



Una ripresa esterna della sede



Paolo Montagner

LE CONTRAFFAZIONI NON ARRIVANO SOLO DALL'ORIENTE. E NON SEMPRE SONO I PICCOLI A COPIARE I GRANDI: A VOLTE SUCCEDE IL CONTRARIO

## Gli originali di Paperdream

di Anna Goffi

**H**a saputo ritagliarsi una sua nicchia di mercato **Paolo Montagner, Presidente e Direttore Commerciale dei brand Cartomarca e Paperdream**, che l'anno scorso ha venduto un milione e trecentomila pezzi solo nel segmento dei quaderni. Sulla breccia da 20 anni, più che un commerciale si definisce un creativo, perché è lui che nei momenti di difficoltà del mercato trova delle idee nuove, riuscendo a incontrare, e spesso ad anticipare, i gusti della gente. Al punto che i suoi articoli sono richiesti in Olanda, Svezia e Giappone. E a breve, verranno esportati anche in Russia e nei paesi dell'Est. Montagner è una persona di grande vitalità, e a 60 anni (portati peraltro benissimo) mantiene uno spirito giovane e combattivo. Per esem-

pio, non si è mai fermato di fronte alle varie difficoltà che ha incontrato nella vita e nel lavoro, riuscendo anzi sempre a reagire con forza e coraggio. Sono state queste doti, infatti, che nel 1984 gli hanno permesso di mettere in piedi un'attività aziendale che tuttora porta avanti con grande passione. Partito inizialmente con una produzione di articoli per conto terzi, dal 1995 ha cominciato a ideare linee proprie, e ha organizzato una rete di vendita grazie anche all'aiuto del socio Vincenzo Matera, che tuttora si occupa della parte produttiva. Vediamo dunque di conoscere più da vicino Paolo Montagner, un uomo schietto che proprio per la sua franchezza è deciso oggi, parlando con **COMMERCIO**, a togliersi qualche sassolino dalla scarpa. "Sicuramente

- esordisce - i miei articoli piacciono, forse piacciono fin troppo. Sono apprezzati infatti anche dalla concorrenza, dato che un'azienda leader del settore ha copiato senza ritegno le copertine dei miei quaderni che hanno per soggetto gli animali".

### LAVORO E PASSIONE NELLA SCELTA DEI SOGGETTI

Certo, in teoria essere copiati equivale in fondo a un riconoscimento di bravura, è un segno di apprezzamento anche da parte della concorrenza: se imitano i tuoi prodotti, infatti, significa che hai fatto centro, che hai individuato una linea vincente. Nello stes-



so tempo, però, è qualcosa che ti danneggia, che vanifica tutti gli sforzi messi in campo nell'ambito della ricerca. "Da più parti - continua Montagner - si condannano le contraffazioni, si sentono deprecare i falsi provenienti dall'estero. Ma io sono in una situazione ancora peggiore, perché mi trovo di fronte a una concorrenza sleale addirittura in casa. Mi sembra impossibile poi che l'azienda a cui mi riferisco in particolare, più grande e più importante della mia, non disponga di un ufficio grafico in grado di produrre qualche buona idea originale, senza dover scippare le mie". Le immagini tratte dal mondo animale, peraltro, incontrano oggi un favore diffuso e vengono riprodotte in di-

## Numeri d'impresa

**Ragione sociale:** Paperdream Srl/Cartomarca Snc  
**Anno di inizio di attività:** 1984  
**Sede operativa:** uffici, stabilimento e magazzino per un totale di 3.500 mq. in via Edison, 41 - 31020 Villorba - Treviso  
**Fatturato 2003 e previsione di fatturato 2004:** 4 milioni di euro  
**Numero addetti complessivi:** 25  
**Numero addetti alla vendita:** 6 agenti plurimandatari  
**Tipologia dei prodotti:** quaderni classici, quaderni a spirale, quadernoni, folder ad anelli, diari, rubriche telefoniche, astucci, blocchi, cartelline, valigette portadisegni e portadocumenti  
**Marchi:** Paperdream, Cartomarca  
**Canali di distribuzione:** cartoleria e GDO  
**Tipologia dei clienti:** dai bambini agli adulti  
**Tempi di consegna:** 24 ore  
**Destinazione esportazioni:** Olanda, Svezia, Giappone, mercati dell'Est  
**Incidenza dell'export sul fatturato:** 7%

## Gamma di prodotti sempre attuale

"Carte per sognare" così potrebbero essere definiti i prodotti Paperdream, con tutta la loro esplosione di colori e di allegria. E piacciono a qualsiasi età, ai grandi come ai piccini. Semplici strumenti di uso quotidiano da utilizzare in casa, a scuola e in ufficio - come diari, quaderni di vario formato, blocchi, astucci - per un attimo possono infatti trasportare la mente fra le suggestioni di profondi abissi marini o lussureggianti foreste tropicali. Una linea particolarmente apprezzata, per esempio, è quella costituita da articoli che riportano motivi ispirati a soggetti animali o floreali. Ma ci sono anche immagini più vicine alla nostra realtà, come quelle dei potenti mezzi di trasporto: alcuni recenti, altri che appartengono al passato e che sono testimonianza di una bellezza inalterata nel tempo. Ogni anno le linee si arricchiscono di nuovi soggetti, e quest'anno, appunto, sarà la volta degli uccelli, dei pesci e della car collection. Così, la bellezza proposta dalla Natura verrà affiancata a quella creata dall'uomo: mentre infatti i mezzi di trasporto parlano della storia e della sua evoluzione sotto il profilo tecnologico, gli animali suscitano emozioni più profonde, riportando l'umanità al suo rapporto primordiale con la natura. Per questa ragione sono stati scelti soggetti che intrinsecamente hanno qualcosa di speciale o che sanno commuovere il consumatore. Per esempio, animali di grande mole capaci tuttavia di suscitare tenerezza, come la mamma orsa con il suo piccolo, o come i delfini in coppia, naturalmente portati a ispirare simpatia. E c'è poi il soggetto divertente, come l'immagine buffa del coniglietto che porta in groppa una papera. Si può scegliere fra uccelli dai colori variegati e pesci tropicali smaglianti di lucentezza. E la stessa varietà si ritrova nel settore degli articoli da scrivania. C'è infatti una linea a motivi floreali che rende omaggio a un modello di femminilità tradizionale e che fa pensare

a romantiche donne inglesi. Ma ci sono anche articoli per tutti i target, che propongono interessanti soluzioni ideate in un'ottica di massima praticità: per esempio, i blocchi doppi che da una parte sono a righe e dall'altra a quadretti, o le valigette portadocumenti provviste di tasca portaoggetti. Un'idea semplice, e al tempo stesso geniale, che è stata brevettata.



versi comparti, dall'oggettistica al tessile. Ma a Paperdream-Cartomarca

va riconosciuto il merito di aver giocato largamente d'anticipo, dal momento che la linea in questione è stata ideata circa dieci anni fa. "Oltretutto - precisa Montagner - si tratta di copie che sono in genere peggiori dei prodotti originali, anche perché il tipo di carta usata è di qualità inferiore".

E questo, probabilmente, perché dietro i risultati ottenuti da Paperdream-Cartomarca ci sono mesi e mesi di lavoro, c'è un impegno sostenuto da una grande passione e portato avanti con il contributo sostanziale di un grafico che opera in perfetta sintonia con il team di produzione: si parte infatti dall'esame di migliaia di scatti fotografici (circa cinque/seimila), si procede quindi a un'attenta selezione, e si passa poi alla rielaborazione delle immagini selezionate. Ne derivano immagini realmente 'parlanti', che sono il frutto di un lavoro di gruppo e che esprimono al meglio il fascino del mondo che viene di volta in volta rappresentato.

E la differenza di risultato, rispetto alle 'copie', si manifesta evidente, al momento del confronto, anche all'occhio del consumatore più distratto. "Il nostro lavoro - conclude Paolo Montagner - è finalizzato a creare prodotti utili ma soprattutto belli. Il mercato, tuttavia, è purtroppo invaso da brutte copie, e questo non ci aiuta. Una copia rimarrà sempre una copia". ■

