



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



Details

Risposta rapida: Pianifica i quaderni aziendali personalizzati programma per programma, invece di fare un unico ordine. I kit di onboarding richiedono un progetto grafico senza scadenza, calibrato sulle ondate di assunzioni. Gli omaggi per le fiere richiedono una grafica dedicata all'evento e una stima realistica del tasso di ritiro. I regali per i clienti richiedono un marchio sobrio e un elenco nominativo dei destinatari. I quaderni per la formazione richiedono pagine interne strutturate, adatte a ciascun gruppo. Per ogni programma, definisci il pubblico, il fattore di quantità, la posizione del marchio e il percorso di consegna prima di chiedere un preventivo.

Perché un solo ordine di quaderni raramente va bene per ogni programma

La maggior parte dei team acquista i quaderni aziendali personalizzati sempre allo stesso modo. Qualcuno raccoglie le richieste di risorse umane, marketing, vendite e formazione e sviluppo, le riunisce in un unico progetto grafico e ordina una sola quantità. I problemi iniziano pochi mesi dopo. I quaderni per la conferenza, stampati con la grafica della fiera della scorsa primavera, sono ancora negli scatoloni. I neoassunti di settembre ricevono copertine che celebrano un evento a cui non hanno mai partecipato. I clienti chiave ricevono lo stesso omaggio distribuito ai visitatori dello stand. I partecipanti ai corsi si ritrovano con pagine bianche, quando il corso era costruito attorno a schede di lavoro.

I pubblici di questi programmi differiscono in modi che contano. PPAI Research ha intervistato più di 3,000 US consumatori statunitensi e ha rilevato che gli articoli per l'ufficio hanno il maggior gradimento tra la Gen X, con circa 55 %, e il minore tra la Gen Z, con circa 27 % ([studio PPAI sulle preferenze generazionali^{\[1\]}](#)). Un gruppo di neoassunti a inizio carriera e un gruppo di clienti senior non apprezzeranno lo stesso quaderno allo stesso modo. Trattarli come un unico pubblico è il modo in cui il budget si trasforma in costi di magazzino.

La soluzione è pianificare per programma. Questa guida illustra un metodo in cinque fasi e una tabella di confronto da consegnare all'ufficio acquisti. Descrive ciò di cui ha bisogno ogni programma e lascia i dettagli costruttivi alla specifica di prodotto.

Indice

1. [Che cosa sono i quaderni aziendali personalizzati?](#)
2. [Come pianificare i quaderni aziendali personalizzati per ogni programma](#)
3. [Tabella di confronto dei programmi](#)
4. [FAQ](#)
5. [Punti chiave](#)
6. [Conclusione](#)
7. [Fonti](#)

Che cosa sono i quaderni aziendali personalizzati?

I quaderni aziendali personalizzati sono quaderni che un'organizzazione commissiona con la propria identità applicata e poi regala come strumenti di lavoro a dipendenti, potenziali clienti, clienti o partecipanti ai corsi. Non vengono rivenduti. Questo li distingue dai taccuini di marca venduti nei negozi e dai quaderni regalo personali acquistati per un solo destinatario. Chi acquista è di solito un reparto, non la persona che scrive sul quaderno, e questa distanza tra acquirente e utilizzatore condiziona ogni decisione di pianificazione descritta più avanti.

La categoria cresce nella fascia alta. Industry Today, riassumendo una stima di Mordor Intelligence, indica il mercato globale dei quaderni di carta a USD 76,28 miliardi nel 2025, in crescita fino a USD 89,72 miliardi entro il 2030, con un CAGR pari a 3,30 %. La stessa stima attribuisce ai quaderni con copertina rigida un CAGR più rapido, pari a 4,27 %, e indica come fattori di crescita il regalo aziendale e la personalizzazione ([rapporto sul mercato dei quaderni di carta^{\[2\]}](#)). Ai fini commerciali e doganali, questi articoli rientrano nella voce tariffaria statunitense 4820, che comprende «quaderni... di carta o cartone». Questa voce diventa rilevante quando si inizia a spedire oltre confine.

La copertina rigida in cartone è un formato diffuso per i programmi aziendali, perché l'intera copertina può ospitare una grafica stampata e il quaderno resta piatto in borsa. Puoi vedere le opzioni di costruzione nella nostra pagina dedicata ai [quaderni personalizzati con copertina rigida in cartone](#) . Questo articolo si concentra sul lavoro di pianificazione che precede tale specifica.



Come pianificare i quaderni aziendali personalizzati per ogni programma

Fase 1: individua il programma, l'utente finale e il responsabile della decisione

Scrivi una riga per programma indicando chi riceve il quaderno, chi approva l'acquisto e che uso ne farà concretamente il destinatario. Chi approva è importante, perché le approvazioni si collocano a un

livello più alto di quanto molti team si aspettino. Il profilo degli acquirenti del commercio al dettaglio di PPAI del 2025 ha rilevato che la maggior parte dei responsabili delle decisioni sugli articoli promozionali ha il ruolo di manager o direttore, con i direttori a circa 41 % ([infografica PPAI sugli acquirenti finali](#)^[3]). Inserisci fin dall'inizio la fase di approvazione nel calendario.

- **Kit di onboarding:** I destinatari sono i neoassunti nelle prime settimane e il budget è di competenza delle risorse umane o della gestione del personale. Il quaderno accompagna i colloqui individuali e gli incontri di orientamento, quindi deve apparire aggiornato per almeno un anno di date di ingresso.
- **Omaggi per conferenze e fiere:** I destinatari sono i visitatori dello stand e i partecipanti, e il budget è di competenza di marketing o eventi. Il quaderno deve guadagnarsi un posto in una borsa di tela affollata ed essere ancora in uso dopo la fiera.
- **Regali per i clienti:** I destinatari sono interlocutori indicati per nome presso le aziende clienti e il budget è di competenza delle vendite o della gestione clienti. Il quaderno comunica la relazione, quindi non deve mai sembrare un semplice gadget.
- **Formazione interna:** I destinatari sono i partecipanti al gruppo formativo e il budget è di competenza di formazione e sviluppo. Il quaderno funziona come materiale didattico, il che significa che le pagine interne possono contare più della copertina. Quando descrivi la carta nel brief, indica la grammatura in g/m², l'unità definita dalla norma [ISO 536](#)^[4], così che ogni fornitore faccia il preventivo sulla stessa misura.

Chi decide l'acquisto determina anche i documenti che ti serviranno. I programmi formativi destinati a clienti governativi prevedono spesso requisiti di contenuto riciclato. Le linee guida sugli acquisti dell'EPA statunitense raccomandano una percentuale di fibra post-consumo pari a 75-100 % per le copertine dei libri ([Comprehensive Procurement Guidelines dell'EPA](#)^[5]). Il Public Contract Code della California, §12209, prevede almeno il 30 % di fibra post-consumo per la carta da stampa e da scrittura e richiede che l'elenco sia aggiornato dal 1 gennaio 2026 ([California PCC §12209](#)^[6]). CalRecycle richiede ai fornitori di certificare per iscritto il contenuto riciclato ([indicazioni di CalRecycle](#)^[7]).

I programmi di regali ai clienti pongono un requisito diverso. Le aziende clienti possono verificare i regali in base alle proprie politiche di approvvigionamento, e un'etichetta FSC è valida solo quando una catena ininterrotta di organizzazioni certificate copre ogni passaggio di proprietà ([FSC-STD-40-004](#)^[8]). Oltre 50,000 aziende detengono la certificazione FSC di catena di custodia ([FSC US](#)^[9]), quindi chiedi un numero di certificato anziché accettare una generica dicitura «eco». La pagina del prodotto spiega come mantenere specifiche queste dichiarazioni.

Fase 2: scegli il fattore di quantità, non solo un numero

Ogni programma ha una variabile diversa che determina la quantità. Scegli prima quella variabile, poi calcola.

- **Onboarding:** Prevedi le assunzioni per periodo di pianificazione, moltiplica per il numero di periodi che un unico progetto grafico deve coprire e aggiungi una riserva per sostituzioni e ingressi tardivi. Le previsioni di assunzione cambiano, quindi dividi il totale in una tiratura di base e in una tiratura integrativa, anziché fare un unico grande ordine.
- **Fiere:** Parti dall'affluenza prevista allo stand o dalle iscrizioni, poi applica un tasso di ritiro basato sul tuo ultimo evento. Se non hai uno storico, tieni i quaderni dietro il banco per le conversazioni qualificate e metti articoli più economici sul tavolo aperto.
- **Regali per i clienti:** Usa il tuo elenco clienti. Conta i destinatari nominativi per cliente, poi aggiungi una piccola riserva per nuovi contatti e sostituzioni nel corso dell'anno. Sono quantità ridotte, quindi il costo per unità conta meno della presentazione.
- **Formazione:** Moltiplica la dimensione del gruppo per il numero di sessioni previste, poi

aggiungi le copie per facilitatori e osservatori. Se il programma didattico è in fase di revisione, ordina solo per le sessioni confermate.

Una volta individuati questi fattori, chiedi al fornitore quali fasce d'ordine abbiano senso per ciascuno. Quantità minime e scaglioni di prezzo dipendono dalla specifica, quindi richiedi un preventivo per programma anziché una cifra cumulativa.



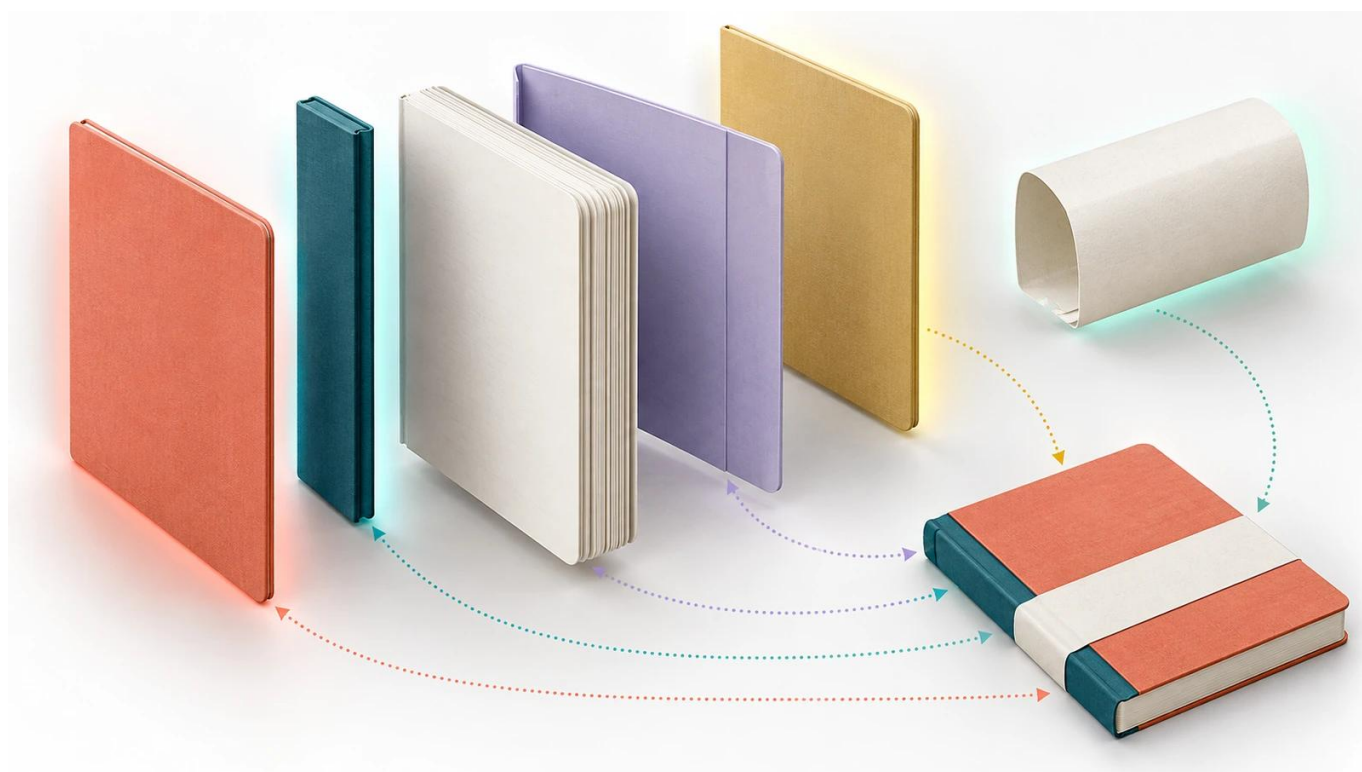
Fase 3: decidi dove va il marchio

La posizione del marchio incide più di ogni altra decisione nel distinguere un omaggio da un regalo. Tratta ogni superficie come una decisione a sé.

- **Copertina anteriore:** È la superficie più appariscente. La grafica dell'evento a copertura totale si addice alle conferenze. Un marchio piccolo e discreto si addice ai regali per i clienti. Per l'onboarding, usa l'identità del marchio aziendale anziché una campagna che apparirà datata già dal prossimo trimestre.
- **Dorso e quarta di copertina:** Ospitano il marchio senza dominare il progetto grafico. Funzionano bene per i regali ai clienti, dove il fronte può restare sobrio.
- **Interno della copertina anteriore e prime pagine:** Usali per una lettera di benvenuto o per i valori aziendali nei kit di onboarding, per l'agenda delle sessioni nella formazione o per un breve biglietto personale a un cliente. Il marchio all'interno resta anche quando il destinatario ha dimenticato la copertina.
- **Fascetta o manicotto rimovibile:** Una fascetta permette a un unico quaderno senza scadenza di servire più programmi. Lo stesso quaderno di base può uscire con una fascetta per la conferenza in primavera e con una fascetta di onboarding tutto l'anno, riducendo anche le rimanenze.

I regali personalizzati per i clienti aggiungono un rischio nella verifica delle bozze. Prima che la grafica vada in stampa, controlla ogni nome dell'elenco dei destinatari confrontandolo con il CRM, perché un solo nome scritto in modo errato rende il quaderno inutilizzabile per quella persona. Se presenti un quaderno regalo come ricordo da conservare, tieni presente che la norma [ISO 9706:2025^{\[10\]}](#) riguarda

la carta permanente ma esclude espressamente il cartone, quindi una dichiarazione di permanenza può riferirsi solo alle pagine interne. Per l'impostazione della grafica su una copertina rivestita, segui le indicazioni sui file nella [pagina prodotto dei quaderni con copertina rigida in cartone](#).



Fase 4: mappa il percorso di distribuzione prima della produzione

Dove vanno a finire i quaderni è di solito la parte più costosa del piano e spesso viene trascurata fino alla fine. Disegna il percorso di ogni programma prima di approvare la produzione.

- **Onboarding:** Decidi se i kit vengono assemblati in sede o inviati direttamente ai dipendenti da remoto. La spedizione diretta richiede gli indirizzi di casa forniti dalle risorse umane e un calendario di rilascio legato alle date di ingresso. L'assemblaggio centralizzato richiede spazio di stoccaggio e qualcuno responsabile dello scaffale.
- **Fiere:** Gli organizzatori delle fiere stabiliscono le finestre di ricezione per il magazzino anticipato e per la sede dell'evento, e perderne una significa pagare una gestione urgente. Le scatole di quaderni con copertina rigida sono pesanti, quindi prima della fine della fiera pianifica una spedizione di ritorno o una destinazione locale per le rimanenze.
- **Regali per i clienti:** Spedisci singolarmente con un biglietto e fai coincidere la consegna con una data significativa del rapporto, come un rinnovo o il lancio di un progetto, anziché con la corsa di fine anno. Per i clienti nell'UE, il Regolamento sugli imballaggi e sui rifiuti di imballaggio si applica a scatole regalo e buste postali dal 12 agosto 2026 ([Regolamento \(UE\) 2025/40^{\[11\]}](#)). Disciplina l'imballaggio, non il quaderno in sé.
- **Formazione:** Consegna i quaderni insieme al materiale del corso in ciascuna aula e indica un destinatario nominativo per ogni sede. Conserva in archivio la specifica approvata, così il gruppo successivo riceverà un riordino identico. La pagina del prodotto spiega come proteggere le scatole durante il trasporto e conservare la specifica per il riordino.

Per ogni programma che comporta un'importazione, conferma con il tuo spedizioniere doganale la classificazione alla voce 4820. L'aliquota daziaria generale non rappresenta il costo complessivo a destino, perché possono applicarsi dazi aggiuntivi a seconda dell'origine.



Fase 5: parti a ritroso dalla data di distribuzione e misura l'utilizzo

Fissa la data di distribuzione di ogni programma, poi procedi a ritroso attraverso assemblaggio dei kit, consegna, produzione, approvazione del campione, grafica e approvazione interna della Fase 1. Chiedi al fornitore il suo calendario attuale di produzione e campionatura anziché darlo per scontato, e lascia spazio ad almeno un giro di revisioni. Quando il programma è in corso, verifica se i quaderni vengono usati. Chiedi ai neoassunti dopo il primo trimestre, conta quanti quaderni dello stand sono stati consegnati dopo conversazioni qualificate e chiedi ai responsabili dei clienti se questi hanno menzionato il regalo. Questi dati dovrebbero orientare il prossimo ordine più del prezzo unitario di quest'anno.

Tabella di confronto dei programmi

Programma	Utente principale	Responsabile della decisione	Fattore di quantità	Posizione del marchio	Focus delle pagine interne	Percorso di consegna	Rischio principale
Kit di onboarding per i dipendenti	Neoassunti	Risorse umane / gestione del personale	Previsione assunzioni x periodi + riserva	Marchio aziendale in copertina; pagina dei valori all'interno	Pagine per gli appunti di tutti i giorni	Assemblaggio centralizzato dei kit o spedizione a domicilio	Grafica di campagna datata
Omaggi per conferenze e fiere	Partecipanti, potenziali clienti	Marketing / eventi	Affluenza x tasso di ritiro	Grafica dell'evento a copertura totale o fascetta intercambiabile	Pagine standard a righe o a puntini	Magazzino anticipato o sede dell'evento	Rimanenze dopo la fiera

Programma	Utente principale	Responsabile della decisione	Fattore di quantità	Posizione del marchio	Focus delle pagine interne	Percorso di consegna	Rischio principale
Regali per i clienti	Interlocutori indicati per nome	Vendite / gestione clienti	Elenco clienti + riserva	Marchio discreto sul fronte; dorso o quarta di copertina; biglietto personale	Scrittura di qualità premium	Spedizioni singole con biglietto	Aspetto da gadget; errori nei nomi
Formazione interna	Partecipanti al gruppo	Formazione e sviluppo	Gruppo x sessioni + facilitatori	Nome del programma; pagine dell'agenda	Schede di lavoro o impaginazioni strutturate	Aule formative, un referente per sede	Modifiche al programma didattico prima del riordino

Se due programmi finiscono con righe quasi identiche, uniscili in un unico quaderno con fascette o inserti diversi. Se le righe differiscono per pubblico e marchio, mantieni separati gli ordini anche quando un ordine cumulativo sembra più conveniente. I compromessi costruttivi, come il confronto tra le scelte di rilegatura e di copertina, sono trattati nella [pagina delle specifiche di prodotto](#).

FAQ

FAQ: un unico quaderno può servire tutti e quattro i programmi?

A volte sì, se la copertina usa la tua identità aziendale e il marchio specifico del programma va su fascette rimovibili, inserti o prime pagine. Di solito non funziona per i regali ai clienti, perché i destinatari che vedono lo stesso quaderno distribuito a uno stand leggeranno il regalo come materiale promozionale di serie.

FAQ: quanti quaderni di onboarding dovremmo ordinare?

Basa la quantità sulla previsione delle assunzioni anziché sull'organico. Moltiplica le assunzioni previste per periodo per il numero di periodi che un unico progetto grafico deve durare, poi aggiungi una riserva per le sostituzioni. Ordinare una tiratura di base più un'integrazione successiva riduce il rischio di rimanenze se le assunzioni rallentano.

FAQ: dove va posizionato il logo sui quaderni regalo per i clienti?

Mantieni sobria la copertina anteriore, con un piccolo marchio o nessuno, e colloca il marchio più evidente sul dorso, sulla quarta di copertina o su un biglietto stampato all'interno. Controlla ogni nome personalizzato confrontandolo con il CRM prima dell'approvazione della grafica.

FAQ: i quaderni per le fiere devono avere la copertina rigida?

Non sempre. Una copertina rigida resiste in una borsa di tela e sembra qualcosa che vale la pena conservare, il che è utile quando i quaderni sono riservati alle conversazioni qualificate. Per gli omaggi sul tavolo aperto, ad alto volume e basso interesse, un omaggio più leggero è di solito un impiego migliore del budget.

FAQ: quali documenti richiedono i clienti pubblici per la formazione?

Aspettati richieste di percentuali di contenuto riciclato post-consumo e di certificazione scritta, in

particolare secondo le norme della California e le linee guida federali statunitensi sugli acquisti. Se è coinvolta una dichiarazione FSC, gli acquirenti chiederanno un numero di certificato di catena di custodia valido. Verifica che cosa richiede il cliente prima di definire la specifica.

FAQ: quali sono l'ordine minimo e i tempi di consegna?

Entrambi dipendono dalla specifica, dalla quantità e dalle finiture che scegli per ciascun programma. Invia il brief del programma con il fattore di quantità, la posizione del marchio e la data di distribuzione, e ti indicheremo le quantità minime e le tempistiche attuali.

Punti chiave

- **Abbina il quaderno alla generazione e al ruolo del pubblico.** — Gli articoli per l'ufficio piacciono a circa 55 % della Gen X, ma solo a circa 27 % della Gen Z ([Fonte](#))
- **Inserisci l'approvazione dei livelli senior nel calendario.** — Circa 41 % dei responsabili delle decisioni sugli articoli promozionali nel commercio al dettaglio sono direttori ([Fonte](#))
- **I programmi aziendali con copertina rigida si collocano nella parte del mercato in più rapida crescita.** — CAGR pari a 4,27 % per i quaderni con copertina rigida, contro 3,30 % per il mercato nel complesso, nel periodo 2025-2030 ([Fonte](#))
- **I clienti federali della formazione possono aspettarsi un'elevata percentuale di materiale riciclato nelle copertine.** — L'EPA raccomanda 75-100 % di fibra post-consumo per le copertine dei libri ([Fonte](#))
- **Gli acquirenti pubblici della California fissano una soglia minima di contenuto riciclato.** — Almeno 30 % di fibra post-consumo per carta da stampa e da scrittura ([Fonte](#))
- **I regali per i clienti nell'UE sono soggetti a nuove norme sugli imballaggi.** — Il PPWR si applica agli imballaggi dal 12 agosto 2026 ([Fonte](#))
- **Verifica le dichiarazioni FSC con un numero di certificato.** — Più di 50,000 aziende detengono la certificazione FSC di catena di custodia ([Fonte](#))

Conclusione

I migliori quaderni aziendali personalizzati nascono dalla pianificazione, non dal più grande ordine cumulativo. Assegna a ciascun programma una riga propria: chi lo usa, chi lo approva, che cosa determina la quantità, dove compare il marchio e come i quaderni raggiungono i destinatari. Unisci i programmi solo quando quelle righe coincidono. Quando il brief è pronto, consulta le opzioni di costruzione dei [quaderni personalizzati con copertina rigida in cartone](#) e inviaci un brief per programma, in modo che il preventivo rifletta l'uso reale di ciascun quaderno.

Fonti

1. PPAI Research, «Preferenze promozionali per generazione», settembre 2025. ppai.org ↵
2. Industry Today, «Il mercato dei quaderni di carta raggiungerà USD 89,72 miliardi entro il 2030», 22 dicembre 2025. industrytoday.co.uk ↵
3. PPAI, «Infografica sugli acquirenti finali del commercio al dettaglio», 2025. ppai.org ↵
4. ISO 536:2019, Carta e cartone — Determinazione della grammatura. iso.org ↵
5. US EPA, Comprehensive Procurement Guidelines for Paper and Paper Products. epa.gov ↵
6. California Public Contract Code §12209. california.public.law ↵
7. CalRecycle, requisiti per la carta con contenuto riciclato (SB 1383). calrecycle.ca.gov ↵
8. FSC-STD-40-004, Certificazione della catena di custodia. fsc.org ↵
9. Forest Stewardship Council US, «Che cos'è FSC?» us.fsc.org ↵

10. ISO 9706:2025, Informazione e documentazione — Carta per documenti — Requisiti di permanenza. [iso.org](https://www.iso.org) ↵
 11. EUR-Lex, sintesi del Regolamento (UE) 2025/40 sugli imballaggi e sui rifiuti di imballaggio. eur-lex.europa.eu ↵
-

ottobre 21, 2026