

# LA FORZA del MADE in ITALY



Il segreto del successo di Saul Sadoch, storica azienda triestina, è nell'ampiezza dell'assortimento così come nello stile inconfondibilmente italiano dei suoi prodotti



**SADDOCH**  
PRODOTTI CARTOTECNICI

## PAOLO SADDOCH

Nato a Trieste, ha conseguito il diploma universitario in Amministrazione Aziendale presso l'Università degli Studi di Torino.

In Azienda dal 1974, ne è attualmente Presidente e Amministratore Delegato

Una decisa propensione all'innovazione e un forte ancoraggio ai valori del Made in Italy sono gli elementi del successo di **Saul Sadoch**, azienda con quasi cent'anni di vita e punto di riferimento nel segmento della Carta da regalo. **Paolo Sadoch**, Presidente e Amministratore Delegato, ne ripercorre lo sviluppo e ne evidenzia gli aspetti distintivi.

**Alla direzione dell'Azienda, fondata nel 1914, si sono avvicinate tre generazioni e ora si è inserita la quarta. Quali le tappe fondamentali?**

L'evoluzione dell'Azienda, dall'anno di fondazione a oggi, è stata scandita dall'introduzione di quelle innovazioni tecniche e organizzative che hanno caratterizzato nel suo complesso lo sviluppo industriale nel nostro Paese, oltre che da un progressivo allargamento delle merceologie che ha comportato lo spostamento del baricentro della produzione dall'iniziale successo della cartina per sigarette, ai tovaglioli di carta e alla carta regalo. In particolare, il cambiamento è stato "epocale" con l'avvento dell'automazione, agli inizi degli anni Novanta. In questo periodo, le tecnologie riguardanti la stampa e il confezionamento hanno visto l'introduzione di novità relevantissime. Il tutto a vantaggio di una produttività molto elevata

che ha parallelamente consentito una riduzione molto consistente del prezzo del prodotto. Collegato all'adozione di queste tecnologie è l'altro aspetto fondamentale del cambiamento, ovvero il nuovo stabilimento, che abbiamo inaugurato nel 1998 e che si estende su una superficie di quasi 24.000 mq, che ci ha permesso di ovviare alle tante problematiche di produzione che presentava il vecchio stabilimento, pur molto bello e di quasi 16.000 mq ma distribuiti su ben nove piani. Seppur attraverso questi scenari in rapido mutamento, siamo però rimasti fortemente legati ai valori fondativi dell'Azienda. Caso rarissimo in Italia, l'Impresa è ancora interamente di proprietà della famiglia che l'ha creata e ciò ha garantito una continuità di ispirazione, di intenti e strategie altrimenti impossibile.

**C'è un elemento di "triestinità" nella fisionomia attuale dell'Azienda?**

Vendendo noi l'80% della produzione sul mercato italiano e solo il restante 20% su quello estero, la col-





### TORNANO IN CARTOLERIA I SETTE NANI

Di recentissimo lancio una gamma di prodotti Disney che rappresenta una novità assoluta non solo per Natale ma anche e soprattutto come articolo continuativo: gli Shopper I SETTE NANI, personaggi che stanno vivendo una nuova fase di incredibile successo anche in cartoleria, trascinati dal mondo della moda, dell'accessorio fashion e dall'articolo gift; gli Shopper Tessuto non Tessuto (confezione regalo e nel contempo borsa "riutilizzabile" grazie ad un innovativo materiale che la rende particolarmente resistente) con Minnie, Trilly e Cucciolo; gli Shopper MAXI CON ZIP Tessuto non Tessuto in due soggetti, Topolino e Winnie the Pooh

locazione geografica eccentrica rispetto all'asse principale delle vie di comunicazione ci ha un po' penalizzato. La triestinità ci ha invece aiutato nella mentalità: molto rigorosa e precisa, che si rispecchia nella qualità della produzione così come nel rispetto delle regole. Pensiamo, ad esempio, alle tematiche del rispetto ambientale. L'attenzione all'ambiente è parte costitutiva dell'identità dell'Azienda. Già nel 2003 abbiamo ottenuto la certificazione ISO 14001. Nel 2006 abbiamo installato un impianto fotovoltaico e nel corso di quest'anno ne realizzeremo un secondo. Se dal punto di vista commerciale questa vocazione "ambientalista" non è stata finora utilizzata è soprattutto perché non si è manifestata un'adeguata sensibilità da parte dei consumatori.

### In che cosa si distingue l'assortimento rigorosamente Italian Style di Rex Sadoch?

Il Made in Italy è per noi di fondamentale importanza ed è sicuramente un elemento del successo del catalogo anche sui mercati esteri. Mettiamo grande

attenzione nella scelta dei colori e delle grafiche, sempre molto solari. Non ci siamo mai fatti tentare da certe tendenze in voga nel Nord Europa per le tonalità scure. E la scelta è risultata vincente, come dimostra il crescente interesse per i nostri prodotti proprio nei Paesi scandinavi. L'adesione convinta allo "stile italiano" è un aspetto distintivo delle nostre realizzazioni. Anche dei prodotti "su licenza": il character Disney o Warner Bros è infatti sempre inserito in un'accurata ambientazione grafica che lo esalta in modo originale e inconfondibile.

### Quali novità presenterete a Big Buyer 2010?

È l'occasione per presentare il nuovo catalogo ai buyer della Grande Distribuzione e ai grossisti di carta e cancelleria, che rappresentano i canali distributivi cui noi oggi principalmente ci rivolgiamo. Le collezioni vengono completamente ripensate nelle grafiche e nei colori ogni anno. Tra le novità 2011, un motivo di grande interesse è costituito da alcune linee di shopper innovative anche sul piano dei materiali. □

### MAESTRI DI STILE

Fondata nel 1914 a Trieste, Saul Sadoch è una delle aziende di maggiore tradizione ed esperienza nella produzione della Carta da regalo. L'ottima qualità del prodotto e dei servizi offerti al Cliente le hanno permesso di assumere una posizione di leadership in Italia e di registrare una costante crescita anche sui mercati esteri (in particolare in Spagna e Francia, ma anche nei Paesi scandinavi e d'area balcanica). Oltre alla Carta da regalo e agli shopper, l'Azienda propone un'ampia scelta di bags per ogni target e ricorrenza. Nel catalogo Sadoch, oltre alle storiche Cartine per sigarette, si trovano anche segnapacchi di tutti i tipi e tanti altri accessori a completamento della gamma e un vastissimo assortimento di carta per rivestire libri e foderare mobili. La Sadoch è licenziataria della Walt Disney dal 1982 e - recente acquisizione - della Warner Bros per i personaggi Titti e Looney Tunes.

