono lo stesso servizio alla stessa qualità allo stesso prezzo — o meno. Il margine non si costruisce sulla macchina. Si costruisce su quello che la macchina non può fare da sola.

CINQUE LEVE CONCRETE PER COSTRUIRE POSIZIONI DIFENDIBILI

La specializzazione tecnica documentabile è forse la leva più potente, e quella più sottoutilizzata. Non "facciamo serigrafia", ma "siamo specializzati in stampa su substrati tecnici elastici ad alta resistenza con inchiostri certificati REACH e

documentazione di lotto disponibile su richiesta." La differenza non è solo di marketing: è di accesso a un segmento di clientela che non compra dal fornitore più economico, ma da quello che può dimostrare di saper fare esattamente quello che serve, con la documentazione a supporto.

L'integrazione verticale di processo è un'altra direzione concreta. Gli stampatori che fanno solo stampa saranno sempre più esposti alla pressione sui prezzi. Chi integra design, stampa, finitura, confezionamento e logistica crea una proposta complessiva che un competitor low-cost non può replicare facilmente, perché richiederebbe investimenti in competenze e attrezzature che vanno molto oltre una macchina da stampa in più.

I dati di produzione e la tracciabilità stanno diventando un fattore competitivo concreto. Il Digital Product Passport europeo richiederà di dimostrare cosa si è usato per produrre un capo: quali inchiostri, quali processi, quali sostanze. Chi ha già un sistema di raccolta dati integrato con la produzione sarà in vantaggio. Chi non ce l'ha dovrà costruirlo in emergenza, con costi molto più alti.

Le certificazioni come barriera all'ingresso hanno un costo in tempo e denaro, ma creano qualcosa di prezioso: un livello di qualificazione che non tutti possono raggiungere. OEKO-TEX, REACH, conformità PFAS, GOTS non sono timbri da appendere alla parete. Sono filtri che separano i fornitori che certi clienti strutturati possono considerare da quelli che non possono nemmeno mettere in gara.

Il know-how come asset non replicabile è l'ultima leva, e forse la più sottovalutata nell'epoca in cui tutto sembra acquistabile. La carenza di operatori specializzati in serigrafia è un problema reale e diffuso nel settore. Ma per chi quella competenza la possiede — sulla gestione degli inchiostri puff, sul registro multicolore di precisione, sui substrati tecnici speciali — quella carenza è anche una barriera competitiva. Il know-how serigrafico profondo non si acquista con un corso online. Si costruisce con anni di pratica, di errori corretti, di soluzioni trovate in reparto. È qualcosa che i clienti più esigenti sanno riconoscere e per cui sono disposti a pagare.

IL TEMA PFAS: UN RISCHIO NORMATIVO DA GESTIRE ADESSO

I PFAS — sostanze perfluoroalchiliche — presenti in alcuni inchiostri serigrafici, in particolare nelle paste con proprietà idrorepellenti o in certi leganti per applicazioni speciali, sono oggetto di restrizioni normative crescenti in Europa. Il Regolamento REACH ha già inserito alcune categorie di PFAS tra le sostanze soggette ad autorizzazione. Ulteriori restrizioni sono attese entro il 2028.

Chi utilizza inchiostri contenenti PFAS senza una strategia di transizione verso alternative certificate non sta solo rischiando di dover cambiare fornitore di inchiostri. Sta costruendo un problema normativo che arriverà indipendentemente dalla qualità del prodotto finito e dalla soddisfazione dei propri clienti attuali.

PARTE 07 — SCENARI CONCRETI

Modelli di business con prospettiva reale

IL MODELLO DA EVITARE

Fare tutto. Basse tirature, alte tirature, personalizzazione, effetti speciali, abbigliamento, segnaletica, gadget promozionali. Accettare qualsiasi commessa per non perdere nessun cliente. Il risultato di questo modello, in un mercato sempre più segmentato e specializzato, è prevedibile: nessuna posizione difendibile, margini compressi su ogni commessa, impossibilità di investire su qualcosa di specifico perché le risorse sono distribuite su tutto. È un modello che funzionava quando il mercato era meno affollato e la concorrenza era geograficamente limitata. Oggi è più difficile.

TESSILE — VOLUME

A

SPECIALISTA DI PRODUZIONE

Focus su commesse ripetitive, tirature medie-alte, clienti strutturati: brand sportivi, workwear, aziende con programmi di merchandising continuativo. Setup ottimizzato per ridurre i tempi di cambio lavoro. Investimento sulla coerenza cromatica e sulla documentazione qualitativa. Margini stabili, lavoro prevedibile, clientela fidelizzata.

TESSILE — PREMIUM

B

STAMPATORE DI EFFETTI SPECIALI

Posizionamento esclusivo su ciò che il digitale non riesce a fare: puff ad alta definizione, glitter di qualità, gel trasparenti tridimensionali, paste metalizzate, effetti rilievo e 3D. Clientela fashion, luxury, limited edition. Prezzi premium giustificati da una proposta non replicabile. Richiede R&D continuo sugli inchiostri e capacità di mostrare il valore con campioni fisici.

TESSILE — IBRIDO

C

IBRIDISTA INTELLIGENTE

Serigrafia per le basi, i grandi campi piatti, i fondi ad alta coprenza. Digitale — DTF o DTG — per i dettagli, le varianti, la personalizzazione sui piccoli lotti. Non

INDUSTRIALE — NON TESSILE

D

STAMPATORE INDUSTRIALE

Orientamento verso applicazioni non tessili: elettronica stampata, automotive, segnaletica tecnica, componenti per energia rinnovabile.

due reparti separati, ma un flusso integrato che usa ogni tecnologia per ciò che sa fare meglio. Richiede investimento in gestione del workflow oltre che in attrezzatura.

Mercato meno affollato, margini più alti, clientela più stabile. Richiede il salto culturale più grande, ma offre le dinamiche competitive più favorevoli tra i quattro modelli.

PARTE 08 — INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Serigrafia e AI: dove entra davvero, e dove no

L'intelligenza artificiale è il tema di cui tutti parlano e che pochissimi applicano in modo concreto alla produzione. Vale la pena fare chiarezza su dove l'AI può portare valore reale in un'azienda serigrafica nei prossimi due anni, e dove invece è ancora più fumo che arrosto.

L'AI non sostituirà il tecnico che gestisce il registro di quattro colori su una macchina da stampa ovale. Non sostituirà lo specialista che calibra la viscosità di una pasta puff in funzione della temperatura ambiente e dell'umidità del giorno. Non sostituirà l'esperienza di chi conosce un determinato mesh e sa già, prima di guardare il risultato, se la tensione è quella giusta.

Quello che l'AI può fare, già oggi o nel breve termine, è agire sui processi periferici ma economicamente rilevanti: la preventivazione automatica con calcolo reale di consumabili, tempo macchina e costo operatore; l'ottimizzazione del posizionamento sui substrati (nesting), che nel DTF può ridurre gli scarti di film del 30–40%; il controllo qualità visivo automatizzato su linea; la gestione delle manutenzioni predittive — capire prima che si rompa, non dopo.

Niente di tutto questo è ancora standard nel 2026. Ma le aziende che inizieranno a costruire questa infrastruttura nel 2027 avranno un vantaggio misurabile nel 2028. Non è un vantaggio spettacolare. È il tipo di vantaggio noioso che nel tempo fa la differenza: meno scarti, meno fermi macchina, meno preventivi sbagliati, meno ore perse in correzioni evitabili.

PARTE 09 — SOSTENIBILITÀ NORMATIVA

La sostenibilità come fattore competitivo concreto

C'è la sostenibilità come comunicazione — le dichiarazioni sui siti web, le campagne "green", i comunicati stampa sui materiali riciclati — e c'è la sostenibilità come requisito normativo. Sono due cose molto diverse, e confonderle ha conseguenze pratiche significative.

Il Digital Product Passport, DPP, è nella seconda categoria. La Commissione Europea ha confermato il percorso normativo: atti delegati per il settore tessile attesi per il 2027, con implementazione progressiva entro il 2030. Non è un'opzione, non è un'iniziativa volontaria, non è qualcosa che si può rimandare aspettando di vedere come va.

Il DPP richiederà di tracciare e documentare la composizione dei substrati, gli inchiostri utilizzati con le relative schede di sicurezza e conformità REACH, le sostanze soggette a restrizione — i PFAS in primo luogo — il processo di stampa e finitura, e i dati utili al riciclo e al fine vita del prodotto. Chi non avrà questi dati disponibili e documentati non sarà in grado di dimostrare la conformità normativa del proprio processo ai clienti che la richiedono. Non è una questione di buona volontà. È una questione di accesso al mercato.

PARTE 10 — ORIZZONTE 2027-2028

Le previsioni per i prossimi due anni

DTF	Crescita in volume, margini compressi per chi non si differenzia Il CAGR del 6–6,5% continuerà, ma i margini unitari per gli operatori generici rimarranno compressi. La differenziazione sarà possibile per chi integra il DTF in un sistema produttivo più ampio — web-to-print strutturato, fulfillment organizzato — o per chi si specializza su substrati non standard: cappelli, borse, calzature, materiali tecnici. Il DTF generico su t-shirt è già una commodity. Il DTF specializzato è ancora un mercato con spazio.
Powderless DTF	Standard per la filiera certificata entro il 2028 Con la certificazione OEKO-TEX già ottenuta dall'adesivo DuPont Artistri JA1100, il powderless diventerà progressivamente il requisito di accesso per chi lavora con brand attenti alla chimica tessile. L'adozione di massa accelererà quando i costi dei sistemi scenderanno al livello dei DTF

	tradizionali di fascia media — previsione: entro il 2028 almeno 2–3 produttori con track record documentato.
Serigrafia tessile	Stabilizzazione sui volumi, selezione degli operatori Crescita stimata CAGR 3–4% fino al 2030 (Smithers: 16,82 → 20,19 miliardi \$). Usciranno dal mercato gli operatori generici che competono sul prezzo con tecnologie digitali strutturalmente più flessibili su quel terreno. Resteranno e cresceranno gli specialisti di volume, gli artigiani degli effetti speciali, e chi avrà costruito un sistema ibrido con workflow integrato.
Serigrafia industriale	Crescita sostenuta, trainata da elettronica e automotive elettrico CAGR stimato 5,1–5,9% per il segmento industriale generale, con punte superiori al 20% per l'elettronica stampata. Il segmento meno visibile nelle discussioni di settore, ma quello con le dinamiche più favorevoli per l'operatore specializzato — meno concorrenza, clientela più stabile, margini più difendibili.
AI nel workflow	Adozione progressiva: chi inizia nel 2027 ha vantaggio nel 2028 Le applicazioni con ROI immediato esistono già: nesting ottimizzato, preventivazione con dati reali, preflight automatizzato. Non è una rivoluzione, è un'evoluzione — ma chi costruisce l'infrastruttura adesso avrà un vantaggio operativo misurabile sui tempi di risposta e sulla riduzione degli errori entro fine 2028.
DPP	Criterio di accesso al mercato entro il 2030 Atti delegati UE per il tessile attesi per il 2027, implementazione progressiva fino al 2030. Le aziende con sistemi di raccolta dati di produzione integrati saranno pronte. Le altre faranno un'implementazione d'emergenza, con costi e complessità molto più alti. Non è un'opzione: è una roadmap normativa confermata.

CONCLUSIONI

Tre verità scomode e una buona notizia

VERITÀ SCOMODA 01

Entrare nel DTF oggi, senza posizionamento, è un errore strategico

VERITÀ SCOMODA 02

La serigrafia "come era" non torna

Il segmento delle basse tirature variabili e della personalizzazione one-to-one è strutturalmente

Non perché il DTF sia una tecnologia sbagliata — è valida, con applicazioni concrete e clienti reali. Ma il mercato è già pieno di operatori indifferenziati che si stanno erodendo i margini a vicenda. Aggiungere un'altra macchina DTF generica non crea differenziazione, non costruisce barriere competitive, non protegge il prezzo. Richiede un investimento iniziale per entrare in una corsa verso il basso.

ceduto — non per sempre, ma per le condizioni economiche e tecnologiche dei prossimi anni. Competere su quel terreno significa farlo con una struttura di costi svantaggiata contro tecnologie progettate esattamente per quello scopo. Non è una questione di qualità o di know-how: è una questione di economia del processo.

VERITÀ SCOMODA 03

Il futuro non dipende dalla tecnologia scelta

Dipende dalla chiarezza con cui si definisce a chi si serve, cosa si produce meglio di chiunque altro, e quanto lo si sa documentare e difendere. Le certificazioni, i dati di produzione, la tracciabilità degli inchiostri non sono burocrazia: sono il biglietto d'ingresso ai mercati che pagano bene e che non scelgono solo in base al prezzo più basso.

LA BUONA NOTIZIA

La serigrafia non è un mestiere in via d'estinzione. È un mestiere in via di selezione.

I numeri di mercato — miliardi di dollari in crescita nel segmento industriale, nel tessile tecnico, nell'elettronica stampata, nell'automotive — non indicano un settore che scompare. Indicano un settore che si trasforma, che seleziona, che premia chi sa fare qualcosa di specifico e chi costruisce intorno a quella specificità un sistema difendibile. Chi sopravviverà alla selezione non sarà necessariamente il più grande, né il più tecnologico, né il più economico. Sarà chi saprà fare qualcosa di specifico, farlo bene, documentarlo, e trovare i clienti disposti a pagarlo per quello che vale. Nel 2026, quella regola vale ancora.

FONTI E RIFERIMENTI

Smithers — The Future of Screen Printing to 2030 / Persistence Market Research — Industrial Screen Printing Market 2026–2033 / Verified Market Reports — Industrial Screen Printing Market 2026–2034 / Fortune Business Insights — Printed Electronics Market 2025–2034 /

360iResearch — DTF Printing Market 2026–2032 / ResearchAndMarkets — Direct to Film Printing Market 2025–2030 / Congruence Market Insights — DTF Printing Systems Market 2026–2033 / ME Printer — FESPA 2026 Concludes 4-Day Masterclass in Print Innovation (maggio 2026) / Printweek — Polyprint unveils powder-free DTF printer at FESPA (maggio 2026) / Texintel — DuPont Artistri JA1100 OEKO-TEX ECO PASSPORT Certification (aprile 2026) / WhatTheyThink — Screen Print Sector Refocuses on Industrial Applications (agosto 2025) / Vittorio Neri — Serigrafia e digitale: un futuro ibrido (agosto 2025) / FESPA.com — La serigrafia, più forte che mai / Kohan Textile Journal — FESPA Global Print Expo 2026 Expands into Textile and Packaging Innovation (aprile 2026).

I dati di mercato citati provengono da fonti indipendenti e possono differire tra loro per perimetro di misurazione. Le previsioni qualitative si basano su trend documentati alla data di giugno 2026 e non costituiscono garanzia di rendimento o consulenza d'investimento.