

# ITLAS MAGAZZINE



QUADRIMESTRALE - PERIODICO D'INFORMAZIONE E AGGIORNAMENTO PER I PROFESSIONISTI DEL LEGNO - anno 2012 n. 1  
DIRETTORE RESPONSABILE: SARA SALIN - EDITORE: ITLAS SPA - REDAZIONE: VIA DEL LAVORO, Z. I., 31016 CORDIGNANO - TV  
\*Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% NE/TV

2012 10



LIGNUM ET LAPIS  
kitchen from the Arclinea Collection, design **Antonio Citterio**

[www.arclinea.com](http://www.arclinea.com)

Arclinea 

# Venti righe

di Sara Salin

Dopo cinque anni abbiamo pensato che fosse arrivato il momento di cambiare. E allora eccoci, con un giornale nuovo che negli obiettivi rimane sempre lo stesso, ma che si propone ai suoi lettori con il make-up completamente rifatto. Un formato diverso, un progetto grafico che nelle intenzioni è di essere più fresco, accattivante, capace di dare spazio ad un numero maggiore di contenuti. Più piccolo ma con più pagine, perché fra le vostre mani arrivi uno strumento di comunicazione aziendale molto più facile da sfogliare, da leggere, da conservare, da far girare. Per il nuovo "Itlas Magazine" che nasce nel 2012 abbiamo messo in cantiere anche qualche cosa di più. A partire dall'uso dei colori: ogni numero sarà contraddistinto da un pantone diverso che parte dalla copertina e viene richiamato poi all'interno in alcuni particolari e in alcune pagine sulle quali intendiamo catturare l'attenzione di chi legge. Accanto ai servizi dedicati all'azienda e alle sue novità di prodotto e di mercato vi accorgete che viene riservato ampio spazio alla rete dei nostri rivenditori, con approfondimenti, interviste e attenzione agli eventi che li riguardano. L'idea è quella di rivolgerci a voi e da voi ricevere notizie, curiosità, aggiornamenti, interventi da inserire nel numero successivo, perché "Itlas Magazine" sia il nostro ma anche il vostro mezzo per comunicare ai clienti, alle istituzioni, ai giornalisti che lo ricevono. Come sempre accanto ai numeri in lingua italiana ci saranno anche numeri dedicati al mercato estero, che giorno dopo giorno continua ad ampliare i propri orizzonti. Il primo, in chiusura proprio mentre scriviamo, è pronto e sarà in cinese per essere divulgato in occasione della nuova edizione della fiera di Shanghai.

**A tutti, buona lettura.**

# ITLAS

## MAGAZINE

### 01

08



20



36



**05** Fatto in Italia, ma non a metà

**08** Come una seconda pelle

**12** INTERVISTA a Gianni Furlan

**16** Bulgarelli. Tutta la classe del legno

**18** Il Bosco dentro casa

**20** Le nuove finiture?  
Sono state scelte con una App

**22** Marketing.  
Un nuovo anno di scommesse

**26** Strategie di gennaio.  
Agenti e rivenditori in azienda

**28** Le fiere

**32** Ecoforum di Clusone  
progetto vincente

**34** Il convegno

**36** La filiera produttiva  
adesso è in un unico sito

**38** Notizie flash

**42** La recensione

# Fatto in Italia ma non a metà

2012

Acquistiamo un prodotto italiano

Scegliamo la qualità aiutando la nostra economia

ITLAS  
PAVIMENTI IN LEGNO




Si fa presto a dire italiano. Si fa presto a dire **Made in Italy**. Anzi, parafrasando una a dir poco geniale pagina pubblicitaria di un'azienda davvero italiana uscita a fine dicembre sui quotidiani nazionali, si fa presto a dire **Meid in Itali**.

Eppure...

Eppure oggi il consumatore è bombardato dall'assalto di prodotti che di italiano hanno solamente il nome, da quotidiane cattive imitazioni, da produzioni spacciate come fatte in Italia e fabbricate interamente fuori dai nostri confini, vendute a prezzi così bassi da mettere in crisi un intero sistema. Eppure c'è ancora chi ci crede e compera. Compera false illusioni, messe sul mercato con false garanzie, producendo un danno enorme per le aziende italiane e per la nostra economia. Perché? Perché la delocalizzazione della produzione italiana – iniziata apparentemente per forza, per cercare di abbassare il costo del lavoro, per provare a restare al passo – ha dato velocemente vita ad un sistema vorticoso che oggi non è più in grado di certificare la genuinità dei nostri prodotti né in Italia né all'estero.

Proteggere tutto quanto è davvero italiano sta diventando quindi sempre più urgente. Portando all'attenzione del consumatore tutto quanto è ideato, nasce, si sviluppa e



Assi del Cansiglio®  
finitura Faggio del Cimbro



Assi del Cansiglio®



viene prodotto in Italia, con materiali della nostra terra, nelle nostre aziende, grazie alla nostra capacità imprenditoriale. E non solo perché il prodotto italiano è sinonimo di alta qualità, di buon gusto e di creatività in tutto il mondo. Non solo perché viene apprezzato e anche, proprio per queste ragioni, imitato. Il prodotto fatto in Italia racchiude in sé molto di più: racchiude la nostra storia, la nostra cultura, racchiude qualità sociale e relazionale che nasce e si sviluppa nell'azienda-famiglia e nei distretti. È il sinonimo della nostra identità nazionale, l'unica cosa che non può essere delocalizzata, perché è una caratteristica che rende competitiva l'Italia. È una tradizione. È una cultura, appunto.

All'inizio di un nuovo anno che promette per tutti lacrime e sangue, pensiamo che sia arrivato il momento di difendere col coltello fra i denti la nostra identità e di conseguenza aiutare la nostra economia. Itlas – che da sempre ha scelto di non delocalizzare la propria produzione – ha deciso di scendere in campo, promuovendo a gran voce

l'acquisto di un prodotto italiano. Come **Assi del Cansiglio®**: fatto da un'azienda italiana, fatto con un legno italiano, fatto da maestranze che lavorano in Italia, specializzate da anni nella lavorazione del legno. I pavimenti prefiniti a tre strati Assi del Cansiglio® sono in legno di faggio italiano, quello del Bosco del Cansiglio, foresta antica e di nobili origini situata a nord-est dell'Italia, fra le province di Treviso, Belluno e Pordenone. Un pavimento a chilometro zero, meglio a chilometro dieci, considerato che il Bosco del Cansiglio è a pochi passi dalla sede produttiva di Itlas. Un prodotto il cui progetto nasce da una sfida imprenditoriale molto ambiziosa: la sinergia fra un'azienda privata, Itlas appunto, e Veneto Agricoltura, l'ente pubblico che sovrintende le foreste demaniali del Veneto.

La scelta di Itlas è una scelta imprenditoriale di coscienza. Per garantire la qualità e l'originalità, ma per garantire anche, e non da ultimo, il valore sociale del proprio prodotto.



# Come una seconda pelle

C'è un nuovo progetto in casa Itlas. E questa volta non si tratta di un pavimento. La new entry nella gamma delle proposte dell'azienda veneta – anticipata ad ottobre in occasione di Made Expo 2011 – si chiama **Cinque Millimetri**. Un nome che racchiude in sé l'essenza stessa del progetto: cinque millimetri di legno nobile di rovere francese per rivestire qualsiasi superficie. Il patròn di Itlas, Patrizio Dei Tos, ama definirla una “pelle di legno”. A ragione, perché si tratta di una vera e propria seconda pelle per la propria casa e per qualsiasi ambiente sul quale si voglia intervenire per ristrutturare o semplicemente per rinnovare l'estetica. Dal pavimento che non piace più o che ormai è rovinato o ha perso la sua

sufficiente per lasciare spazio al nuovo rivestimento. Pavimenti, soffitti, pareti, porte, mobili, bagni... L'idea di Itlas è stata quella di creare un prodotto totalmente nuovo, finora non presente sul mercato, per rispondere ad esigenze sempre più forti da parte del mercato stesso, mantenendo al contempo tutte le caratteristiche e le peculiarità che da sempre contraddistinguono la produzione Itlas: in fase di lavorazione e di trattamento vengono utilizzate solo ed esclusivamente vernici a base d'acqua. Il design di Cinque Millimetri è esclusivo. Le tavole – proposte in nove finiture di grande tendenza e in diverse misure – sono dotate di incastro maschio-femmina per facilitare la messa in opera, che avviene



originaria brillantezza, alle pareti alle quali si desidera applicare una boiserie, alle porte da rivestire e che possono diventare un tutt'uno con le pareti, fino alle ante di armadi, pensili, cucine, mobili. Insomma, una soluzione altamente innovativa per tutte le esigenze di chi ha voglia di cambiare in modo facile e soprattutto veloce, senza sottoporsi ad un estenuante trasloco per aprire, come finora è accaduto, un vero e proprio cantiere in casa. Con tutti i disagi che ne conseguono. Cinque Millimetri infatti è un prodotto pratico, che va applicato direttamente sulle superfici esistenti. Grazie al suo spessore così limitato, è possibile utilizzarlo anche per rivestire qualsiasi tipo di pavimentazione preesistente senza interferire con gli elementi strutturali della casa. Come le porte blindate, che comunque sono sempre caratterizzate da un lasco

applicando sulla superficie da rivestire un adesivo monocomponente silanico appositamente studiato per questo particolare prodotto. L'adesivo indurisce con l'umidità atmosferica e nell'arco di 36-48 ore si trasforma in un collante adesivo resistente allo strappo, all'acqua, alla temperatura e all'invecchiamento. Un sistema facile, rapido e poco invasivo che presenta anche un'ottima resistenza all'umidità e elevate proprietà fonoresistenti. Un paio di giorni ed ecco, l'ambiente cambia totalmente aspetto. Anzi, per dirla con Patrizio Dei Tos, l'ambiente cambia totalmente pelle!

**cinque** **5** **MILLIMETRI**



**MISURA TAVOLE**

Larghezza: 130/160 mm  
Lunghezza: 500/1500 mm  
Spessore: 5 mm

**ESSENZA**

Rovere francese

**FINITURE**

Gamma di 9 finiture sia classiche  
che di tendenza

**POSA**

Applicazione sulla superficie da  
rivestire di un adesivo monocom-  
ponente silanico appositamente  
studiato per questo prodotto

**PROPRIETA'**

Velocità e praticità di applica-  
zione, senza alcuna necessità di  
intervento sugli elementi strutturali  
Ottima resistenza all'umidità  
Ottime proprietà fonoassorbenti



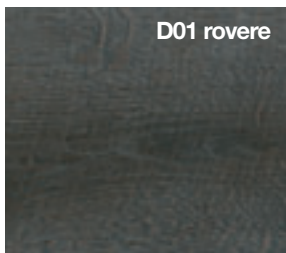


La presentazione del nuovo prodotto firmato Itlas è stata accompagnata dalla preparazione di alcuni strumenti di marketing a supporto della comunicazione e della vendita, dedicati sia alle sale mostre dei rivenditori che agli agenti.

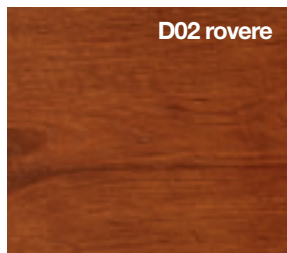
Innanzitutto l'ufficio marketing ha progettato una cartellina-campionario molto particolare, delle dimensioni di 265 x 420 x 90 millimetri: si tratta di una cartella raccoglitore a tre ante studiata e ottimizzata per ottenere il massimo risultato nella presentazione del prodotto Cinque Millimetri. È realizzata in cartoncino spessorato stampato a colori, fornita di chiusura con magnete.

Internamente sono inserite le 9 schede tecniche a due ante con applicati i campioni del Cinque Millimetri. È stata inoltre predisposta una tasca interna per l'inserimento della brochure destinata ai clienti: sedici pagine in due lingue, italiano e inglese, con la descrizione completa del prodotto, delle sue caratteristiche, la scheda tecnica, il sistema di posa e vantaggi nell'utilizzo. Il tutto corredato da una galleria completa di immagini.

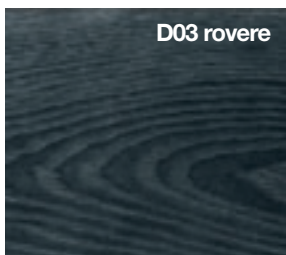




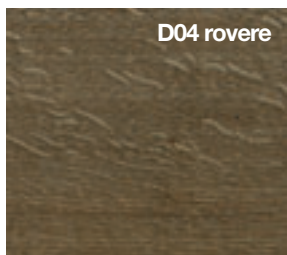
D01 rovere



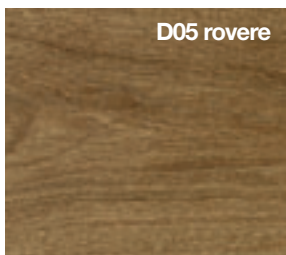
D02 rovere



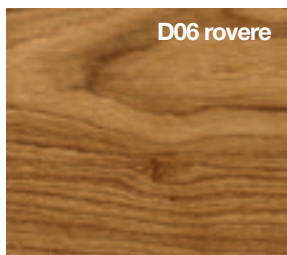
D03 rovere



D04 rovere



D05 rovere



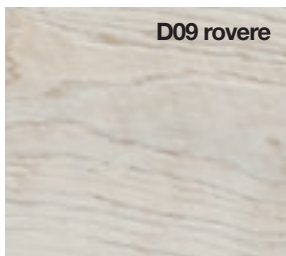
D06 rovere



D07 rovere



D08 rovere



D09 rovere

Una gamma di  
nove finiture sia  
classiche che di  
tendenza



# “La casa del futuro? Sarà fatta di materiali naturali e avrà pavimenti in legno”

Intervista a Gianni Furlan,  
titolare di Finalmenteacasa - Padova

Trent'anni di esperienza, di lavoro, di buon nome sul mercato di Padova, ma non solo. Per gli addetti ai lavori fare il nome di Gianni Furlan significa avere già in mano delle garanzie. Per il cliente significa Finalmenteacasa. Ovvero qualità, certezze, professionalità, buon gusto. In occasione del restyling dello showroom lo abbiamo incontrato, Gianni Furlan. E ci siamo fatti raccontare com'è, visto da vicino, il mondo del pavimento in legno, cosa chiedono i consumatori e i progettisti, quale sarà la casa del futuro.

**D:** Partiamo dallo showroom. Quali sono oggi il ruolo e l'importanza di poter avere uno spazio espositivo per la propria attività commerciale nel settore di cui lei si occupa?

**R:** Lo showroom di Finalmenteacasa si avvale di una superficie di circa 1.300 metri quadrati sviluppata in un unico piano. Il format è caratterizzato da un elevato impatto emozionale con un allestimento del tipo shop in shop. Negli ultimi anni la necessità di avere un ampio spazio espositivo è diventata fondamentale soprattutto per le esigenze del cliente privato. Il cliente oggi oltre a voler visionare campionature di superfici sufficientemente rappresentative vuole toccare i prodotti e poterli avvicinare per gli accostamenti ai vari materiali scelti per gli impieghi diversi all'interno della sua abitazione. Per questo motivo ogni nostro corner espositivo è dotato di un tavolo di lavoro con pezzi di campionature sfusi da poter toccare e spostare.

**D:** L'attività di Finalmenteacasa è vasta e le proposte rivolte ai clienti riguardano prevalentemente marchi di fascia alta. Quanto conta oggi per il consumatore finale la qualità del prodotto rispetto al prezzo?

**R:** Finalmenteacasa si occupa della distribuzione dei prodotti delle migliori marche presenti nel mercato. Ho scelto un marchio solo per ogni segmento-tipologia di prodotto selezionandolo dopo lunga esperienza maturata. La mia scelta è stata fatta per affinità di filosofia e di politica con ogni azienda partner. I marchi dei nostri partners si

identificano tutti come appartenenti ad una fascia di gamma alta, ma questo non significa che possano soddisfare solo una tipologia di clientela disposta a pagare un prezzo elevato. Per ogni prodotto proponiamo infatti una gamma di prodotti in grado di soddisfare tutte le esigenze dei consumatori, dal quello di primo prezzo al prodotto ricercato, elaborato, customizzato, che raggiunge anche prezzi molto sostenuti. In tutti i casi non viene mai trascurato l'aspetto della qualità. Insomma, come dice il nostro claim, ci proponiamo con una gamma a trecentosessanta gradi. Oggi il cliente pone molta attenzione alla qualità del prodotto e chiede di conoscerne tutte le caratteristiche. Finalmenteacasa, in un progetto di massima chiarezza e trasparenza nei confronti della sua clientela, ha implementato nel suo sistema informatico una funzione che automaticamente scarica ed allega ad ogni preventivo/conferma d'ordine la scheda prodotto contenente la descrizione di tutte le caratteristiche e le modalità per la manutenzione e la pulizia dei pavimenti proposti.

**D:** Parliamo di pavimenti: riesce a quantificare una percentuale di scelta del pavimento in legno rispetto alle altre tipologie di pavimentazione?

**R:** Oggi il pavimento in legno nelle abitazioni non è più dedicato esclusivamente alla zona notte. È diventato il pavimento più desiderato da ogni persona che si appropria alla finitura di una nuova abitazione. Possiamo affermare che oltre il cinquanta per cento dei pavimenti delle nuove abitazioni viene realizzato con listelli o tavole in legno. An-

che nell'edilizia alberghiera molti gestori hanno sostituito le pavimentazioni delle camere in moquette con pavimentazioni in legno.

**D:** Negli ultimi dieci anni come si è evoluta la scelta del pavimento in legno da parte dell'acquirente?

**R:** Negli ultimi dieci anni la scelta del pavimento in legno è cambiata totalmente grazie alla nuova offerta di pavimenti prefiniti anche di grande formato, come le Tavole del Piave e le Assi del Consiglio. Sono praticamente spariti i vecchi pavimenti in legno massello da levigare e verniciare in opera.

**D:** Quali sono le essenze oggi maggior-

mente richieste e quali quelle che, per così dire, sono state abbandonate dal gusto dell'arredare e del progettare?

**R:** Anche per la tipologia di essenza del legno da utilizzare l'orientamento è completamente cambiato. Non si usano più i legni esotici tipo iroko o doussiè che fino al 2005 erano la scelta più ambita. Oggi nel novanta per cento delle scelte viene preferito il legno di rovere con le finiture più disparate sia a livello di colorazione (tonalizzazioni scure, chiare sabbia o corda fino agli sfarinati, sbiancati o laccati) che di trattamento superficiale (spazzolati, piallati a mano...) che di finitura (cerati, oliati, verniciati all'acqua o con trattamento oil-uv). Oltre al rovere oggi sta maturando interesse soprattutto da



## Speciale rivenditori autorizzati

---

parte degli architetti per il faggio, ma solo quello proposto nella veste rielaborata da Itlas delle Assi del Consiglio con le sue varie finiture. Qualche pavimento nelle ville più luxury viene ancora realizzato in teak, per il quale è infatti necessario investire qualche denaro in più.

**D:** Come nasce il suo rapporto con Itlas e con Labor Legno?

**R:** Da quando lavoro nel settore, ovvero da quasi trent'anni, ho sempre avuto al mio fianco Patrizio Dei Tos, ho visto crescere prima Labor Legno e poi Itlas. Ho vissuto l'evoluzione dei prodotti e lo sviluppo degli insediamenti produttivi.

**D:** Facciamo un passo indietro e torniamo al claim di Finalmenteacasa. Si parla di fare, eseguire, progettare, posare, impostare, pianificare, arredare, restaurare, riordinare. Qual è la tipologia della vostra clientela? E soprattutto chi oggi sceglie davvero, il cliente finale oppure il progettista?

**R:** Alla nascita l'azienda si chiamava Giannifurlan Spa e il payoff pubblicitario Finalmente a Casa era parte della sua vision. L'attuale denominazione, necessaria per evitare un'assonanza troppo evidente con l'impresa da cui ero uscito, è frutto della modifica apportata nel 2008. Il nostro slogan pubblicitario recita: La nostra più grande soddisfazione è farti sentire FINALMENTEACASA. E come potrebbe ognuno di noi non sentirsi a casa sua camminando a piedi nudi su un confortevole pavimento in legno? Certamente nessuno avrebbe voglia di camminare scalzo su un pavimento in marmo... Comunque, come ho già detto, la nostra tipologia di clientela è a trecentosessanta gradi per cercare di soddisfare le esigenze di tutti. Di chi sceglie da solo o di chi è assistito dal suo professionista di fiducia che generalmente indirizza nelle scelte ma lascia l'ultima parola al suo cliente.

**D:** Dalla sua esperienza in questo settore ritiene che il consumatore in questi ultimi anni si sia costruito una maggiore sensibilità nei confronti del prodotto sostenibile, realizzato seguendo determinati criteri di attenzione verso l'ambiente e la salute dell'uomo?

**R:** Sicuramente oggi c'è una maggiore sensibilità del consumatore nei confronti del prodotto sostenibile e soprattutto questa attenzione raramente manca nelle scelte delle coppie più giovani. Soprattutto chi sceglie il pavimento in legno pone

assoluta attenzione verso l'ambiente e la salute dell'uomo. Anche per questo motivo noi di Finalmenteacasa oltre a proporre le Tavole del Piave o le Assi del Consiglio le posiamo solo con collanti green eco-compatibili, esenti da solventi, con bassissime emissioni di sostanze organiche volatili e che rispettano anche la salute degli operatori.

**D:** C'è a suo avviso una ricerca o una certa sensibilità verso il prodotto che garantisce la qualità italiana?

**R:** Oggi in modo particolare il cliente privato che è anche utilizzatore finale teme il prodotto di importazione e particolarmente quello cinese. Chiede sempre qual è la provenienza del legno e dove viene lavorato. Da tutti la qualità italiana viene considerata una garanzia assoluta.

**D:** Che idea ha della casa del futuro? E quali saranno secondo lei i materiali più utilizzati?

**R:** La casa del futuro sarà sempre di più realizzata con prodotti naturali. Il pavimento in legno sta già diventato il numero uno nelle scelte per tutti gli ambienti della casa. Oggi senza più timore lo si utilizza anche per il bagno. Gli architetti hanno provato a proporre pavimenti alternativi, come le resine, ma non hanno avuto riscontro nell'utilizzo per le abitazioni private. Perché il pavimento in legno è l'unico che ti fa sentire...Finalmenteacasa!



**IL PROFILO.** L'azienda, nata nel 2007 dall'iniziativa di Gianni Furlan che, forte dell'esperienza maturata per 25 anni nell'azienda di famiglia decide di intraprendere l'attività autonomamen-

te. Opera nel settore delle finiture per l'edilizia e si rivolge a una clientela composta sia da imprese che da privati, offrendo una gamma di prodotti e servizi che abbraccia diversi livelli di prezzo.



**LA VISION.** Alta selezione di prodotti, proposta da professionisti, al servizio di chi cerca lo shop più trendy. Ciò si traduce in un forte orientamento alla soddisfazione del cliente, a cui Finalmenteacasa assicura una selezione di prodotti sempre attuale, una gamma di servizi di alto livello e la consulenza di collaboratori professionisti.

**> FINALMENTEACASA**

360° FLOORS AND FURNITURE  
VIALE DELL'INDUSTRIA  
35129 PADOVA  
TEL. +39 049 777123  
info@finalmenteacasa.com  
www.finalmenteacasa.com

# Bulgarelli A.&C. Tutta la classe del legno



Il novantesimo giro di boa è già stato compiuto. Sembra impossibile, ma è così. Il 7 settembre scorso Alfiero Bulgarelli ha festeggiato in grande stile, alla Fiera Millenaria dei Gonzaga, i 90 anni di attività della sua azienda. Un traguardo importante, che racchiude in sé una storia tutta da raccontare nella creazione di pavimenti artigianali in legno.

È il 1921 quando l'azienda di Mantova muove i suoi primi passi. All'inizio è una falegnameria generica. Ma già

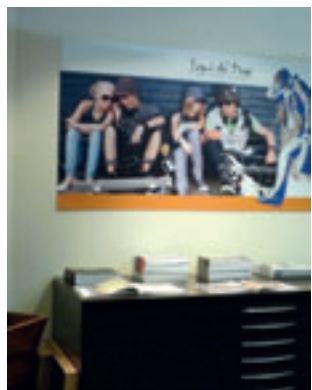
nel secondo dopoguerra inizia ad orientarsi verso la costruzione di mobili e di manufatti in legno per l'arredamento delle abitazioni. Allo stesso tempo cominciano ad essere prodotte anche le prime pavimentazioni. Che all'epoca erano del tutto tradizionali, costituite da semplici tavole in legno massello fissate sui travetti con i chiodi. Gli anni passano e l'azienda sceglie di specializzarsi sempre di più nel settore delle pavimentazioni in legno, in tutte le sue declinazioni. Le altre lavorazioni artigianali della falegnameria un po' per volta vengono abbandonate, ma le conoscenze acquisite nel corso dei tanti anni di attività vengono conservate come un bene prezioso. Sono quelle stesse conoscenze che oggi, a



oltre novant'anni di distanza, permettono ad Alfiero Bulgarelli di essere fra le aziende più quotate nel proprio settore per il proprio livello tecnico e qualitativo.

Oggi l'azienda – che conta una quindicina di collaboratori – è in grado di offrire ai propri clienti la certezza di trovare la giusta risposta a qualsiasi esi-

genza in materia di pavimenti in legno. Dallo scorso anno è rivenditore autorizzato Itlas: Alfiero Bulgarelli e i suoi collaboratori hanno allestito una sala mostra di grande impatto, ma non solo. Negli ultimi mesi c'è un'attività molto proficua anche nel campo della comunicazione e soprattutto della comunicazione 2.0, con una pagina Facebook tutta da visita-



re, ricca di foto, di eventi, di notizie, costantemente aggiornata, visitata e condivisa. Una comunicazione degna di un'azienda di classe, il cui patròn non dimentichiamolo è presidente dell'Associazione Italiana Posatori Pavimenti in Legno (AIPPL), un incarico prestigioso e impegnativo portato avanti con la stessa passione con cui è guidata l'azienda mantovana.

**BULGARELLI A. & C. Snc**

Via Cavour, 21  
46100 Mantova  
Tel. +39 0376 355182  
[www.bulgarellisnc.it](http://www.bulgarellisnc.it)



# Il Bosco dentro casa



Assi del Cansiglio®  
finitura Faggio del Cimbro

Una scelta a dir poco perfetta. Chi ha progettato l'appartamento – dislocato su due livelli con soppalco e travi a vista – ha optato per la finitura Faggio del Cimbro, dal colore molto naturale, particolarmente adatto ad una concezione moderna dell'abitare. La finitura ha un effetto sbiancato ed è caratterizzata da interventi strutturali molto originali, che danno vita ad una sorta di puntinatura lungo tutta

Siamo nei luoghi più antichi e ricchi di storia di una delle cittadine più caratteristiche del nordest dell'Italia, Vittorio Veneto. Precisamente a Serravalle, situata nella parte più settentrionale del territorio comunale, un tempo ben distinta da tutti gli altri sobborghi e oggi considerata il vero cuore antico, molto amato dai cittadini vittoriesi altro non fosse per il santuario che vi sorge, arroccato alle pendici del monte Marcantone: il santuario di Sant'Augusta, luogo di culto secolare e sede delle reliquie della martire e patrona di Serravalle, secondo la tradizione cristiana martirizzata dal padre Manducco, dignitario goto che qui innalzò il proprio castello e che si oppose alla conversione della figlia.

Qui, tra i vicoli di Serravalle, è stato recentemente recuperato un edificio ad uso residenziale nel quale sono stati ricavati alcuni appartamenti privati. Per uno di questi la ristrutturazione ha previsto la posa di pavimenti in legno e la scelta è stata la più caratteristica che ci si potesse aspettare: le Assi del Cansiglio®, pavimenti in legno di faggio proveniente da un bosco, quello del Cansiglio appunto, che dall'abitazione dista appena qualche chilometro.



la tavola. Il risultato è un insieme di spazi molto luminosi, con le ampie tavole di faggio a fare da protagonisti all'interno di un arredamento per certi versi molto minimalista, di gusto estremamente moderno. Dentro, il faggio delle Assi del Cansiglio®. Fuori, una cittadina che proprio dalla Serenissima Repubblica – la stessa che dalle faggete del Cansiglio ricava il legname per produrre i remi delle galee – ebbe un impulso immenso alla propria economia, già molto affermata nei secoli precedenti grazie al fiorente traffico mercantile e alle sue numerose attività artigianali. Una coincidenza straordinariamente voluta.

# Le nuove finiture? Sono state scelte con una App



01.

Vi ricordate? In occasione di Made Expo 2011 abbiamo presentato un'ampia gamma di nuove proposte per le finiture delle Tavole di Piave. A tutti i visitatori del nostro stand è stata offerta la possibilità di dire la loro: grazie ad un'applicazione su iPad ognuno sceglieva la finitura che più corrispondeva al proprio gusto. Grazie ai risultati del nostro sondaggio siamo arrivati a definire quali, fra tutte le proposte fatte, sarebbero state le nuove finiture da inserire nel catalogo. Eccole. Si tratta di pigmentazioni dai colori che richiamano, nella loro peculiarità, la terra del nostro territorio di appartenenza. Colori caldi e colori che più si avvicinano alle tendenze moda del momento, con i grigi e i tortora a fare da padroni. Ma con alcune particolarità dettate dagli effetti opacizzanti o lucidi creati ad arte dai nostri artigiani, grazie all'utilizzo di particolari vernici a base d'acqua.

Va ricordato che i pavimenti della collezione Tavole del Piave® sono in rovere europeo, compensato di betulla e abete, certificati PEFC e FSC, lavorati con collanti vinilici e vernici atossiche all'acqua. Tutte le tavole sono lavorate singolarmente con la spazzolatura artigianale e bisellate lungo tutto il perimetro.

04.

01. **Rovere Barricato** (codice H54) è una finitura dalla colorazione molto calda, ottenuta grazie alla spalmatura morbida di patine colorate. La lucidatura ad effetto cera naturale è data dalla verniciatura trasparente a base d'acqua.

02. **Rovere Cartize** (codice C29) è una finitura dalla colorazione particolarmente chiara, tendente al grigio, dall'effetto cera naturale. Il tutto è reso possibile da una spalmatura morbida di patine colorate e da una verniciatura trasparente a base d'acqua.

03. **Rovere Marzemino** (codice C39) è una finitura dalle tonalità grigio-tortora dall'effetto opacizzato. La pigmentazione particolare è ottenuta grazie alla spalmatura morbida di patine colorate, mentre la verniciatura trasparente a base d'acqua regala a questo pavimento un'opacità che lo rende unico.

04. **Rovere La Cantina** (codice C37) è una finitura caratterizzata dall'effetto opacizzato. La pigmentazione fra il grigio e il tortora viene ottenuta grazie alla spalmatura morbida di patine colorate.



*Tavole del Piave®*

03.

02.



# Marketing

## Un nuovo anno di scommesse

Tempo di crisi? Purtroppo è così. Un antidoto? Non abbiamo formule magiche in grado di contrastare il problema economico del paese. Ma in questi anni di lavoro e di esperienza sul campo abbiamo fatto tesoro di un concetto basilare del marketing: comunicare durante un periodo di recessione, quando magari una parte dei competitors tace, vuol dire raccogliere il doppio di visibilità e dei consensi. Il giorno in cui l'economia ritroverà il proprio equilibrio – prima o poi dovrà succedere, o almeno ce lo auguriamo con tutto il cuore – chi ha continuato a comunicare si ritroverà rafforzato, con un brand più solido e conosciuto, con un numero maggiore di clienti e pronto alle nuove sfide del mercato.

David MacKenzie Ogilvy, che è stato uno dei più brillanti pubblicitari al mondo autore fra l'altro del concetto di *brand image*, scrisse: "Sono giunto alla conclusione di considerare la pubblicità come parte del prodotto, da trattare come costo di produzione, non come costo di vendita. Ne segue che non

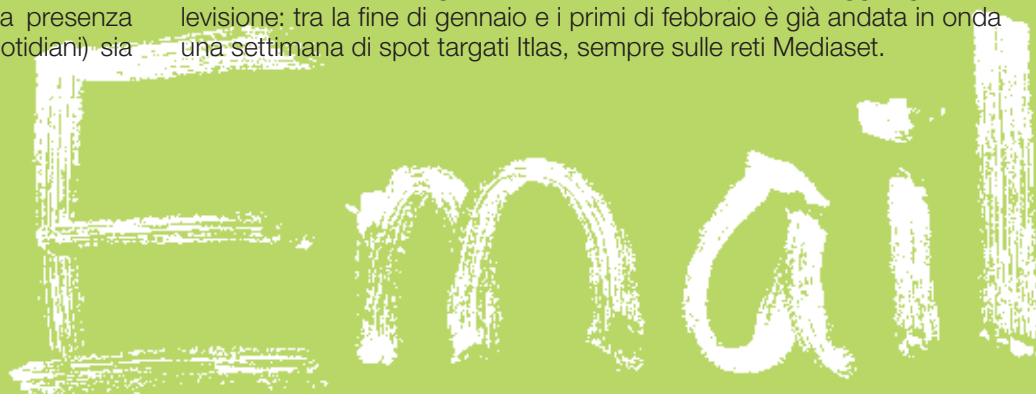
dovrebbe essere tagliata quando i tempi sono duri, non più di quanto risparmiereste per qualunque altro ingrediente essenziale del prodotto". Facile a dirsi, difficile a farsi? La strada più rapida, quella che osserviamo tutto intorno a noi, è che in tempo di crisi la parola d'ordine diventa tagliare, risparmiare, nella speranza che la bufera in cui ci troviamo passi presto. Il taglio più facile per qualunque azienda diventa quello relativo al budget pubblicitario e della comunicazione. Una scelta difficile, che si riscontra in primis in tutte le aziende più piccole, che soffrono maggiormente e che



soprattutto finora non sono state lungimiranti, a causa della loro incapacità di implementare negli anni idonee strategie di marketing. Ma Itlas si trova a concordare con le teorie di Ogilvy: la pubblicità e la comunicazione sono il carburante indispensabile per stimolare la domanda di beni e servizi e i momenti difficili non sono certo quelli migliori per scegliere di mettersi in stand-by.

Ecco quindi che la scelta dell'azienda è di continuare, nonostante i sacrifici imposti dal sistema, sulla stessa strada intrapresa negli ultimi anni. Nel 2011 gli investimenti pubblicitari di Itlas sono stati notevoli, sia nel settore della carta stampata (con la presenza del brand in ben 25 riviste e quotidiani) sia

in quello televisivo, con la prosecuzione dell'accordo con Publitalia per gli spot e le telepromozioni sulle reti Mediaset: oltre alle telepromozioni dell'iniziativa "Primavera del parquet" nell'ambito della trasmissione di Rete 4 Melaverde, gli spot delle Assi del Consiglio® sono andate in onda non solo sulle classiche Canale 5, Italia 1 e Rete 4, ma anche sui nuovi canali del gruppo La 5, Iris e Italia 2. Inoltre è stata sponsorizzata la nuova trasmissione-reality con l'architetto Andrea Castrignano "Cambio casa, cambio vita" su La 5. Nel 2012 la strategia di marketing non cambia: continuiamo ad essere presenti sui principali periodici del settore del legno, sui periodici di informazione, su quelli distribuiti in occasione delle più importanti fiere di settore organizzate in Italia, sulle più importanti teste di arredamento. In più è stato scelto di allargare gli orizzonti con una pianificazione più mirata su riviste dedicate al contract e ai professionisti dell'arredamento, designer e architetti. A tutto questo si aggiunge la televisione: tra la fine di gennaio e i primi di febbraio è già andata in onda una settimana di spot targati Itlas, sempre sulle reti Mediaset.



“ Chi smette di fare pubblicità per risparmiare soldi è come se fermasse l’orologio per risparmiare il tempo. ”  
Henry Ford

# La pianificazione pubblicitaria 2012

Nei dettagli, queste le testate scelte per il 2012, con i relativi numeri di uscita sui quali siamo presenti:

**BRAVA CASA:** gennaio, marzo, maggio, giugno, agosto, settembre, ottobre.

**CASAMICA:** febbraio/marzo, maggio, giugno, luglio, ottobre, dicembre.

**CASE DA ABITARE:** gennaio/febbraio, marzo, aprile, giugno, settembre, ottobre.

**ABITARE:** gennaio/febbraio, aprile, giugno, settembre, ottobre, dicembre.

**SETTE GREEN:** aprile, ottobre, novembre.

**VILLE E GIARDINI:** gennaio/febbraio, marzo, maggio, luglio, settembre, novembre.

**CASAVIVA:** gennaio, aprile, agosto, ottobre, dicembre.

**CASABELLA:** gennaio, febbraio, aprile.

**PANORAMA INTERNI:** febbraio, ottobre.

**INTERNI:** aprile, settembre, ottobre.

**G CASA:** gennaio, marzo.

**IL GIORNALE DELL'ARCHITETTURA:** marzo, aprile, maggio, ottobre, novembre, dicembre.

**CASE & COUNTRY:** gennaio, marzo, aprile, maggio, luglio, agosto, settembre, ottobre, novembre, dicembre.

**LADIES:** maggio, luglio/agosto, ottobre.

**CAPITAL LIVING:** aprile, luglio, settembre, novembre.

**ELLE DECOR:** gennaio/febbraio, luglio/agosto, dicembre.

**MARIE CLAIRE MAISON:** marzo, giugno, novembre.

**HOME:** febbraio, maggio, ottobre.

**YACHT DESIGN:** luglio/agosto.

**CASA NATURALE:** marzo, aprile, luglio/agosto, ottobre, novembre.

**100 IDEE PER RISTRUTTURARE:** maggio/giugno, luglio/agosto, settembre/ottobre.

**VILLE & CASALI:** marzo, giugno, luglio, agosto, ottobre, dicembre.

**SIDE MAGAZINE:** marzo, aprile, maggio, giugno.

**COSE DI CASA:** febbraio.



Il lavoro continuo di pubbliche relazioni con tutte le redazioni ha portato nel 2011 a dei risultati eccellenti nella presenza dei prodotti Itlas sulle pagine delle riviste più blasonate: articoli, segnalazioni, redazionali, fotonotizie e soprattutto un gran numero di servizi fotografici nei quali il protagonista è il pavimento in legno Itlas. E già dai primi numeri delle riviste uscite in edicola dall'inizio dell'anno è stato riscontrato che i frutti degli sforzi compiuti continuano a dare ottimi risultati, con interviste e presenze anche lì dove finora non si è mai pianificato dal punto di vista pubblicitario.



# Il web si rifà il make-up



Ma il 2012 è ricco anche di altre novità in questo settore. Oltre al magazine, totalmente rivistato graficamente, anche il web ha subito importanti restyling. Da circa un mese è online il nuovo sito internet. L'indirizzo non è cambiato, ma sia la veste grafica che la struttura sono stati completamente rivisti. Immagini più accattivanti, molte fotografie ambientate dei pavimenti, nuove sezioni ricche di contenuti, come quelle

relative al design e all'area verde. Eppoi una presentazione molto curata dei singoli progetti e dei relativi prodotti, con la possibilità di avere sotto gli occhi ogni singola essenza e finitura e tutte le sue caratteristiche tecniche specifiche. Il risultato è un sito molto più moderno, molto più ordinato e funzionale, con percorsi di navigazione semplici ma allo stesso tempo pieni di argomenti per l'utente finale. Nei prossimi mesi

saranno online sia la versione nuova del sito delle Assi del Consiglio®, sia le versioni inglese e tedesca di tutti i nuovi contenuti. Una grande spinta in questi ultimi mesi è stata data anche alla comunicazione 2.0, con una bacheca di Facebook molto più attiva e l'apertura di un profilo su Twitter, il social network oggi maggiormente utilizzato in tutto il mondo, facile, rapido e funzionale.

# Strategie di gennaio agenti e rivenditori in azienda

Neppure il tempo di tornare dalle vacanze natalizie che l'azienda ha messo in funzione il cervello di tutti. Sì, perché il 2012 di Itlas si è aperto all'insegna di due incontri molto impegnativi e ricchi di contenuti, di grandissimo successo e consenso. Il primo, rivolto agli agenti, si è tenuto nella mattinata del 10 gennaio, mentre il secondo, programmato per il 20 gennaio, è stato dedicato a tutti i rivenditori dell'azienda. Entrambi organizzati nel salone del Punto Parquet di Sacile, i meeting hanno avuto un filo conduttore comune: la presentazione dei nuovi prodotti da immettere sul mercato, gli input commerciali dell'azienda per il nuovo anno, il punto sulle certificazioni, le strategie di marketing, i supporti di vendita, la

nuova pianificazione pubblicitaria, la presentazione del nuovo sito internet.

Tanti gli argomenti e tante le novità che hanno catturato l'attenzione dei presenti, grazie anche alla scelta di affidare le presentazioni a voci diverse, ciascuna per la sua specifica competenza. Voci vecchie e voci nuove per dare maggiore equilibrio e creare anche relazioni più solide. Il tutto con Patrizio Dei Tos, patròn dell'azienda, a fare da regista e pronto ad intervenire con precisazioni e preziosi approfondimenti.





Importante la presenza dei rivenditori autorizzati e dei nuovi rivenditori alla seconda giornata. Sono arrivati in molti e si sono trovati di fronte ad una scaletta che presentava una giornata piena e ricca di cose da fare e da vedere. Divisi per gruppi e accompagnati passo dopo passo dai commerciali Itlas, i rivenditori hanno prima di tutto fatto visita all'azienda: dalla nuova segheria fino alla produzione, per un percorso completo di carattere didattico. Al quale è seguita la "lezione" pomeridiana, partecipata con attenzione e curiosità e proseguita in serata con la cena presso il ristorante Ca' del Poggio, dove la didattica è stata inevitabilmente sostituita dalla convivialità.

# Le fiere

Una presenza importante, quella dell'azienda alle più blasonate manifestazioni fieristiche di settore sia a livello nazionale che internazionale. Un sacrificio? No, un investimento. Anche perché le scelte che vengono operate da Itlas selezionano quasi scientificamente gli appuntamenti a cui prendere parte, valutando la storia delle singole fiere, la tipologia di visitatore, gli espositori, il potenziale mercato di riferimento. Grazie ad un importan-

un complesso fieristico che fra soli tre anni sarà il centro del mondo grazie ad Expo 2015. Terzo perché è visitato ad ogni edizione sempre di più non solo da un pubblico nostrano, ma da un pubblico eterogeneo e proveniente da ogni angolo del pianeta. Quarto perché, ammettiamolo, ci sono tutti e allora ti chiedi: devo mancare proprio io?

E dopo la spartiacque Milano, dove Itlas come sempre brilla all'interno del proprio padiglio-



te potenziamento dell'ufficio commerciale estero, nel corso del 2011 sono state davvero molte le presenze di Itlas che, con il proprio stand, ha portato i suoi prodotti a conoscenza di mercati anche molto lontani. Si pensi a Shanghai. Si pensi alla Russia.

Il momento probabilmente più atteso dell'anno è, diciamo, quello di Milano. Una fiera, il Made Expo, che per la maggior parte delle aziende italiane che in qualche modo hanno a che fare con l'architettura e il design è l'Appuntamento con la A maiuscola. Primo perché è in Italia. Secondo perché è a Milano, in

ne, le scelte sono state tutte per le fiere estere: da Casablanca in Marocco dove l'azienda ha fatto la sua prima esperienza, ad Hannover per il Domotex dove è stato bissato il successo dello scorso anno, fino a Las Vegas, dove per la prima volta si è provato a testare da protagonisti il mercato statunitense. In mezzo c'è stata poi tutta una serie di piccoli e grandi appuntamenti in cui il brand è stato presente grazie all'impegno dei singoli rivenditori.



## > MADE Expo

Milano Architettura Design  
5 - 8 ottobre 2011  
Fiera di Rho  
Milano



Come sempre, un successo. Basterebbe dire questo della partecipazione all'edizione 2011 di Made Expo, che si è tenuto alla Fiera di Rho dal 5 all'8 ottobre e che ha visto Itlas scendere in campo con un vero e proprio esercito di persone per accogliere al meglio un numero davvero straordinario di visitatori. Professionisti del settore, progettisti, designer, architetti, giornalisti, pubblicitari, ma anche semplicemente gente comune interessata ai prodotti presentati. Questa volta poi c'è stato qualche cosa in più: grazie alla partnership nata con Arclinea - azienda che produce cucine di alta gamma - lo stand è stato arricchito e reso ancora più... appetibile. L'allestimento ha visto infatti il posizionamento di un'isola firmata Arclinea e la presenza di un cuoco stellato, Luca Marchini, che in ognuno dei quattro giorni di fiera si è esibito in preparazioni e presentazioni culinarie molto speciali e raffinate che non potevano non catturare l'attenzione di tutti, chiamati di volta in volta alla degustazione dei piatti. Un'idea diversa di essere presenti in fiera, quella di Itlas: cercare nuove collaborazioni per proporre nuove sfide. Con il consueto accompagnamento musicale (che è diventato ormai una tradizione consolidata in occasione del Made) e con centinaia di bottiglie di Prosecco Superiore Conegliano Valdobbiadene DOCG La Vigna di Sarah stappate a più non posso. La ricetta sembra essere quella giusta, considerato il

super lavoro a cui sono stati sottoposti tutti. Dal titolare ai commerciali, dagli agenti ai referenti per il marketing e la comunicazione. Quattro giorni carichi dalla prima all'ultima ora di appuntamenti, di visite, di domande, di interviste, di richieste, di nuovi contatti, di aperture a nuovi mercati. Insomma, ancora una volta un successo estremamente gratificante.



> Médinit Expo

20 - 23 ottobre 2011  
Cattedrale del Sacro Cuore  
Casablanca - Marocco

Subito dopo l'appuntamento milanese, Itlas ha fatto la valigia per essere presente per la prima volta in Marocco. A Casablanca, nella bellissima Cattedrale del Sacro Cuore dal 20 al 23 ottobre si è tenuta la seconda edizione di Médinit Expo, vera e propria fiera del Made in Italy in alcuni settori definiti, come il sistema casa e le tecnologie ambientali, con le aziende italiane a fare da protagoniste e con la grande opportunità di incontrare i professionisti di un nuovo interessante mercato. Organizzato dalla società veronese Via Nuova. Médinit Expo si è posto fin dall'inizio l'obiettivo di aprire le sue porte solamente ad un pubblico esclusivo, composto da architetti, interior design, costruttori, impresari e distributori invitati direttamente dalla Camera di Commercio italo-marocchina e dall'Ordine degli Architetti del Marocco. Grande l'eco avuta dalla manifestazione sui maggiori quotidiani e periodici economici sia italiani che stranieri.



> DOMOTEX Hannover



Anche la presenza in Germania di inizio anno con il Domotex di Hannover - in programma dal 14 al 17 gennaio - sta diventando un classico per Itlas. È uno dei più importanti eventi del settore non solo in Europa, ma a livello mondiale. L'azienda anche qui ha trovato risposte molto positive, sia dal punto di vista dei consensi nei confronti dell'intera gamma dei prodotti presentati sia per quanto riguarda il numero dei contatti ottenuti. Professionisti provenienti dai paesi più disparati: una clientela vasta e variegata, quella che ha visitato lo stand, composta soprattutto da clienti cinesi, sudafricani, russi, inglesi, ucraini, rumeni, ma anche statunitensi, sudamericani (prevalentemente messicani) e naturalmente tedeschi. L'azienda nel proprio stand ha presentato tutta la gamma dei prodotti storici e delle novità, come le tavole dalle misure eccezionali di 40 cm di larghezza per quattro metri di lunghezza, che hanno catturato fin da subito l'attenzione dei visitatori. E come le Assi del Cansiglio®, che hanno trovato il gradimento del pubblico e soprattutto dei

14 - 17 gennaio 2012  
Exhibition Grounds  
Hannover - Germania

progettisti grazie alla particolarità sia del progetto che del legno utilizzato, il faggio italiano certificato PEFC proveniente dalla Foresta del Cansiglio. Occhi puntati anche sui progetti dei Grandi Classici®: in questo momento particolare c'è una grandissimo ritorno della posa a spina classica ed ecco quindi che le proposte di Itlas sono state molto apprezzate, come pure - sempre relativamente al progetto i Grandi Classici® - il lavoro di taglio al laser che l'azienda opera nella costruzione delle quadrotte e dei rosoni.



Oltreoceano. Itlas in questo inizio di 2012 è volata anche lì, negli Usa. Precisamente nello stato del Nevada, nella luccicante Las Vegas, dove dal 24 al 26 gennaio ha partecipato a Surface Trade Show, fiera dedicata ai pavimenti organizzata presso il Mandalay Bay Convention Center nella medesima location di Marmomac Americas. È il più grande appuntamento annuale di settore per gli Stati Uniti, dove per tre giorni si assiste ad un vero e proprio faccia a faccia tra venditori, distributori, installatori, designer e costruttori. Anche qui Itlas ha scelto di mettere in vetrina il top della sua produzione, raccogliendo consensi soprattutto grazie al fatto che si tratta di prodotti certificati Made in Italy e riuscendo così a promuovere lo sviluppo del proprio brand in un una fiera visitata soprattutto da operatori del settore provenienti dalla California, dal Messico, ma in buona parte anche dalla Grande Mela.



#### > SURFACE Trade Show

24 - 26 gennaio 2012  
Mandalay Bay Convention Center  
Las Vegas, Nevada, Usa



# Ecoforum di Clusone progetto vincente

Si chiama Ecoforum ed è il nuovo centro terziario-commerciale di Clusone, in provincia di Bergamo. Un edificio di ultimissima generazione sotto il punto di vista progettuale, filosofico e dei materiali utilizzati, che va a concludere l'insediamento produttivo della parte sud dell'abitato del centro dell'alta Val Seriana. Il progetto, commissionato dalla Immobiliare Percassi di Bergamo, è firmato dallo studio **De8 Architetti**, che con il **progetto Ecoforum ha vinto il "MIES VAN DER RHOE Award 2011"**.

Lo studio, membro fondatore del new italian blood, si occupa da anni di progetti eterogenei (dall'urbanistica al residenziale, dal terziario al commerciale, dall'alberghiero alle strutture sportive, dall'interior design al retail), collaborando con Tobia Scarpa, Dominique Perrault, Ken





Kuma e Asymptote. Negli ultimi anni la strada intrapresa è quella della sostenibilità ambientale, pur non rinunciando a linguaggi architettonici contemporanei. In quest'ottica rientra la progettazione di Ecoforum, pensato per non essere decontestualizzato dalla geografia e dal paesaggio in cui è stato costruito: ne è uscito un luogo che riscatta il contesto, una sfida di come il paesaggio può plasmare un programma, un luogo capace di sviluppare e accrescere gli scambi e le dinamiche interpersonali, con l'immagine dell'arco montano che si riflette sull'edificio stesso, tutto rivestito in vetro. A Clusone le montagne si vedono e si sentono, sono sempre sullo sfondo. A seconda delle condizioni della luce, l'Ecoforum diventa un sistema di edifici mutevoli, che richiama i toni della montagna, grazie ai colori diversi utilizzati per i serramenti e le vetrate.

All'ultimo piano di questo sontuoso edificio gli studi e gli uffici presenti sono stati pavimentati scegliendo non a caso i pavimenti in legno di Itlas. In particolare per gli spazi ampi ed estremamente luminosi di quest'attico si è optato per **Tavole del Piave®** della lunghezza di 170 millimetri in essenza **Wengè Acca-  
dueo**. Il risultato è un contrasto vivace tra la tonalità molto scura delle grandi tavole a terra, il bianco delle pareti, i dettagli cromati e le ampie vetrate che portano all'interno degli ambienti il paesaggio esterno che domina l'alta valle.





## VENETO AGRICOLTURA

Azienda Regionale per i settori Agricolo, Forestale e Agro-Alimentare

Veneto Agricoltura è l'azienda della Regione veneto per la ricerca, la sperimentazione, il trasferimento dell'innovazione nei settori agricolo, forestale e agroalimentare. Dal 1999 lavora per portare innovazione al settore primario, favorendone lo sviluppo con strumenti e servizi all'avanguardia che valorizzano il territorio e i suoi prodotti. Organizzata in 16 sedi distribuite in tutte le province venete, ha in gestione quasi 20mila ettari tra boschi, zone umide e terreni agricoli, con 175 dipendenti oltre a operai e collaboratori. Le sue attività spaziano dalla ricerca applicata in agricoltura, dalla qualità alla salubrità degli alimenti, le bioenergie, l'educazione naturalistica, l'informazione, la divulgazione, la gestione forestale, la riqualificazione ambientale, le nuove tecnologie.



# Il convegno

Durante tutto il 2011 si sono moltiplicate nel Veneto le manifestazioni che hanno voluto celebrare l'Anno Internazionale delle Foreste, dichiarato dalle Nazioni Unite per ricordare come le foreste siano essenziali per la vita di ogni comunità. Veneto Agricoltura, l'ente preposto alla gestione delle foreste demaniali regionali, ha chiuso l'anno con un convegno per fare il punto sul presente e per gettare uno sguardo al futuro. Il 12 dicembre a Villa Contarini di Piazzola sul Brenta, in provincia di Padova, si sono dati appuntamento i massimi esperti del settore, coordinati da Antonio Brunori, giornalista e segretario nazionale di PEFC Italia. "Le foreste regionali del Veneto: laboratori di innovazione e motori di sviluppo territoriale", il tema della giornata, sponsorizzata da Itlas.

L'exkursus storico presentato dal professor Giustino Mezzalana ha ricordato i cento anni dell'inaugurazione della Foresta di Giazza, prima foresta demaniale d'Italia. Cento anni in cui le foreste demaniali regionali hanno svolto ruoli



e funzioni molto diverse fra loro: sono state miniere di legname e ammortizzatori sociali, presidi contro il dissesto idrogeologico e spazio per le attività turistico-ricreative, scrigno della biodiversità e pozzi di carbonio. Ma in un periodo così lungo di storia c'è una cosa che non è cambiata. Queste, che sono un patrimonio di tutti i veneti, svolgono ancor oggi un ruolo assolutamente speciale: essere un laboratorio di innovazione e un motore di sviluppo per le comunità locali.

Nel corso della mattinata, dopo il saluto dell'amministratore unico di Veneto Agricoltura Paolo Pizzolato, i temi affrontati hanno toccato tutte le realtà forestali del Veneto. Partendo dal Bosco del Cansiglio, massima espressione del binomio prodotto-territorio. Dopo anni di utilizzo del legno delle faggete come legna da ardere, oggi questa foresta sta tornando ai fasti della Serenissima Repubblica di Venezia, quando il legno di faggio era utilizzato per produrre



i remi delle galee. Un legno nobile e prezioso che oggi, come ha spiegato l'amministratore di Itlas Patrizio Dei Tos, viene utilizzato – grazie ad un accordo fra Veneto Agricoltura e l'azienda – per produrre le Assi del Cansiglio®, un pavimento a chilometro zero, in legno italiano certificato.

Ma il convegno non si è fermato al Cansiglio, andando a toccare ogni aspetto delle foreste del Veneto: il legame fra natura, turismo e benessere che oggi si sta sviluppando sul Monte Baldo; il ruolo di difesa dalle alluvioni svolto dalla Foresta di Giazza; il tema del mito del turismo ecologico e sostenibile; gli aspetti gestionali della multifunzionalità delle foreste nel quadro della pianificazione integrata; le riserve naturali litoranee.

I nuovi scenari che si aprono all'orizzonte sono molti, ma sono sempre e comunque nell'ottica di un ruolo della foresta come laboratorio di innovazione e di motore di sviluppo locale. Dalla fruizione turistica all'educazione naturalistica, dal rilancio delle filiere locali del legname alla valorizzazione del patrimonio faunistico, il lavoro futuro di Veneto Agricoltura guarda ad una foresta da pianificare, da amare, da gestire.

# La filiera produttiva adesso è in un unico sito

Tronchi, tronchi, tronchi eppoi ancora tronchi. Migliaia di tronchi di tutte le dimensioni, di tutti i diametri. Uno sopra l'altro, ciascuno con il proprio codice di identificazione, accatastati in un piazzale immenso di circa 4.500 metri quadrati. Tronchi e camion che arrivano a ripetizione. File di camion in coda – dieci, dodici carichi la settimana – per scaricare rimorchi che trasportano nuovi tronchi provenienti direttamente dalle foreste certificate nelle quali sono stati scelti personalmente dall'azienda e poi acquistati. Il profumo del legno impregna tutta l'aria ed è inebriante. Ecco, è questa la nuova "porta d'ingresso" di Itlas, lì dove ha inizio la filiera produttiva, quella che parte dal tronco per arrivare al pavimento prestigioso che ormai abbiamo imparato a conoscere.

Dalla fine dello scorso anno infatti è stato scelto di ricollocare la materia prima – fino ad allora ricevuta e conservata in un sito esterno a qualche

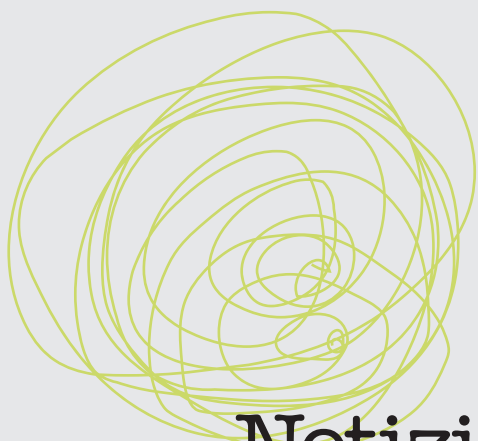
chilometro di distanza – direttamente in azienda. Di fronte alla segheria, dove i tronchi vengono trasformati in tavole. Abbattuti gli edifici che vi sorgevano, in un tempo da record l'area è stata trasformata in un approvvigionamento che, dal punto di vista della funzionalità, risulta essere di fondamentale importanza. Innanzitutto per una questione di abbattimento dei tempi, perché non è più necessario recarsi altrove per fare il pieno di tronchi ogniqualvolta ci siano esigenze di produzione. La scorta in questo modo è sempre assicurata. Poi c'è una questione di razionalizzazione del lavoro: avere tronchi di tutte le dimensioni a portata di mano significa poter scegliere direttamente e in tempi brevissimi ciò che serve quando serve, dell'essenza che si vuole. Perché i pavimenti in legno prodotti da Itlas sono di lunghezze e larghezze molto varie e ogni tipologia di pavimento ha il suo tronco più adatto da cui ricavare lo strato nobile. Una scorta





sempre vasta, variegata e soprattutto direttamente fuori dalla porta della produzione: ogni ordine e ogni esigenza possono essere evasi ancora più rapidamente.

È un vero e proprio magazzino all'aperto. Arrivi, lo guardi e poi con lo sguardo passi oltre. La segheria, la produzione... via via fino a quell'immenso capannone nel quale sono conservati i pavimenti finiti. Imballati e custoditi con la stessa cura e la stessa passione con cui vengono prodotti. Dal tronco al pavimento. Anzi, dalla scelta del tronco al pavimento. La filiera produttiva di Itlas è unica, completa e oggi concentrata in un solo polo industriale, quello di Cordignano. Esclusivamente tutta in Italia.

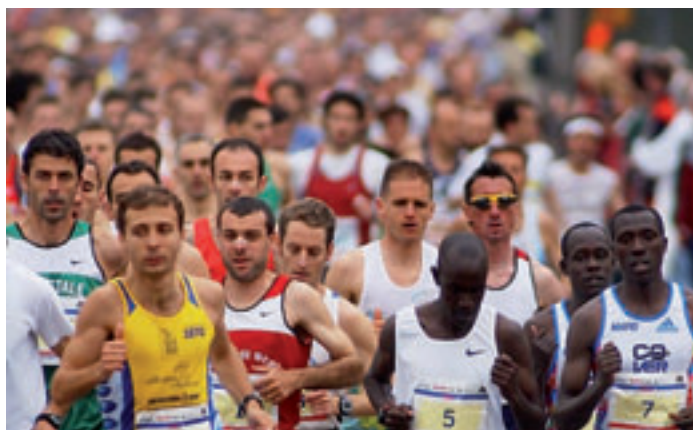


## Notizie flash



L'impegno nei confronti del proprio territorio di appartenenza continua anche nel 2012 con il sostegno della Treviso Marathon, primo grande appuntamento italiano dell'anno per tutti gli appassionati della corsa podistica, che giunge quest'anno alla nona edizione. Itlas è ancora una volta Bronze Sponsor dell'evento, che si disputa il 4 marzo in un percorso di 42 km con nastro

### > Treviso Marathon



di partenza a Vittorio Veneto attraversando la provincia di Treviso fino al cuore del capoluogo, nei pressi di Porta San Tomaso. Il numero delle iscrizioni, edizione dopo edizione sempre più numerose, conferma come la Treviso Marathon sia diventata, dal 2004 ad oggi, uno dei percorsi più apprezzati dai maratoneti, che giungono ormai da tutto il mondo: dal Brasile agli Stati Uniti, da Israele alla Russia, dall'Argentina agli stati del nord dell'Europa. Ma non si tratta solo di una maratona podistica. Lungo il percorso anche quest'anno c'è spazio per la passerella dei pattinatori, protagonisti della quarta edizione della Treviso Roller Marathon, organizzata in collaborazione con la Polisportiva Casier e con la presenza di alcuni fra i più grandi specialisti del mondo. Di più: in contemporanea viene organizzata la Tuttincorsa, stracittadina di poco più di 3 km che tocca gli angoli più suggestivi della città. Insomma, per un giorno a Treviso tutti si sentono maratoneti.



## > Melaverde

Domenica 13 novembre 2011 Melaverde, storico appuntamento settimanale di Rete 4 condotto da Edoardo Raspelli e Ellen Hidding, ha mandato in onda un lungo **“viaggio” nel cuore pulsante di Itlas**. Le telecamere del programma, infatti, nei primi giorni

del mese di ottobre sono rimaste per due giorni nella zona industriale di Cordignano per girare, sotto l'attenta regia di Giancarlo Valenti e Michele Zito, un servizio interamente dedicato all'azienda, con l'obiettivo di far scoprire al pubblico **i segreti della produzio-**

**ne dei pavimenti in legno eco-compatibili**. Ellen Hidding con la semplicità e il suo immancabile pizzico di buonumore che da sempre la contraddistinguono ha percorso assieme a Patrizio Dei Tos tutta la filiera di Itlas: dall'arrivo del tronco fino alle lavorazioni artigianali, dalla segheria alle finiture. Melaverde - a cura di Giacomo Tiraboschi, scritto da Luca Liberati e Nicola Fontana, con la produzione esecutiva di Sandra Brianza - è uno dei programmi di maggiore successo della domenica. Si occupa di agricoltura, di ambiente e di tradizioni enogastronomiche italiane, mostrando al vasto pubblico del piccolo schermo le straordinarie meraviglie della nostra penisola con i suoi piccoli ma inimitabili tesori fatti di tradizione e ingegno, di amore e devozione per i mestieri antichi e per quelli nuovi.

## > La festa di Natale Itlas

Come sempre è stata una festa più che frizzante. Questa volta la neve non c'era a creare la magia tutt'intorno, ma l'atmosfera che si respirava era comunque quella che anticipa la gioia del Natale. Al grandissimo “salone delle feste” che si trova sopra il Punto Parquet di Sacle sono convenuti davvero in tanti: i dipendenti, i collaboratori e i tantissimi amici di Itlas, accolti con grande calore da Patrizio Dei Tos e dalla sua famiglia per festeggiare tutti insieme il Natale 2011 con la consueta allegria e al contempo con la massima semplicità che contraddistingue l'azienda. Ospiti d'onore della serata il governatore del Veneto Luca Zaia e la moglie Raffaella - ormai immancabili in occasione degli auguri - assieme alle molte autorità locali che non hanno voluto perdersi il Natale di Itlas. A fare da sottofondo ai piatti proposti dalla cucina del ristorante Madera, la musica di Max Andretta, che è stato protagonista anche della seconda parte della serata, scandita dai ritmi del ballo e dei brindisi. Non poteva mancare anche questa volta l'originale lotteria, grazie alla quale Itlas sce-



glie tutti gli anni di mettere in palio fra i convenuti all'evento i presenti natalizi ricevuti dall'azienda dai propri clienti e fornitori. Pacchi e pacchetti erano posizionati sotto un albero molto originale, ideato e costruito dall'ufficio marketing: al posto delle classiche palline, alberelli, cuoricini, stelle, renne in legno!

## > Cose dell'altro Geo

Massimiliano Ossini da Itlas ormai è di casa. Dopo aver ritratto per primo l'azienda, grazie alle telecamere del programma Linea Verde di Rai1 in occasione della presentazione delle Assi del Cansiglio®, il 18 novembre scorso è tornato fra Cansiglio, Cordinano e Vittorio Veneto per dedicare una puntata del programma Cose dell'altro Geo alla nostra terra e al valore di una produzione attenta alla natura e all'uomo. Il lungo servizio è stato trasmesso su Rai3 il pomeriggio del 27 dicembre, durante le festività natalizie: Ossini e la sua troupe, dopo un excursus tra la natura del Cansiglio dove Itlas si approvvigiona dei tronchi di faggio per le sue ormai famose Assi, **hanno mostrato passo dopo passo la produzione dei pavimenti in legno.** Dalla segazione del tronco fino alla



stoccaggio in magazzino, dall'incollaggio alla realizzazione delle finiture. Ne è uscito un ritratto molto particolare dell'azienda, che si è chiuso a tavola: a Vittorio Veneto, a casa della famiglia Dei Tos, è stata infatti imbandita la classica cena di Natale con i prodotti tipici della tradizione della Marca trevigiana. Risotto al radicchio rosso, tortellini in brodo, bollito misto, cotechino con il cren e tantissime altre specialità locali, fra cui il panettone firmato Loison. Il tutto annaffiato da specialissime bollicine, quelle del Prosecco Superiore di Conegliano-Valdobbiadene DOCG de La Vigna di Sarah.





## > Il guru della moda USA posa per Itlas

Negli Stati Uniti è un'icona. Ma chi è? Presto detto. Si chiama **André Leon Talley** ed è uno dei **giornalisti di moda più competenti e conosciuti di tutto il Nord America**. Immortalato in posa estatica, nel suo look inconfondibile, in uno dei negozi allestiti con un pavimento firmato Itlas, Talley dopo aver lavorato prima ad Interview e poi al New York Time, nel 1983 ha iniziato a scrivere per Vogue US, divenendone nel 1988 il direttore artistico. Dal 1995 è stato per tre anni direttore dell'edizione parigina di W Magazine, per poi fare ritorno negli Stati Uniti: attualmente a Vogue US tiene una rubrica che ha moltissima popolarità. Perché André Leon Talley è un personaggio famoso, sempre presente da oltre venticinque anni a tutte le Fashion Week mondiali: da New York a Parigi, da Londra a Mi-

lano. Orgoglioso delle sue origini e consapevole della sua fortuna, il suo successo lo utilizza per promuovere il lavoro degli stilisti afro-americani e spingendo gli stilisti a far sfilare modelle di colore. Comparso nel film Sex and the City e nei documentari su Valentino, nel 2010 è entrato anche a far parte della giuria del talent show America's Next Top Model. Lui, una sorta di Bibbia della moda per gli Usa, ha il potere di stroncare o far arrivare in alto qualsiasi collezione. Lui, André Leon Talley, ha posato per noi!



# la recensione



**Andrea Castrignano, interior design è l'indiscusso e trascinante protagonista di Cambio Casa, Cambio Vita!, in onda su La 5**

Dopo aver conquistato il pubblico televisivo con trasmissioni di successo come *Vendo casa disperatamente*, condotto con Paola Marella e in onda su Real Time, e *Cambio casa, cambio vita!*, in onda su La 5, l'architetto milanese Andrea Castrignano ha scelto di trasferire la propria esperienza e creatività fra le pagine di un libro, **Cambia casa con Andrea!**, edito da Vallardi e uscito in libreria a fine novembre. Se in tivù Castrignano era riuscito ad entrare nelle case degli italiani per renderle più eleganti, contemporanee, confortevoli e funzionali, grazie a queste 240 pagine ricche di immagini, disegni e piantine si è posto l'obiettivo di proporre una **guida indispensabile e originale per tutti coloro che stanno pensando ad un leggero restyling della propria abitazione**, per quelli che si sono stancati dell'ambiente in cui vivono ma hanno bisogno di qualche consiglio in più per poter iniziare a fare dei cambiamenti, per quelli che hanno deciso di ristrutturare la loro vecchia abitazione o quella che hanno appena acquistato. Scritto in collaborazione con Rosa Tessa - giornalista che si occupa di società, moda e design - *Cambia casa con Andrea!* è una vera e propria raccolta di

sapere sull'arredamento, oltre che un esempio di come oggi non siano più i libri ad ispirare la televisione ma viceversa. Cinque le sezioni che compongono il volume: si va dal significato di una casa arredata con stile e personalità al make-up al colore alla scelta dei materiali via via fino ad esempi di veri e propri capitoli per la ristrutturazione.

Un contributo alla realizzazione del libro è arrivato anche dall'ufficio comunicazione e marketing di Itlas: Castrignano, interior design di culto, nel capitolo dedicato ai materiali si è avvalso della nostra collaborazione per la preparazione di tutte le schede tecniche relative al "Re del pavimenti: il parquet", con le descrizioni non solo delle differenze fra legno massello e pavimento in legno prefinito, ma anche con una galleria completa di tutte le essenze più apprezzate dal mercato e dai progettisti. Una collaborazione che è valsa una citazione delle componenti dell'ufficio - Laura De Luca, Sara Cadel e Sara Salin - fra i ringraziamenti dell'autore.



## Recensioni d'autore...

*"Il restyling e la ristrutturazione di una casa possono essere processi lunghi e tortuosi. Di solito ci si rivolge ad un esperto, un interior designer o un architetto ma per chi preferisce il do-it-yourself, un'ottima soluzione potrebbe essere il nuovo libro di *Cambia casa con Andrea!* dello stesso Castrignano in collaborazione con Rosa Tessa. Una guida per chi ha in mente un leggero restyling, si è stancato dell'ambiente in cui vive ma ha bisogno di una spinta per cambiare o ha deciso di ristrutturare la vecchia abitazione o quella appena acquistata".*

**Elle Decor**

*"Un libro di facile accesso, che svela soluzioni, trucchi e consigli un interior designer come Castrignano per avere una casa elegante ma anche confortevole e funzionale. Una guida chiara e snella che tornerà utile sia a chi ha in mente solo un leggero restyling, sia a chi ha deciso di ristrutturare la vecchia abitazione o deve 'affrontarne' una appena acquistata. E il grande merito di questo libro è la capacità di sintetizzare con poche parole e illustrazioni esplicative tanti concetti".*

**Corriere.it**

## ITLAS MAGAZINE

Periodico di informazione e aggiornamento per i professionisti del legno. Registrazione Tribunale di Treviso n. 150/2010 del 05.07.2010

**Direttore Responsabile:** Sara Salin (sarasalin@tin.it)

**Editore:** Itlas spa Via del Lavoro

Zona Industriale 31016 Cordignano (Treviso) Tel. +39 0438 368040

**Redazione:** Sara Cadel, Laura De Luca, Sara Salin

**Progetto grafico:** Extreme srl

**Stampa:** Imoco spa



C O N E G L I A N O  
V A L D O B B I A D E N E

PROSECCO SUPERIORE DOCG

EXTRA DRY

La Vigna di Sarah

VITTORIO VENETO, ITALIA

[WWW.LAVIGNADISARAH.IT](http://WWW.LAVIGNADISARAH.IT)

# MAGAZZINE ITLAS



RIVENDITORE AUTORIZZATO

**ITLAS**  
PAVIMENTI IN LEGNO

**Itlas spa**  
31016 Cordignano  
Via del Lavoro - Z.I.  
Treviso - Italia  
info@itlas.it  
www.itlas.it  
P.IVA 02134200266

T: +39 0438 368040