



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



Blocchi per appunti adesivi personalizzati: blocchi stampati progettati per aderire, scrivere bene e valorizzare il tuo marchio

Product Image





FRONT

BACK

OPEN VIEW









Details

I foglietti adesivi personalizzati sono blocchetti con adesivo riposizionabile stampati con il logo, i dati di contatto o la grafica. Le aziende li usano come promemoria di marca da scrivania, omaggi per i clienti e gadget per eventi. Per i nostri Custom Printed Sticky Note Pads, il preventivo conferma formato, numero di fogli, carta, grado dell'adesivo, MOQ e tempi di produzione. Un campione pre-produzione li verifica poi prima della tiratura completa.

Chi ordina blocchi per appunti brandizzati e dove vengono utilizzati? [↑](#)

Quattro gruppi di acquirenti effettuano la maggior parte degli ordini. I responsabili marketing ed eventi richiedono inserti per borse da fiera, kit di onboarding, blocchi da reception e materiali da

lasciare dopo visite commerciali. Le aziende di servizi, come agenti immobiliari, fiscalisti, broker assicurativi, cliniche e spa, stampano checklist, promemoria di appuntamenti e consigli sui prodotti su carta che i clienti guarderanno di nuovo. Responsabili d'ufficio e team HR ordinano blocchi interni per formazione, brainstorming e instradamento dei documenti. Insegnanti, negozi indipendenti e creatori ordinano piccole tirature per premi scolastici, merchandising per fan o ringraziamenti di matrimonio. Le finalità cambiano, ma le domande no: il foglio aderirà? Il logo sarà leggibile? Arriverà prima della data necessaria? Il prezzo unitario è giustificato?

Le abitudini di acquisto promozionale spiegano perché la coerenza conta. Nello [Studio sui consumatori PPAI 2024 di PPAI^{\[1\]}](#), i responsabili rappresentavano circa il 37 % dei decisori e circa il 63 % del valore degli ordini era compreso tra \$1,001 e \$5,000. Circa il 73 % degli acquirenti acquista ogni mese o trimestre e circa il 45 % preferisce le piattaforme online. Un blocco riordinato ogni trimestre deve corrispondere al lotto precedente per colore, comportamento adesivo e rifilo. Una scheda tecnica reinviabile conta quindi più di un progetto una tantum.

La pressione sul budget raramente elimina la personalizzazione. [Nota di ricerca PPAI di gennaio 2026^{\[2\]}](#) riferisce che circa il 60 % degli acquirenti riduce prima la quantità quando il budget si restringe, mentre solo circa il 11 % riduce la personalizzazione. La stessa nota afferma che gli acquirenti valutano il valore in base a durata (70,4 %), design (65,2 %) e materiali (58 %). Una tiratura più piccola di blocchi che aderiscono e consentono di scrivere bene vale più di una tiratura maggiore destinata ai cassetti.

I blocchetti giustificano il proprio costo grazie al tempo di permanenza. La guida marketing di Stik2it^[3] sostiene che «un singolo foglietto può restare al suo posto per giorni o settimane». Suggerisce di stampare codici QR che rimandano a pagine di destinazione, così da poter misurare gli omaggi. Se si aggiunge un codice QR a questi blocchetti, va scansato dal campione stampato con un telefono. Un'anteprima a schermo non conferma che il codice funzioni.

Perché così tanti blocchi brandizzati falliscono dopo la consegna? ↑

Il guasto più comune è l'adesione, non la grafica. In un confronto di RELYmedia di luglio 2026 RELYmedia^[4], i tester hanno applicato blocchi Post-it, Koozie e generici su cartongesso, plastica del monitor, legno, metallo e vetro sotto la pressione di un ventilatore. Post-it ha registrato in media 41 minuti e 39 secondi di tenuta, Koozie 13 minuti e 44 secondi e i fogli generici 11 minuti e 15 secondi. Il legno è stata la superficie peggiore: cinque blocchi su nove hanno avuto lì il risultato peggiore e quattro sono caduti in meno di un minuto. Circa un terzo dei distacchi era legato al riposizionamento e la maggior parte dei fogli ha perso adesività misurabile dopo circa 20-30 cicli di rimozione.

Il secondo errore è lo scarto tra anteprima e stampa. Prima di approvare la prova di stampa, controllare dimensioni e allineamento del logo alla dimensione reale di stampa.

Il terzo problema è la carta. Confronto 2025 di EduExpertHub^[5] ha rilevato che i fogli economici avevano carta più sottile, «più soggetta alla trasparenza dell'inchiostro», e si incurvavano maggiormente dopo la rimozione. Se una penna gel trapassa il foglio dopo due righe, l'utente smette di scrivere sul blocco.

Il nostro approccio consiste nel trattare il blocchetto come una specifica scritta, non come un'immagine. Il preventivo indica il grado dell'adesivo e la carta. Il file grafico rispetta la fascia di colla e le aree di sicurezza. L'approvazione della prova di stampa avviene per iscritto. Il campione viene testato sulle superfici reali e con le penne che si useranno. Le prestazioni vanno confermate tramite

preventivo e campione, senza darle per scontate.



Indice

- [Chi ordina blocchi per appunti brandizzati e dove vengono utilizzati?](#)
- [Perché così tanti blocchi brandizzati falliscono dopo la consegna?](#)
- [Che cosa stai acquistando esattamente in un blocco per appunti stampato?](#)
- [Come ordinare un blocco che stampi correttamente e rimanga aderente?](#)
- [Quale canale di fornitura si adatta a budget, regole del marchio e scadenza?](#)
- [Punti chiave per gli acquirenti di blocchi per appunti](#)
- [Pronto a definire il tuo blocco per appunti brandizzato?](#)

Che cosa stai acquistando esattamente in un blocco per appunti stampato? ↑

Un blocco per appunti stampato è una pila di fogli, comunemente da 25 o 50, rilegati lungo un bordo con un adesivo riposizionabile sensibile alla pressione. Ogni foglio riporta la grafica stampata e lascia spazio per scrivere. Il concetto dell'adesivo risale alle microsferi acriliche di Spencer Silver. La National Inventors Hall of Fame^[8] le descrive come «abbastanza forti da tenere insieme i fogli, ma abbastanza deboli da consentire di separarli nuovamente senza strapparli» (brevetto USA n. 3,691,140). La chimica di base non è più coperta da brevetto da tempo. Le prestazioni dipendono oggi dalla formulazione e dal peso di spalmatura di ciascun produttore, motivo per cui i risultati dei test sopra variano così tanto.

Il nome conta quanto la chimica. Le norme di 3M per il branding dei distributori^[9] stabiliscono: «Il marchio Post-it® non è un sostituto dei termini generici “adhesive notes” o “sticky notes”». Solo la stampa autorizzata su carta Post-it® originale può riportare quel nome. Questi blocchetti sono venduti come foglietti adesivi personalizzati. La loro scheda prodotto non contiene alcun riferimento a Post-it®, e un preventivo indicherebbe esplicitamente qualsiasi carta autorizzata.

Il grammaggio determina l'esperienza di scrittura. VistaPrint elenca carta da 75,2 gsm, 50 fogli per blocchetto e CMYK a colori pieni sulla sua pagina US. Una guida all'acquisto di Alibaba^[10] suggerisce di restare sopra circa 60 gsm, perché i fogli più leggeri si strappano e fanno trasparire la scrittura. PrintPPS^[11] pubblicizza carta da 90 e 100 gsm come punto di forza proprio. Per questi blocchetti, il preventivo indica la grammatura della carta e il campione viene verificato con le penne abituali.

Il formato nominale non è il formato stampabile. Nella pagina delle specifiche di Promote di 3M^[12], un blocco da «2 × 3» viene rifilato a circa 2" × 2-7/8", con un'area di stampa vicina a 1-5/8" × 2-1/2". Guida di 4OVER4^[13] indica 3 × 3, 4 × 3 e 4 × 6 pollici come i formati più richiesti.

Formato nominale	Uso tipico	Implicazione per il design
2" × 3" (rifilo vicino a 2" × 2-7/8")	Inserti per confezioni, promemoria tascabili	Area di stampa piccola; solo logo e una riga
3" × 3"	Note da scrivania, materiali per fiere	Branding in testata o nel piè di pagina, centro libero
4" × 3" / 3" × 4"	Promemoria telefonici e di appuntamenti	Spazio per URL o QR fuori dalla fascia adesiva
4" × 6"	Checklist, note di consegna al cliente	Righe o caselle di spunta funzionano bene
3" × 8"	Moduli, menu, elenchi in più fasi	Verifica il rifilo effettivo prima dell'impaginazione finale

Le dimensioni sopra indicate sono riferimenti di mercato. Quali formati siano disponibili per questi blocchetti è confermato nel preventivo. I blocchetti più piccoli amplificano il problema del «logo stampato troppo piccolo». Se il logo contiene caratteri sottili, conviene scegliere 3 × 4 o superiore, oppure semplificare il marchio. Qualunque formato si scelga, conviene verificare il layout sull'area di rifilo e di stampa reale della prova, non sul formato nominale.



Opzioni di adesivo e supporto

L'adesivo riposizionabile standard è adatto a carta, cartelline e scrivanie piane. I monitor, le pareti e altre superfici verticali o con texture richiedono un grado ad alta presa. Anche 3M avverte: «L'adesivo può lasciare segni su alcune superfici o staccare l'inchiostro... Fare una prova prima dell'uso.» Lo stesso vale per qualsiasi produttore. I dati di RELYmedia mostrano che spesso la superficie conta più del marchio, e che legno e vernice ruvida sono i casi più difficili. Il preventivo conferma se questi blocchetti sono offerti con grado standard o ad alta presa. Il grado scelto viene poi convalidato sulle superfici reali nella fase di campionatura.



Come ordinare un blocco che stampi correttamente e rimanga aderente? [↑](#)

Passaggio 1: prepara un brief di un paragrafo

Indica intervallo di quantità, superfici su cui verranno applicati i fogli, penne che le persone useranno, canale di distribuzione (borsa evento, invio postale, scrivania) e data tassativa di consegna. Questi cinque dati definiscono grado di adesivo, carta e programma prima che qualcuno apra un file grafico.

Passaggio 2: prepara il file per la stampa, non per lo schermo

La regola di 4OVER4 è semplice: «Individua prima il bordo adesivo... Tieni logo e testo lontani da quella fascia». Richiede anche colore CMYK, grafica logo da 300 DPI e un margine di sicurezza interno al rifilo. La sua presentazione aggiunge: «Lascia libero il centro affinché le persone possano scrivere». 3M avverte che «la copertura piena 100 % nell'area adesiva non è consigliata». Le FAQ di VistaPrint nella pagina prodotto consigliano testi non inferiori a 4 pt e sfondi più chiari per scrivere.

**Elemento di
preflight**

Requisito

Perché è importante

Modalità colore	CMYK; fornisci il numero Pantone se il colore del marchio è critico	Le anteprime RGB stampano più scure o spente
Risoluzione	Preferibile logo vettoriale; raster a 300 DPI	Evita bordi sfocati nei formati piccoli
Abbondaggi e zona di sicurezza	Circa 0,125" di abbondanza; testi chiave nella zona di sicurezza	Le variazioni di rifilo non taglieranno il testo
Fascia adesiva	Nessun logo, numero di telefono o copertura di inchiostro pieno	Il testo resta visibile quando il foglio è applicato
Dimensione minima del testo	4 pt o maggiore; prova alla dimensione effettiva	Evita righe di contatto illeggibili
Codice QR	Scansionalo da una prova stampata con due telefoni	L'ingrandimento a schermo nasconde gli errori di scansione

La maggior parte delle controversie sulle ristampe deriva da una di queste sei righe: controllale prima di caricare il file. Stampa il PDF in scala 100 % su carta da ufficio e accostalo a un blocco reale. Questo semplice passaggio intercetta il problema del «logo più piccolo del previsto» prima che comporti una tiratura.



Passaggio 3: approva una prova per iscritto, poi un campione fisico

Conservare agli atti l'email «Approvo questa prova per la stampa». Il preventivo definisce i tempi della prova, i cicli di revisione e le condizioni del campione pre-produzione. Prima di ordinare, verificare la finestra per la segnalazione dei difetti e il trattamento degli errori contenuti nel file grafico del cliente o nelle prove approvate.

Passaggio 4: pianifica a ritroso dall'evento

Procedere a ritroso dalla data dell'evento: chiusura del design, poi prova, poi campione, poi produzione, poi spedizione. Aggiungere almeno 2-3 giorni lavorativi di margine. Per una data dell'evento tassativa, dividere l'ordine in modo che un primo lotto ridotto arrivi in anticipo.



Passaggio 5: ispeziona campione e produzione in massa rispetto ai criteri concordati

Controllo	Metodo	Criterio di superamento (concordare prima dell'ordine)
Tenuta verticale	Applicazione per 24 ore sulle superfici reali	Nessuna caduta sulle superfici elencate
Riposizionamento	Stacca e riapplica un numero stabilito di volte	Aderisce ancora dopo i cicli concordati
Residui e sollevamento dell'inchiostro	Stacca da carta, laminato e parete verniciata	Nessun residuo visibile né inchiostro sollevato
Test della penna	Penna gel e biro sull'area stampata	Nessuna trasparenza sul foglio successivo
Colore e registro	Confronta con la prova firmata alla luce del giorno	Entro la tolleranza concordata; testo non sdoppiato
Arricciamento dopo umidità	Durante la notte in ambienti umidi e climatizzati	I fogli rimangono piatti dopo la rimozione

Inserisci conteggi dei cicli e tolleranze nell'ordine di acquisto. «Buona qualità» non è applicabile contrattualmente; un numero sì. Il colore richiede particolare attenzione. Il catalogo 3M 2023 di 3M^[17] spiega che il processo a colori converte i colori Pantone nella corrispondenza CMYK più vicina, quindi una corrispondenza esatta non è garantita. Il colore spot è la soluzione quando il colore del marchio non è negoziabile. Una guida Alibaba 2026^[18] propone 600 dpi e un registro di $\pm 0,15$ mm. Si tratta di contenuto del fornitore, utile come checklist ma non come standard di settore. Ispeziona le consegne in massa entro 48 ore affinché ogni reclamo rientri nella finestra del fornitore.



Quale canale di fornitura si adatta a budget, regole del marchio e scadenza? [↑](#)

Confrontare offerte omogenee: verificare se le quantità si riferiscono ai singoli fogli o ai blocchetti completi. La coerenza dell'adesivo tra un lotto e l'altro va dimostrata con un campione. Solo le tipografie autorizzate possono usare il nome Post-it®. Questi blocchetti appartengono alla categoria personalizzata e stampata, non Post-it®. MOQ, prezzo unitario e tempi di produzione sono definiti nel preventivo. Una volta firmati i campioni, vanno valutati in base alla tabella di accettazione sopra riportata, e non in base a un nome di marca.

Come formulare affermazioni di sostenibilità difendibili

Le dichiarazioni ambientali hanno un peso legale. La [FAQ sulla licenza promozionale FSC^{\[21\]}](#) avverte che «“Prodotto certificato FSC” come affermazione isolata comporta un livello di rischio elevato». Una dichiarazione valida richiede documentazione di catena di custodia e un codice di licenza. Sul tema della riciclabilità, 3M dichiara^[22] che i suoi foglietti usano un adesivo compatibile con il riciclo e sono riciclabili con la raccolta differenziata domestica. Questa dichiarazione si riferisce ai prodotti 3M, e le regole locali sul riciclo variano ancora. Anche gli imballaggi stanno cambiando. In ottobre 2025, UPM e one.five^[23] hanno riportato che un involucro trasparente in carta FSC produce circa 15-20 % di emissioni in meno rispetto a una pellicola 30 µm in OPP. Per questi blocchetti, contenuto riciclato, certificazioni e materiale d'imballaggio vengono indicati solo se documentati nel preventivo. In assenza di tale documentazione, non riportare la dicitura «ecocompatibile» sulla confezione.

Imballaggio, spedizione e riordino

Richiedi blocchi termoretratti o avvolti in carta in piccoli pacchi e inscatolati contro l'umidità. Il trasporto umido è una causa frequente di arricciamento e scarsa adesività, quindi ritesta alcuni blocchi dei cartoni ricevuti. Conteggi dei cartoni, pesi e metodo di spedizione vengono confermati in fase di preventivo, non presunti. Per i riordini, archivia il PDF approvato, il campione firmato e una specifica di 1 pagina che copra formato, fogli, carta, grado di adesivo, colori e tolleranze. Gli

acquirenti trimestrali potranno quindi riordinare senza una nuova prova.

Una nota sul contesto di mercato. Le stime degli analisti divergono; considerale quindi un'indicazione, non un unico dato. DataHorizon^[24] stima il mercato globale in USD 2,84 miliardi nel 2025, con una crescita a CAGR del 3,2 %. Research and Markets^[25] stima USD 2,61 miliardi nel 2025 e 2,75 miliardi nel 2026. Entrambe indicano una categoria matura, nella quale il valore risiede nel branding, nelle certificazioni e nei formati speciali.



Punti chiave per gli acquirenti di blocchi per appunti [↑](#)

- **Il grado di adesivo decide se il marchio resta visibile.** — Post-it ha tenuto in media 41 min 39 s, contro 11 min 15 s dei fogli generici (Fonte)
- **Gli acquirenti riducono la quantità prima di rinunciare alla personalizzazione.** — circa 60 % riduce prima il volume; circa 11 % riduce la personalizzazione ([Fonte](#))
- **Gli ordini promozionali tipici sono di media dimensione e ricorrenti.** — circa 63 % degli ordini è compreso tra \$1,001 e \$5,000; circa 73 % acquista ogni mese o trimestre ([Fonte](#))
- **La categoria è matura, quindi il valore risiede nella specifica.** — USD 2,84 miliardi con CAGR 2025, 3,2 % (Fonte)

Pronto a definire il tuo blocco per appunti brandizzato? [↑](#)

Un blocchetto con marchio ripaga l'investimento solo quando aderisce, accoglie bene l'inchiostro e mostra un logo leggibile. Acquistarlo come una specifica scritta: indicare il grado dell'adesivo, specificare la carta, tenere i testi lontani dalla fascia di colla, firmare la prova e testare il campione sulle superfici reali prima della produzione in serie. Questi blocchetti vengono preventivati esattamente su queste basi. Per richiedere un preventivo e un campione pre-produzione, inviare il file grafico, il formato desiderato, la fascia di quantità, le superfici di utilizzo e la data in cui i blocchetti devono essere disponibili.

^[1]Studio sui consumatori PPAI 2024 di PPAI: Dimensioni, frequenza e preferenze di canale degli ordini degli acquirenti finali. [↵](#)

^[2]Ricerca PPAI 2026: Come gli acquirenti adeguano i budget promozionali e valutano il valore. [↵](#)

^[3]Guida marketing di Stik2it: Tempo di permanenza e attribuzione QR per i foglietti promozionali. [↵](#)

^[4]Test di adesione RELYmedia: Tempi di tenuta dei foglietti brandizzati rispetto ai generici su cinque superfici. [↵](#)

^[7]EduExpertHub 2025: Confronto su spessore della carta, trasparenza dell'inchiostro e arricciamento. [↵](#)

^[8]National Inventors Hall of Fame: Spencer Silver e il brevetto dell'adesivo a microsfere. [↵](#)

^[9]Standard di branding 3M: Regole d'uso del marchio Post-it® per distributori, dicembre 2017. [↵](#)

^[10]guida all'acquisto Alibaba: Indicazioni sul peso della carta e reclami frequenti degli acquirenti. [↵](#)

^[11]PrintPPS: Dichiarazioni del produttore su formati e supporti da 90/100 gsm. [↵](#)

^[12]Promote di 3M: Formati effettivi, aree di stampa, sovrapprezzi e avvertenze sull'adesivo. [↵](#)

^[13]Guida di 4OVER4: Formati popolari, regole sul bordo adesivo ed esempi di prezzo. [↵](#)

^[17]3M 2023 di 3M: Note sulla conversione del colore di processo e sui tempi di produzione. [↵](#)

^[18]guida Alibaba 2026: Checklist del fornitore per risoluzione e tolleranza di registro. [↵](#)

^[21]FAQ sulla licenza FSC: Rischi delle dichiarazioni vaghe sui prodotti FSC, maggio 2026. [↵](#)

^[22]Sostenibilità Post-it: Dichiarazione 3M su riciclabilità e adesivo. [↵](#)

^[23]Packaging Strategies: Emissioni dell'incarto in carta UPM rispetto al film OPP. [↵](#)

^[24]DataHorizon Research: Stima della dimensione e della crescita del mercato globale dei foglietti adesivi. [↵](#)

^[25]Research and Markets: Stima alternativa 2025–2026 del mercato dei foglietti adesivi. [↵](#)

Product Option