

ITLAS

MAGAZZINE



**QUADRIMESTRALE
PERIODICO D'INFORMAZIONE
E AGGIORNAMENTO
PER I PROFESSIONISTI
DEL LEGNO**
anno 2012 n. 5

Direttore Responsabile Sara Salin
Editore ITLAS Spa
Redazione
Via del Lavoro, Zona Industriale,
31016 Cordignano (Treviso)

Poste Italiane SpA – Spedizione
in Abbonamento Postale – 70% NE/TV

CONEGLIANO
VALDOBBIADENE

PROSECCO SUPERIORE DOCG

RIVE DI COZZUOLO



La Vigna di Sarah

ITALIA



WWW.LAVIGNADISARAH.IT

INDICE

5

EDITORIALE

6 – 9

PRODOTTO ITALIANO

10 – 13

NUOVE FINITURE

– ASSI DEL CANSIGLIO

14 – 15

NUOVE FINITURE

– TAVOLE DEL PIAVE

16 – 17

NUOVE FINITURE

– LEGNI DEL DOGE

18 – 21

I GRANDI CLASSICI

– TRADIZIONE, STILE

E UN GUSTO

INTRAMONTABILE

22 – 23

CINQUE MILLIMETRI

– LA PELLE DI LEGNO

24 – 27

INTERVISTA

– MAISON DU PARQUET

28 – 29

ZACCHIA & ITLAS

– UNA SOLIDA

COLLABORAZIONE

30 – 31

CERCA IL RIVENDITORE

PIÙ VICINO A TE

32 – 37

RETE INNOVATIVA

PER LA VALUTAZIONE

DELLA ECO COMPATIBILITÀ

DEI PRODOTTI

38 – 39

HEARTS HOME & ITLAS

– CONCORSO DI SUCCESSO

40 – 41

LE FIERE

– BEIJING DESIGN FAIR,
PUGLIARCH 2012

42 – 46

LE NEWS

– PEFC PRESS TOUR,
LA TRASMISSIONE TIVÙ,NUOVO SHOWROOM

A STRASBURGO,

APPUNTAMENTO

CON IL TRITTIKO

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

Tutti i diritti sono riservati.
La riproduzione anche parziale
dei testi e delle foto è vietata.

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

Studio Iknoki

Stampa

Imoco spa





CONVIVIUM
kitchen from the Arclinea Collection, design Antonio Citterio

Arclinea



www.arclinea.com

VENTI RIGHE

di Sara Salin

Made Expo un anno dopo. Noi ci siamo, ancora una volta, pronti a confrontarci con il mercato, con l'economia, con le esigenze del consumatore. Noi ci siamo, ancora una volta, pronti ad allestire il nostro stand perché diventi per quattro giorni una casa accogliente per tutti coloro che vorranno entrare. Che vorranno venirci a trovare. E come ogni anno abbiamo tante cose nuove da mostrare, tanti progetti nuovi da far conoscere, tante idee da portare in questa immensa e prestigiosa vetrina internazionale. In prima fila ci sono i nostri pavimenti in legno, con una serie di nuove finiture capaci di rispondere alle tendenze che cambiano. Ma crediamo fermamente che il bel prodotto da solo non basti più a fare la differenza: sono la qualità, la localizzazione della produzione, la provenienza del legname, l'attenzione reale all'utilizzo di componenti che non danneggiano l'uomo e l'ambiente a fare di un bel pavimento in legno un ottimo pavimento in legno. Dall'inizio del 2012, come leggerete nelle pagine che seguono, Itlas ha intrapreso una politica di comunicazione atta a valorizzare in tutti i suoi aspetti il prodotto italiano, inteso come massima espressione di cultura, qualità sociale e relazionale che si sviluppa nell'azienda-famiglia e nei distretti. Non una lotta a spada tratta contro il falso made in Italy e la delocalizzazione della produzione, ma la convinzione che chiarezza, trasparenza e capacità imprenditoriale siano fondamentali per il futuro della nostra economia. Itlas crede che l'identità sia l'unica strada per la competitività del nostro Paese. L'identità unita alla volontà di rendere la propria produzione sempre più in grado di competere nel mondo. Per questo negli ultimi mesi l'azienda ha voluto compiere qualche sforzo in più anche sulla strada delle certificazioni, a garanzia della qualità del prodotto, sottoponendo i propri pavimenti ad uno studio del ciclo di vita che ha portato a capire cosa fin qui sia stato fatto di buono e cosa ci sia ancora da fare. Uno studio che mostra con chiarezza al consumatore tutto quello che racchiude e significa un pavimento Itlas: dalla scelta della foresta per l'approvvigionamento della materia prima fino all'imballaggio finale, all'utilizzo da parte del consumatore e al fine vita del prodotto. Un'analisi che fotografa la realtà e che vuole essere una nuova pedana di lancio verso nuovi traguardi atti a consegnare al mercato internazionale un prodotto realmente ecocompatibile. Con nuove sfide all'orizzonte, che Itlas è pronta ad affrontare. Per competitività. Per filosofia. Per coscienza ambientale. Per amore dell'Italia e del suo futuro.

ACQUISTANDO UN PRODOTTO ITALIANO SI SCEGLIE LA QUALITÀ

—
AIUTANDO
LA NOSTRA
ECONOMIA
—

All'inizio del 2012 Itlas ha voluto lanciare una campagna commerciale che era al contempo una campagna di sensibilizzazione nei confronti dei prodotti realizzati in Italia. Qui, nel contesto di una delle più importanti kermesse internazionali del settore organizzate nel nostro Paese, l'azienda sceglie di riproporre e richiamare ancora una volta quei concetti e quei valori nei quali Itlas crede. Acquistando un prodotto italiano si sceglie la qualità aiutando la nostra economia

Perché i prodotti che di italiano hanno solamente il nome sono una falsa garanzia per i consumatori sia italiani che stranieri, ma soprattutto costituiscono un danno enorme per le aziende del nostro Paese.

Perché siamo di fronte a uno scenario di quotidiane cattive imitazioni, di 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.

Perché la delocalizzazione della produzione italiana ha dato velocemente vita a un sistema vorticoso non più in grado di certificare la genuinità dei nostri prodotti né in Italia né all'estero.

Perché è sempre più urgente proteggere tutto quanto è veramente italiano, tutto quanto è ideato, nasce, si sviluppa e viene prodotto in Italia, con materiali della nostra terra, nelle nostre aziende, grazie alla nostra capacità imprenditoriale.

Perché l'identità è l'unica cosa che non può essere de localizzata. È una caratteristica che rende competitiva l'Italia. È una tradizione. È una cultura.

Perché il prodotto fatto in Italia è sinonimo di alta qualità, buon gusto e creatività. Per questo è conosciuto e apprezzato in tutto il mondo.

Perché il prodotto fatto in Italia è un prodotto che racchiude in sé un prodotto di cultura, di qualità sociale e relazionale che nasce e si sviluppa nell'azienda-famiglia e nei distretti.

Tavole del Piave®



Assi del Consiglio®

*pagina precedente
fasi della lavorazione
del prodotto*

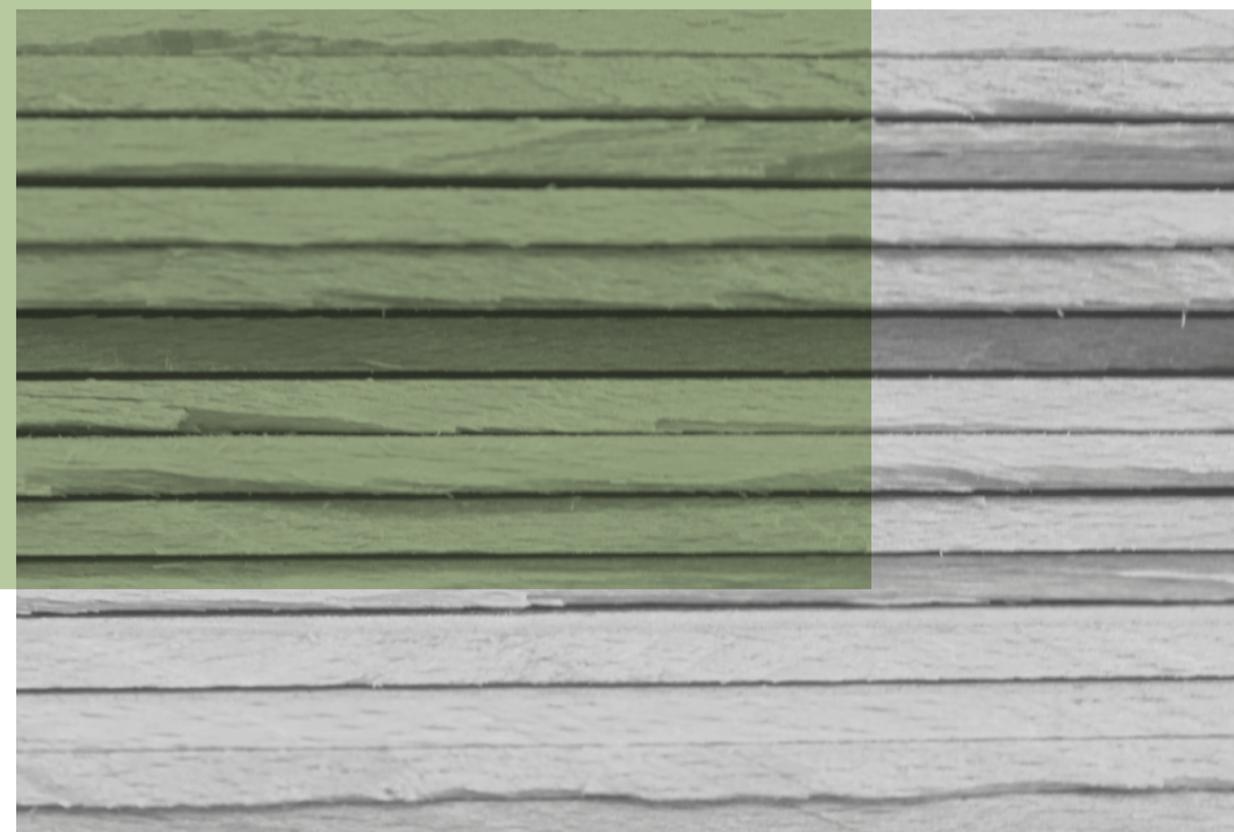
Dal 2009 Itlas produce Assi del Cansiglio, un prodotto tutto italiano.

Un pavimento in legno di faggio italiano, prodotto utilizzando i faggi del Bosco del Cansiglio, una foresta antica e di nobili origini situata a nord-est dell'Italia, fra le province di Treviso, Belluno e Pordenone. È un pavimento a chilometro zero, perché il Bosco del Cansiglio è a pochi passi dalla sede produttiva di Itlas. È un pavimento in legno prodotto interamente in Italia, perché Itlas ha scelto di non de localizzare alcuna fase della propria produzione, mantenendo l'intera filiera – dal tronco al prodotto finito – in un unico distretto, avvalendosi di maestranze specializzate da anni nella lavorazione del legno, garantendo con questa scelta la qualità e l'originalità, ma anche il valore sociale del proprio prodotto. È un pavimento in legno il cui progetto

nasce da una sfida imprenditoriale molto ambiziosa: una sinergia fra un'azienda privata e l'ente pubblico che sovrintende le foreste del Veneto. È un pavimento in legno certificato, perché la materia prima proviene da un bosco certificato e gestito in modo corretto e sostenibile. È un pavimento in legno che nel 2009 ha ottenuto l'attestazione «100% Made in Italy Certification» dall'Istituto per la Tutela dei Produttori Italiani. È un pavimento in legno lavorato in maniera artigianale, trattato con vernici e colle a base d'acqua e con vernici prive di solventi pericolosi per l'ambiente. È un pavimento in legno prefinito a tre strati, disponibile in diverse finiture e adatto a essere posato in presenza di un sistema di riscaldamento a pavimento.

È un pavimento in legno che, per la vicinanza della materia prima alla sede produttiva, contribuisce notevolmente alla riduzione della produzione di CO², come dimostrato dallo studio del ciclo di vita del prodotto (LCA) eseguito dal Consorzio Venezia Ricerche e da Treviso Tecnologia

(vedi il servizio dedicato all'interno di questo magazine)



NUOVE FINITURE

ASSI DEL CANSIGLIO



Sembra ieri, quando in una splendida giornata di sole settembrino e di fronte a duemila invitati venne presentato per la prima volta il progetto Assi del Consiglio. Sembra ieri e invece sono già passati tre anni. Durante i quali il prodotto più ambizioso e probabilmente pregiato di Itlas è diventato il fiore all'occhiello dell'azienda, il sinonimo del made in Italy, il portabandiera del desiderio e della necessità di produrre veramente italiano. Un pavimento a chilometro zero, autoctono, salutare, certificato, nato dalla passione per il legno e dall'amore per il territorio. Un pavimento il legno di faggio proveniente dalla nobile foresta del Consiglio, che finora è stato proposto in sei finiture esclusive ed eleganti. E che oggi, a tre anni dal suo ingresso nel mercato, proprio in occasione di Made Expo 2012 amplia la propria gamma di finiture, introducendo nuovi colori e nuove lavorazioni.



sopra
Assi del Consiglio
finitura faggio Vecchi tempi
sinistra
Assi del Consiglio
finitura faggio Antico

Assi del Consiglio



H87 FAGGIO LA BAITA

Il nome la racconta tutta, questa particolare nuova finitura di Assi del Consiglio. Una colorazione e una struttura superficiale che ricorda le vecchie baite, grazie a una colorazione che vira verso il marrone scuro e interventi che regalano al pavimento un aspetto quasi vissuto, capace di adattarsi a ogni tipologia di arredamento. L'assito viene trattato con vernici a base d'acqua e non contiene solventi pericolosi per l'ambiente.

H85 FAGGIO ARSENALE

Il colore è senza dubbio di grande impatto, altro non fosse per il fatto che esula completamente dalla gamma di finiture finora proposte dal progetto. Fra il grigio e il tortora, questo pavimento presenta sfumature e chiaroscuri che ricordano i tavolati vintage, pur offrendo tutti i vantaggi di un assito nuovo e prestigioso. La pastellatura del colore è molto delicata e lascia intatte e ben visibili tutte le caratteristiche venature e nodosità tipiche del faggio. L'assito viene trattato con vernici a base d'acqua e non contiene solventi pericolosi per l'ambiente.

H88 FAGGIO LA FENICE

È una finitura capace di mantenere molto visibili le caratteristiche venature del faggio. Ha un colore molto chiaro e naturale. Grazie alla presenza di leggeri interventi di carattere strutturale, questo pavimento si presenta con particolare eleganza d'insieme e di conseguenza adatto a essere posato sia in ambienti di tendenza che in contesti più classici. L'assito viene trattato con vernici a base d'acqua e non contiene solventi pericolosi per l'ambiente.

H81 FAGGIO DEL CIMBRO

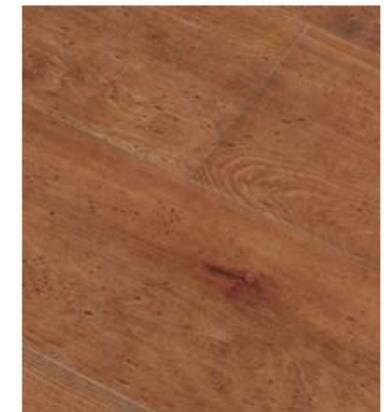
Anche questo pavimento è a effetto sbiancato e con interventi strutturali che regalano alla superficie un effetto puntinato. Il colore della finitura è molto naturale e particolarmente adatto a una concezione moderna dell'abitare.

H82 FAGGIO LA MALGA

Grazie allo sbiancamento e agli interventi strutturali fatto di leggere seghettature, questa finitura ricorda i pavimenti grezzi utilizzati nelle caratteristiche malghe di montagna.

H84 FAGGIO VECCHI TEMPI

È un pavimento dall'effetto molto naturale e di stile classico, che richiama le pavimentazioni delle abitazioni più prestigiose di un tempo, quando la nobiltà del legno di faggio veniva esaltata dal suo uso costante e privilegiato.



R88 FAGGIO LA SERENISSIMA

Già dal nome vuole raccontare il legno che veniva utilizzato dai veneziani per la costruzione dei remi delle proprie imbarcazioni, le galee: un legno molto chiaro, dall'effetto particolarmente naturale.

R89 FAGGIO ANTICO

È una finitura molto particolare, che regala al pavimento quell'effetto di invecchiamento naturale che il legno di faggio, con il passare degli anni, acquisisce. Un pavimento che, a vista d'occhio, sembra addirittura privo di alcun trattamento e che in alcuni passaggi presenta sfumature di colore dettate dal tempo.



NUOVE FINITURE

TAVOLE DEL PIAVE

ITLAS MAGAZINE

dall'alto
Tavole del Piave, finitura rovere silvestre,
finitura rovere metropoli,
finitura rovere brandy

Ormai è una questione di stile e quasi una tradizione da rispettare. Che Itlas si presenti all'appuntamento fieristico italiano di settore con delle nuove proposte è un dato di fatto e anche quest'anno l'azienda non ha voluto deludere le aspettative del proprio pubblico, introducendo tre nuove finiture anche per il più classico e conosciuto fra i propri progetti: Tavole del Piave, pavimento prefinito a tre strati che nasce dal culto della tradizione, dall'amore per il legno e dalla predilezione per il lavoro artigianale. Un assito prestigioso con cui Itlas ha riscoperto e ha fatto riscoprire i pavimenti di un tempo, riproponendoli con lo stesso pregio e la stessa emozione. Ecco che, dopo aver proposto nella scorsa edizione di Made Expo, tavole in rovere di grandissime dimensioni e dalle finiture che richiamavano i colori della terra veneta, per questa occasione sono stati pensati e realizzati tre prodotti che vanno a completare la già ampia gamma a catalogo.

H50 ROVERE SILVESTRE

L'effetto di questa nuova proposta è estremamente naturale e il suo nome richiama inevitabilmente il legno, il suo ineguagliabile profumo, i colori e gli odori del bosco. La finitura è caratterizzata da una particolare bugnatura in prossimità dei nodi del rovere. L'assito viene trattato con vernici a base d'acqua e non contiene solventi pericolosi per l'ambiente.

H51 ROVERE METROPOLI

Già dal nome, ad occhi chiusi, si possono captare l'effetto e le sfumature che caratterizzano questa finitura. I colori della città, della grande metropoli, con i suoi edifici che il tempo ha reso un po' ingrigiti, con i chiaroscuri creati dal mescolarsi di nebbie e di timidi raggi di sole. Al grigio molto scuro della base vengono aggiunti interventi strutturali superficiali che regalano alla finitura una leggera seghettatura. L'assito viene trattato con vernici a base d'acqua e non contiene solventi pericolosi per l'ambiente.

H52 ROVERE BRANDY

Il marrone particolarmente scuro che caratterizza questa finitura ricorda quello di un brandy di ottima annata. Il risultato è un pavimento dal sapore forte e classico, adatto a contestualizzazioni di arredamento di ogni concezione. L'assito viene trattato con vernici a base d'acqua e non contiene solventi pericolosi per l'ambiente.

Tavole del Piave®



NUOVE FINITURE

– LEGNI DEL DOGE –

Si chiama TADDEO ed è la nuovissima proposta avanzata da Legni del Doge, storico progetto di Itlas di pavimenti prefiniti a due strati. Un parquet pratico e veloce da posare, stabile e resistente, capace di conservare nel tempo la qualità, l'eleganza e la naturalezza. Rovere Taddeo – che riprende il nome del proprio designer – è un pavimento della linea Tecno Smart bilista, dalla colorazione molto calda e di sapore classico. Una finitura e una tipologia di pavimentazione che risulta particolarmente bella ed elegante se posata secondo le regole della spina classica.



I GRANDI CLASSICI

—
TRADIZIONE, STILE
E UN GUSTO
INTRAMONTABILE
—

L'amore per la tradizione e per il nostro passato hanno ispirato il ritorno a quello stile raffinato e intramontabile che è il leitmotiv de I Grandi Classici, un progetto che nasce da un attento lavoro di studio dei decori delle dimore storiche europee in strettissima simbiosi con la cultura e la passione per il legno. Dalla spina antica alla spina ungherese, dalle composizioni Chantilly e Chevron alle nobili Versailles, I Grandi Classici propongono una linea di pavimenti in legno che richiama i fasti di un illustre passato ma anche il recupero o la visitazione in chiave decisamente moderna di certe pavimentazioni della seconda metà del Novecento francese, dal gusto particolarmente deciso e adatte soprattutto ai grandi spazi abitativi.

iGrandiClassici

pagina precedente
quadrotta personalizzata



Composizione mod. 483



Quadrotta mod. 248



Quadrotta mod. 261



Quadrotta mod. 215



Composizione mod. 479



Quadrotta personalizzata



Quadrotta personalizzata



Quadrotta personalizzata

Le Composizioni

Tipiche degli arredi di gusto nobile e classico, oggi le composizioni trovano largo consenso anche in ambientazioni di stile contemporaneo. I Grandi Classici garantiscono la personalizzazione dell'ambiente grazie ai particolari effetti ottici che producono. Le composizioni possono essere utilizzate anche per correggere alcune irregolarità geometriche dello spazio abitativo in funzione della vasta gamma di geometrie di posa proposte, sia di gusto classico che artistico.

Le Quadrotte

Verso la fine del Medioevo si diffuse la predilezione per l'accostamento, nei pavimenti in legno, di specie diverse per essenza e colore. Ne nacquero vere e proprie opere d'arte cromatiche, capaci di creare schemi a disegni molto originali e di grande calore. Dalla metà del XVII secolo in avanti fu sviluppata la tecnica dell'intarsio, utilizzando legni rari e pregiati. Per rispondere al rinato gusto per il bello, il raffinato e l'esclusivo, I Grandi Classici propongono sia quadrotte con composizioni di specie legnose diverse fra loro e con contrasti cromatici di grande effetto, sia quadrotte con decori ad intarsio, anche su disegno originale ed esclusivo del cliente, conferendo al tutto un tocco di stile inimitabile.

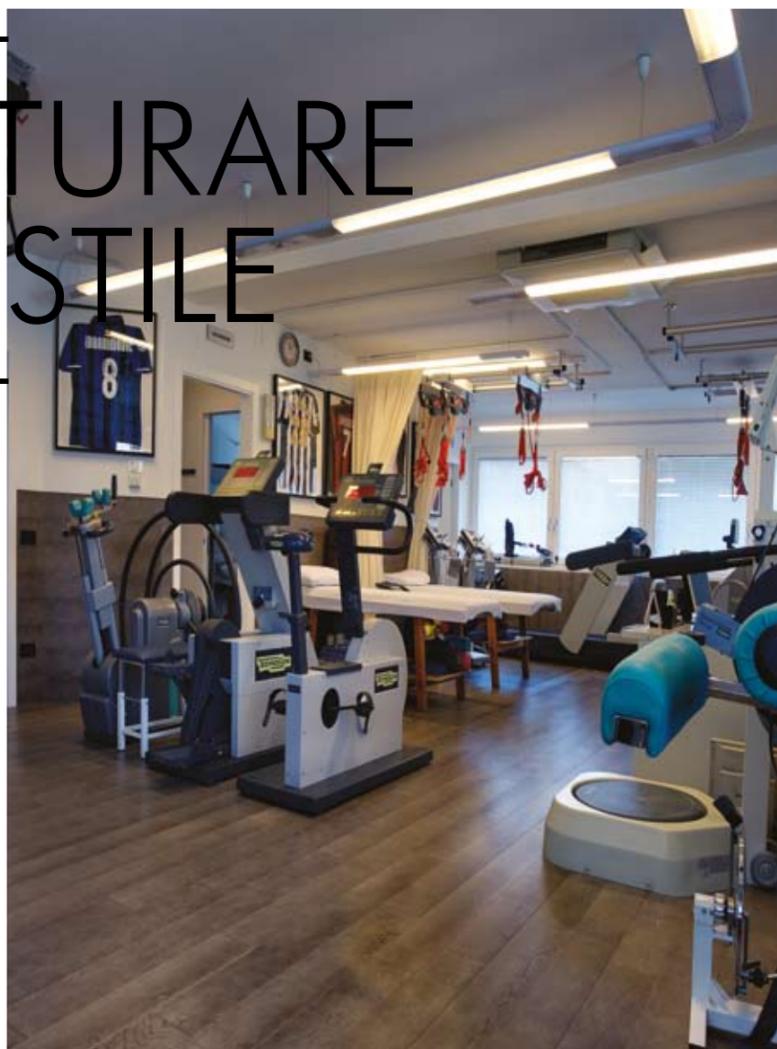
La Spina

Ha origine antichissime. Risale al periodo dell'antica Roma, quando si andò affermando non solamente l'uso del legno per le pavimentazioni delle case e dei palazzi più sontuosi, ma anche la posa del legno a disegni particolari. Oggi quelle abitazioni e quei pavimenti preziosi vengono rivalutati dal design di concezione più moderna.



UNA PELLE DI LEGNO

RISTRUTTURARE CON STILE



sopra, sinistra
showroom Forgiarini
sopra, destra
Poliambulatorio ortopedico fisioterapico
e medicina dello sport
Direttore Sanitario Dott. Dino Munarolo

**Sorprende per la sua bellezza,
per la sua funzionalità, per la facilità
con la quale può essere posato,
per il risultato che si ottiene. Senza
rivoluzionare gli ambienti, senza essere
costretti a progettare traslochi. Basta
scegliere “Cinque millimetri”, che come
una seconda pelle si trasforma
in una soluzione innovativa, pratica,
veloce e raffinata per qualunque
rivestimento e ristrutturazione.**

“Cinque millimetri” è uno dei prodotti più innovativi studiati da Itlas nell’ultimo anno: cinque millimetri di legno nobile di rovere francese in nove finiture di tendenza e in tavole di diverse misure per rivestire qualsiasi superficie. Dalle pareti ai soffitti, dalle porte ai mobili e ai bagni, fino ai pavimenti.

L’idea dell’azienda è stata quella di creare un prodotto totalmente nuovo per il mercato, per rispondere a esigenze sempre più esigenti, mantenendo al contempo tutte le caratteristiche e le peculiarità che da sempre contraddistinguono la produzione Itlas. Mantenendo cioè, in fase di lavorazione e di trattamento, tutto quello che rende unici i pavimenti Itlas.

“Cinque millimetri” è un prodotto pratico, che va applicato direttamente sulle superfici esistenti. L’incastro maschio-femmina che caratterizza ogni singola tavola permette una messa in opera molto semplice: sulla superficie da rivestire è sufficiente applicare prima un particolare promotore di adesione e successivamente una apposita colla monocomponente silanica, procedendo dopo alcuni minuti alla posa. Piastrelle, massetti cementizi, cartongesso o legno grezzo: non c’è limite per le superfici da rivestire, grazie ad un sistema poco invasivo che presenta anche un’ottima resistenza all’umidità ed elevate proprietà fono resistenti. Un paio di giorni di lavoro e l’ambiente cambia totalmente pelle.

cinque **5** MILLIMETRI
la pelle di legno

MAISON DU PARQUET

CONTINUA RICERCA E COSTANTE RINNOVAMENTO

Nel 1978 «Maison du parquet» sceglie di aprire il proprio showroom nel cuore di Napoli, in viale Gramsci. Circa trecento metri quadrati di spazi espositivi, con scelte di materiali proiettate fin dall'inizio a una clientela di fascia medio alta. Dopo una fase iniziale di rodaggio, il titolare di «Maison du parquet» Roberto D'Orsi decide di ampliare la scelta di materiali, proponendo alla sua clientela oltre al pavimento in legno – che comunque costituisce il core business dell'azienda – un'ampia gamma di materiali per la finitura di interni. Il meglio di produzioni nazionali ed internazionali. Una scelta che ha motivato una continua ricerca e un costante rinnovamento dell'immagine aziendale, seguendo sempre le tendenze del momento.

MAISON DU PARQUET

Interni & design

Viale Antonio Gramsci, 17/d

80122 Napoli

Tel +39 081 7611275 – 081 660380

Email info@maisonduparquet.it

www.maisonduparquet.it



Siamo al Made Expo 2012: quanto è importante oggi per un rivenditore autorizzato la presenza della propria casa madre a un evento di ambito internazionale come questo?

Made Expo è l'evento più importante organizzato in Italia nell'ambito della proposta dei materiali per la finitura di interni. Per quanto ci riguarda costituisce quindi un'importante vetrina per la comunicazione diretta ai progettisti e agli addetti ai lavori. Ritengo inoltre altrettanto importante la presenza dei nostri fornitori ad eventi organizzati localmente sul territorio dove operiamo noi rivenditori.

Quali spunti e quali benefici ne può trarre chi, come voi, è in prima fila per proporre al cliente finale l'acquisto di un prodotto di fascia medio-alta come i pavimenti in legno di Itlas?

Maison du parquet fin dalla sua nascita è stata sempre orientata a una proposta di prodotti di fascia medio-alta, consoni alla nostra tipologia di clienti. Si tratta di prodotti che soffrono meno la concorrenza dei materiali di importazione.

Il vostro negozio si colloca nel centro storico di una delle città più belle del mondo, Napoli. Quanto è importante avere una "vetrina" in un posto strategico come questo per il settore di cui vi occupate?

Certo, la "vetrina" è senza dubbio molto importante, specialmente quando si trova in una posizione strategica come lo è la nostra. Ma più di tutto credo che a contare sia prima di tutto la stima professionale che siamo riusciti a costruire nel corso di quasi trent'anni di attività e di rapporti con i nostri clienti.

Qual è la tipologia di clientela che avete costruito nei vostri trent'anni di attività?

La nostra clientela è composta prevalentemente da professionisti e da imprenditori del settore, che nella maggior parte dei casi si rivolgono ad architetti o interior designer.

Facciamo un passo indietro. Come nasce il vostro rapporto con Itlas e Labor Legno?

Il mio rapporto lavorativo con Itlas e con Labor Legno è nato recentemente, nel 2010, ma la mia conoscenza con Patrizio Dei Tos è pluriennale. Un rapporto personale e di affari che prosegue con piena soddisfazione reciproca.

Dalla vostra pluridecennale esperienza, come si è evoluta la scelta del pavimento in legno da parte dell'acquirente?

Non sono sicuro che ci sia stata una evoluzione in termini qualitativi nella scelta del pavimento in legno, ma di certo si è maggiormente diversificata e orientata più alle varie colorazioni che si possono realizzare a livello aziendale piuttosto che mirata alla qualità e alla ricerca delle essenze naturali. Imputo questa variazione della domanda allo strumento internet, capace di illustrare di tutto e di più, rendendo però il prodotto parquet sempre più simile a sé stesso, uniformato e con dei costi praticamente allineati. Da qui la difficoltà iniziale che si trova oggi in ogni trattativa di illustrare e valorizzare i nostri prodotti, vari per tipo e per prezzo.

Quali sono oggi le essenze più richieste e secondo lei perché?

Riagganciandomi a quanto ho appena affermato, la richiesta di essenze diverse e particolari è notevolmente diminuita in questi ultimi anni. Le richieste che ancora ci pervengono riguardano essenze come la quercia naturale, il teak asiatico, il rovere, il cabreuva incenso, il noce europeo. E sicuramente si tratta di richieste che vengono avanzate da una clientela che ha una conoscenza maggiore e raffinata e che sa apprezzare il legno in tutte le sue forme.

C'è a suo avviso una migliorata sensibilità della clientela e dei progettisti nei confronti di un prodotto che garantisce qualità e provenienza della materia prima e della sua lavorazione?

Partirei dal presupposto che ormai i professionisti del settore, come arredatori architetti e progettisti, hanno assunto un ruolo determinate di suggeritore. E quasi tutti i clienti arrivano allo showroom accompagnati. Sono loro, i professionisti, ad avere una maggiore conoscenza e coscienza dell'importanza di determinati concetti. Diciamo che purtroppo ciò che preme al cliente finale sono ancora l'estetica e il prezzo e difficilmente ci viene chiesta la provenienza del legno, il progetto di riforestazione che sta dietro quel determinato pavimento, la qualità della colla utilizzata, delle vernici oppure se il contenuto di formaldeide è secondo determinati standard che salvaguardino la salute dell'uomo. Tra i progettisti invece sta aumentando la sensibilità nei confronti di questi argomenti. Preciso che in genere sta accadendo il contrario: siamo noi venditori che argomentiamo

la trattativa su temi come la qualità, la provenienza e la lavorazione al fine di partire sempre su proposte di gamma alta di contenuti e di formare chi frequenta la nostra rivendita.

Insomma, possiamo dire che c'è una coscienza ecologica?

La coscienza ecologica è perseguita da quella clientela e da quei progettisti che hanno sposato a priori una filosofia di bioarchitettura e si pongono il problema futuro dell'impatto ambientale. Ma si tratta ancora di una piccola percentuale, come è ancora bassa la percentuale dei parquet posati con la tecnica flottante, ovvero senza l'ausilio di resistenti ad alto impatto ambientale. L'argomento sta molto a cuore a Maison du Parquet.

E una maggiore attenzione nei confronti del prodotto italiano?

Difficile per l'utenza concepire pienamente che un prodotto come il parquet, fino a oggi quasi sempre costituito da materia prima di provenienza estera, possa "etichettarsi" come Made in Italy: è un concetto che deve essere ben spiegato a chi effettua l'acquisto, precisando che se tutta la lavorazione è realizzata in Italia vuol dire che le normative seguite sono le più severe e che il prodotto finale è accompagnato da una seria certificazione e garanzia.

Quanto conta oggi per il consumatore finale, anche a fronte di un momento di forte crisi economica, la qualità del prodotto rispetto al prezzo?

In questo momento storico di profonda crisi economica c'è molta attenzione al rapporto fra qualità e prezzo. Qui entrano in gioco l'abilità, la formazione e l'esperienza del venditore, che deve saper sensibilizzare il cliente all'acquisto di un prodotto di qualità che sicuramente avrà performance superiori nel tempo rispetto a un prodotto di basso costo, apparentemente più conveniente ma di scarsa durata nel tempo.

Si è fatto un'idea della casa del futuro? E quali saranno a suo avviso i materiali più utilizzati?

La casa del futuro sarà tecnologicamente sempre più avanzata e auspico che sempre più frequentemente sia rifinita con materiali naturali. Questa mi sembra essere la tendenza a livello internazionale, dove però molti altri paesi, soprattutto quelli del Nord dell'Europa, hanno già una cultura molto ampia in materia.

L'impegno e la passione durano da cinquant'anni. Da quando, mezzo secolo fa, Cornelio Zacchia decise di lanciarsi in un'avventura che all'epoca poteva sembrare quasi una follia.



ZACCHIA & ITLAS

Era il 1962: il neo-imprenditore, armato solamente di uno smisurato spirito di iniziativa e di tantissimo coraggio, avviò la sua attività di produzione manuale di blocchi di calcestruzzo.

Nessuna disponibilità finanziaria. Solo la voglia di lavorare e di costruire qualche cosa di buono. Quei manufatti di calcestruzzo divennero con il passare degli anni manufatti di tante altre tipologie e via via la sua giovane ditta individuale riuscì a superare le fatiche e le difficoltà dell'inizio, per trasformarsi prima nella commercializzazione di altri materiali destinati all'edilizia e poi, dalla metà degli anni Ottanta, nell'abbandono definitivo della storica produzione di manufatti e nella scelta di inserire nella vendita prodotti per le finiture. Il legno, le pietre, le ceramiche e l'arredo bagno. Zacchia Srl – che il 29 settembre ha festeggiato in grande stile il prestigioso traguardo – è oggi uno dei più attivi e rinomati punti di riferimento per i professioni-

sti dell'edilizia. Rivenditore autorizzato Itlas, il punto vendita di Loreggia (in provincia di Padova) è gestito dai figli di colui che cinquant'anni fa ebbe quell'idea coraggiosa. Formatosi nell'attività del padre fino dagli anni in cui andavano a scuola, i figli di Cornelio Zacchia hanno assunto progressivamente ruolo operativi e dirigenziali, alzando sempre più il livello dell'attività grazie alla scelta di partner di alto livello e realizzando una sala mostra moderna, in grado di proporre una gamma selezionata di prodotti e di finiture, con personale altamente qualificato in grado di soddisfare ogni richiesta, anche le più esigenti.

L'azienda è inoltre socio fondatore del Gruppo STEA (Società Tecnologie per l'Edilizia Avanzata), costituito nel 1998 con lo scopo di centralizzare gli acquisti, selezionare e promuovere le vendite di prodotti innovativi a elevato contenuto tecnologico e qualificare la professionalità delle rivendite edili.

UNA SOLIDA COLLABORAZIONE



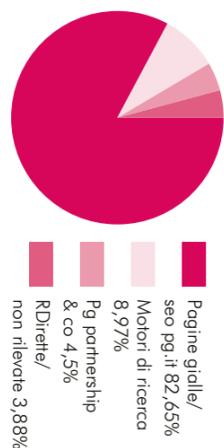
sopra
foto d'epoca dello stabilimento Zacchia Srl,
Cornelio Zacchia

Zacchia Srl
Via Aurelia, 99 – 35010 Loreggia (PD)
Tel. 049 579 05 82
Fax 049 93 00 165
E-mail info@zacchiasrl.com
www.zacchiasrl.com

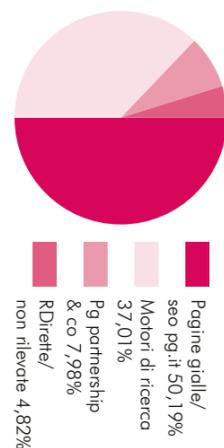
CERCA IL RIVENDITORE PIÙ VICINO A TE

PAGINE GIALLE

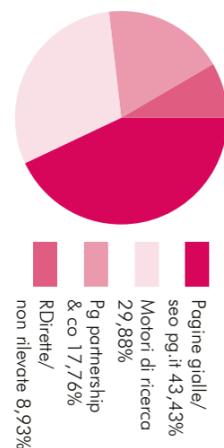
ITLAS MAGAZINE



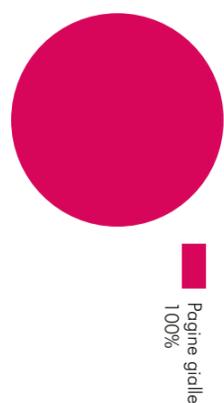
Provenienze settembre 2011 settembre 2012



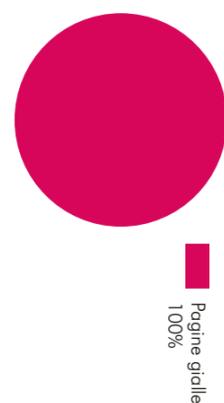
Provenienze settembre 2011 settembre 2012



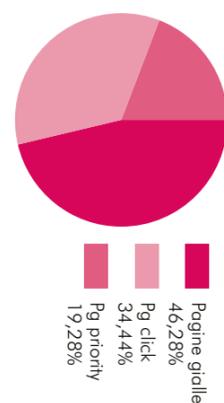
Provenienze settembre 2010 settembre 2011



SERVIZI PAGINE GIALLE



SERVIZI PAGINE GIALLE



SERVIZI PAGINE GIALLE

Nel 2012 Itlas ha scelto di modificare radicalmente la propria strategia di web marketing, orientandola sensibilmente a vantaggio dei propri rivenditori.

La sempre maggiore diffusione degli smartphone e l'importante aumento del traffico web in mobilità hanno infatti messo in evidenza l'esigenza di dover costantemente presidiare quella che a oggi è la ricerca con la maggior conversione all'acquisto, ovvero quella geolocalizzata. Il voler sapere dove si trova un determinato prodotto nella sua specificità è il primo segnale con cui si manifesta la propensione all'acquisto e il rendere questa informazione la più puntuale possibile permette di fornire efficacemente la miglior risposta.

Questo l'obiettivo del progetto "cerca il rivenditore più vicino a te". L'investimento in internet viene oggi indirizzato verso una migliore rintracciabilità dei marchi e delle chiavi di ricerca distintive dei prodotti, proprio quando l'atto di ricerca muta dall'esigenza di avere maggiori informazioni al delineare la propensione a un atto d'acquisto. Si è cioè deciso di intercettare l'azione in cui il prodotto/chave di ricerca viene associato a una località specifica e di fornire a questa richiesta una chiara risposta attraverso l'indicazione del rivenditore autorizzato più vicino. Il progetto nasce dall'esigenza di valorizzare l'investimento con Seat Pagine Gialle Spa, sfruttando quella che oggi è l'azienda leader nel geo-local marketing per generare maggiori contatti ai propri rivenditori.

Gli strumenti utilizzati

- Un progetto totalmente personalizzato (custom) che, attraverso la realizzazione di un multilocator, fornisce le coordinate di tutti i rivenditori Itlas sul territorio nazionale e provvede alla loro reperibilità su www.paginegialle.it attraverso una modalità di ricerca maggiormente qualificata.
- Una migliore reperibilità del marchio su tutti i Comuni presidiati dai rivenditori con lo scopo di agevolare il contatto tra questi e il cliente finale.
- Una campana di AD Words su Google incentrata sul «prodotto 100% italiano» in grado di rafforzare nella platea dei consultatori on line la mission aziendale. In supporto a tale obiettivo è stata poi creata una landing page (una pagina tematica) capace di indirizzare il potenziale cliente verso l'approfondimento delle informazioni o direttamente verso il rivenditore più vicino.
- Si è poi deciso di completare l'anagrafica dei rivenditori con il rispettivo indirizzo web con lo scopo di migliorare la link popularity (la popolarità del sito).

I vantaggi per i rivenditori autorizzati

- Una maggiore fidelizzazione ai prodotti Itlas attraverso una comunicazione on line istituzionalizzata dei rivenditori autorizzati.
- Una maggiore rintracciabilità e valorizzazione del prodotto sul territorio.
- Un aumento dei contatti.
- Un innalzamento del traffico del sito internet del rivenditore autorizzato.
- Un miglioramento della link popularity.

È stato così possibile raggiungere l'obiettivo di un maggior supporto direttivo a tutta la comunicazione Itlas, permettendo una migliore reperibilità, attraverso i propri rivenditori, ai propri prodotti proprio nel momento in cui si manifesta l'esigenza di acquisto. Al tempo stesso è stata aumentata la visibilità sul web per le tematiche che da sempre rappresentano la mission aziendale: la qualità del prodotto e l'eco sostenibilità.

RETE INNOVATIVA PER LA VALUTAZIONE DELLA ECO COMPATIBILITÀ DEI PRODOTTI

L'interesse per i prodotti ecocompatibili sta coinvolgendo oggi diversi settori produttivi sulla base della crescente sensibilizzazione dei consumatori nei confronti dei prodotti più ecologici. Tuttavia, se la green economy sta prendendo sempre più piede in Italia, le aziende affrontano con fatica le questioni ambientali scommettendo sull'innovazione di prodotto.

«Rete innovativa per la valutazione della eco compatibilità dei prodotti» è il tema del workshop che si è tenuto martedì 2 ottobre al Parco Scientifico e Tecnologico VEGA di Marghera-Venezia per presentare i risultati finali del progetto RIECO (www.ecoprodotto.it), attivato dal Consorzio Venezia Ricerche (www.veneziaricerche.it) – consorzio per lo sviluppo della ricerca applicata e il trasferimento tecnologico – in collaborazione con Treviso Tecnologia (www.tvtecnologia.it), l'azienda speciale per l'innovazione tecnologica della Camera di Commercio di Treviso. Un progetto co-finanziato dalla Regione Veneto nell'ambito del Programma Operativo Regionale, finalizzato a supportare le aziende nella valutazione dell'eco compatibilità dei prodotti secondo un approccio ciclo di vita (*Life Cycle Thinking*), integrando e implementando una serie di servizi e competenze già presenti sul territorio.

Itlas è stata scelta come azienda di eccellenza nel settore del legno-arredo ed è pertanto diventata caso di studio nell'ambito del progetto: su alcuni prodotti – in particolare Tavole del Piave finitura Rovere del Borgo e Assi del Cansiglio finitura Faggio La Malga – è stata eseguita un'analisi del ciclo di vita, la *Life Cycle Assessment* – LCA. L'interesse per i prodotti ecocompatibili sta coinvolgendo oggi diversi settori produttivi sulla base della crescente sensibilizzazione dei consumatori nei confronti dei prodotti più ecologici. Tuttavia, se la green economy sta prendendo sempre più piede in Italia, le aziende affrontano con fatica le questioni ambientali

scommettendo sull'innovazione di prodotto. Oltre ad adeguate informazioni riguardo la compatibilità ambientale di un dato prodotto rispetto all'uso specifico, alle aziende servono anche criteri di valutazione oggettivi, confrontabili e credibili. Ed è proprio da queste esigenze che nasce il network RIECO, progetto di durata biennale che per raggiungere il proprio obiettivo ha previsto l'utilizzo e l'integrazione di metodologie e analisi di tre diversi prodotti, che sono diventati casi di studio. Oltre a Itlas, hanno partecipato al progetto Elle Esse Srl, che produce pannelli in EPS, e Head Mares Spa, che produce scarponi da sci.

Nel corso del workshop sono stati illustrati i risultati ottenuti attraverso il coinvolgimento delle tre aziende. L'apertura dei lavori è stata affidata a Roberto Santolamazza, capofila ATI RIECO, e a Dario Bovo, direttore del Consorzio Venezia Ricerche.

Il responsabile di RIECO Stefano Zuin e Alessandro Cibir del Laboratorio CERT di Treviso Tecnologia hanno spiegato la struttura e gli obiettivi del progetto. Poi la parola è passata ai protagonisti: Luca Doné di Elle Esse ha illustrato l'analisi del ciclo di vita di un pannello in EPS; Patrizio Dei Tos, amministratore di Itlas, ha raccontato quali sono i benefici ambientali di un parquet in legno; Stefano Noal di Head Mares gli eco profili degli scarponi da sci. I risultati ottenuti sono stati affidati a Stefano Zuin, al quale ha fatto seguito il dibattito finale moderato da Luca De Pietro della Venice International University.

Che cos'è LCA

LCA è una metodologia, normata dalla ISO 14040, che valuta gli impatti ambientali sia un prodotto o di un processo lungo l'intero ciclo di vita, dall'estrazione delle materie prime alla produzione, passando per il trasporto, la distribuzione, l'utilizzo, per arrivare fino allo smaltimento finale come rifiuto. Insomma, il prodotto viene studiato dalla culla alla tomba.

LCA valuta sia gli impatti diretti – quelli cioè direttamente associati al prodotto/sistema oggetto dell'analisi – sia quelli indiretti, come ad esempio le emissioni associate all'utilizzo di additivi chimici necessari per il prodotto/sistema. Il tutto viene eseguito in maniera trasparente e credibile.

La metodologia LCA adottata dal Consorzio Venezia Ricerche consente il calcolo di diversi indicatori di impatto ambientale, identificando le diverse responsabilità per ognuno di essi durante l'intero ciclo di vita. In questo modo è stato ad esempio possibile quantificare il ruolo dei trasporti o della gestione dei rifiuti, stabilendo gli effetti della sostituzione di un determinato pro-

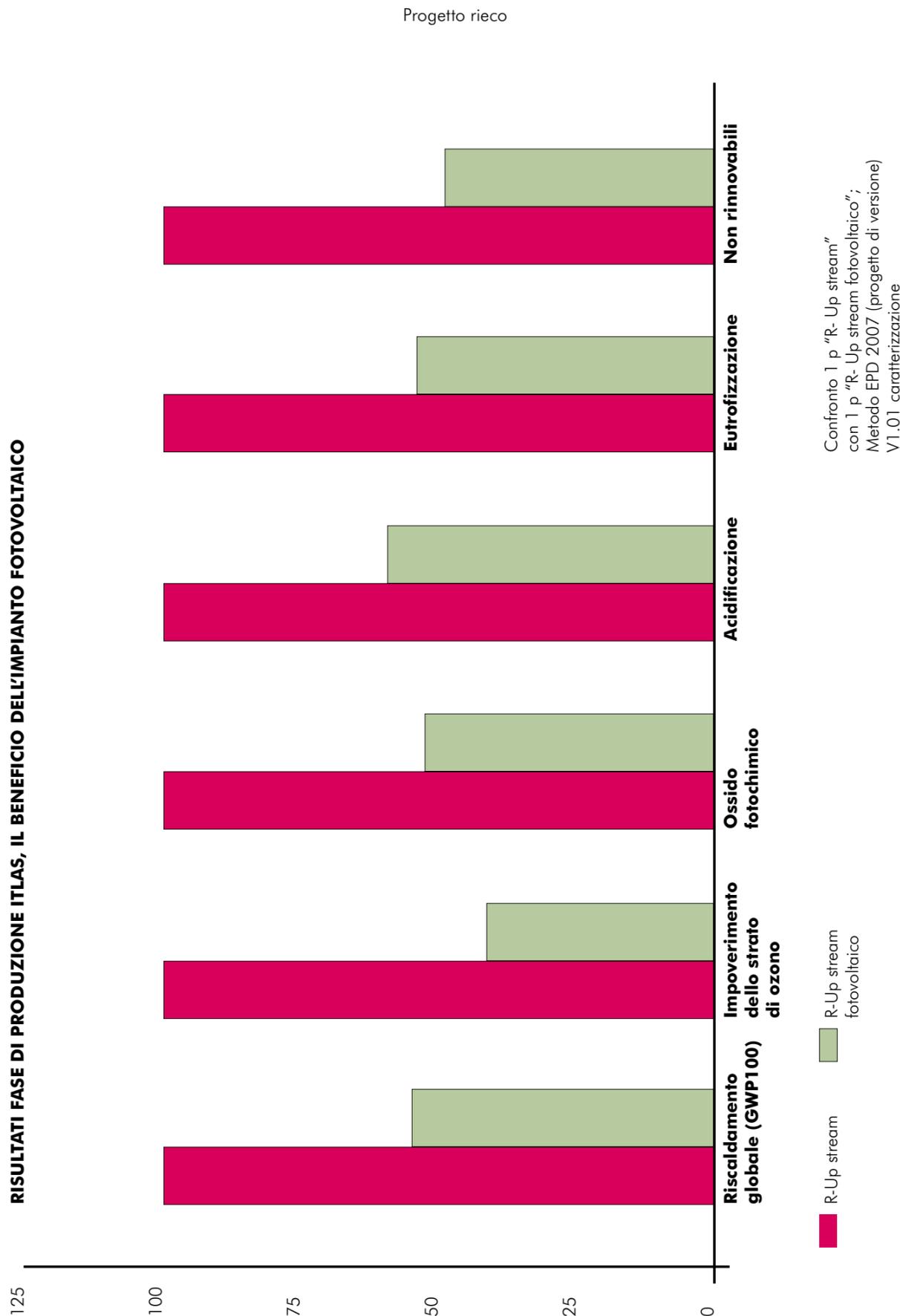
cesso con altri e valutare quanto siano importanti anche i nuovi sistemi implementati dall'azienda. Un esempio fra tutti: l'impianto fotovoltaico per la produzione di energia da fonti rinnovabili o il recupero dei sottoprodotti e degli scarti. La domanda posta è chiara: quanto possono determinare un significativo miglioramento delle performance ambientali del prodotti finale?

Lo studio LCA è inoltre finalizzato a supportare l'ottenimento della Dichiarazione Ambientale di Prodotto secondo il sistema internazionale EPD (*Environmental Product Declaration*), strumento innovativo sviluppato per le aziende che vogliono comunicare gli impatti ambientali associati ai loro prodotti. Si basa su uno schema di certificazione volontaria. È nato in Svezia, ma ha ormai acquisito una valenza internazionale. Trattandosi di un'etichettatura che richiede la verifica e la convalida da parte di un ente terzo di controllo, risulta essere oggettiva e soprattutto credibile in quanto si basa su informazioni confrontabili, verificate e trasparenti valutate proprio attraverso la metodologia LCA.



sopra
momenti della conferenza al Parco Scientifico e Tecnologico VEGA di Marghera, Venezia

RISULTATI FASE DI PRODUZIONE ITLAS, IL BENEFICIO DELL'IMPIANTO FOTOVOLTAICO



Lo studio e i risultati

L'obiettivo generale che lo studio si è posto è stato la valutazione dei possibili impatti ambientali associati alle fasi di produzione, uso e fine vita dei pavimenti in legno prefinito **Tavole del Piave Rovere del Borgo e Assi del Cansiglio Faggio La Malga**. Tre gli obiettivi specifici: individuare le maggiori criticità ambientali di ogni fase operativa; confrontare il contributo dovuto al trasporto; analizzare i benefici ambientali associati all'utilizzo dell'impianto fotovoltaico.

Lo studio ha preso in esame e modellizzato nello specifico quattro fasi della produzione di un pavimento Itlas: l'acquisizione delle materie prime, incluso il trasporto associato all'acquisto dei tronchi e del legname; la produzione vera e propria del parquet (dalla segheria alla verniciatura fino all'imballaggio); l'utilizzo simulato del pavimento una volta acquistato dal consumatore finale; il fine vita del prodotto, sia esso destinato al riutilizzo oppure alla discarica. Il tutto è stato effettuato utilizzando i dati relativi all'anno 2011.

L'analisi iniziale ha visto la presa in visione di ogni singola fase del processo produttivo, schedando, per ogni fase, l'ingresso dei materiali (legno, seghe, colle, paraffina, vernici, imballaggi, ecc.), i consumi di energia elettrica, i trasporti necessari con i relativi consumi di carburante e l'uscita da ogni fase dei rifiuti solidi e degli scarti recuperati. In tutto questo sono state individuate le categorie di impatto che la produzione Itlas avrebbe potuto avere:

- il consumo di risorse
- il riscaldamento globale e i cambiamenti climatici
- la riduzione dello strato di ozono
- l'eutrofizzazione
- l'acidificazione
- la formazione di smog fotochimico

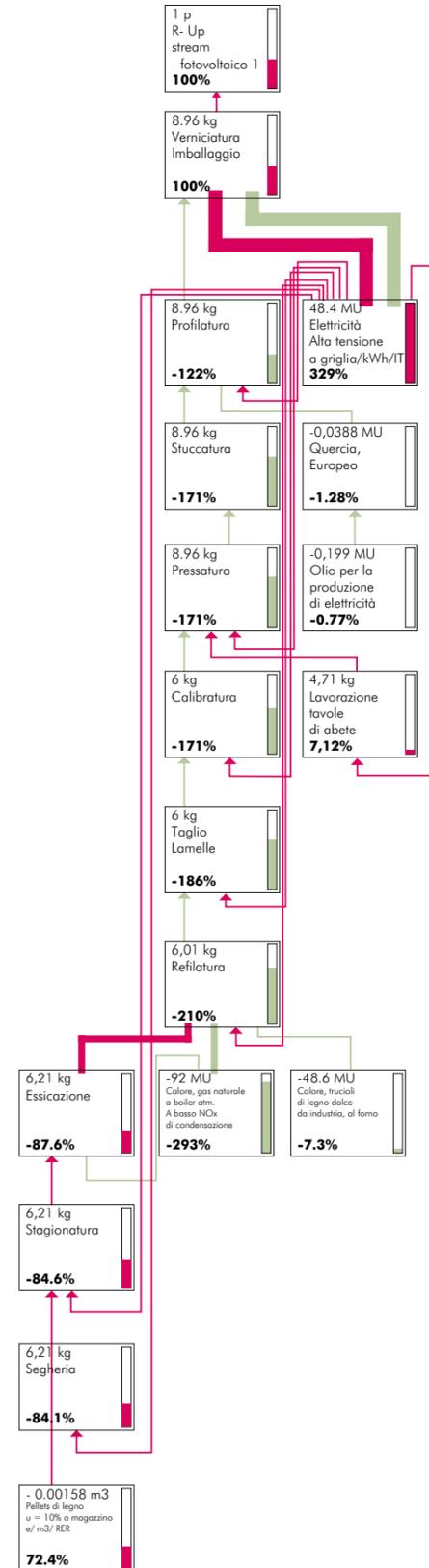
I risultati dell'analisi hanno evidenziato come, in fase di **acquisizione delle materie prime**, il confronto fra i due parquet presi in considerazione sia nettamente a vantaggio di Assi del Cansiglio Faggio La Malga. Gli impatti sulle varie categorie sono di molto inferiori rispetto a quelli di Tavole del Piave Rovere del Borgo. Il perché è facilmente intuibile: il legno di faggio utilizzato per produrre le Assi del Cansiglio viene acquistato nella vicina foresta del Cansiglio (35 chilometri), mentre la distanza media per l'acquisizione del legno di rovere per la produzione delle Tavole del Piave è di circa 800 chilometri (Francia). Significativo in particolare il dato sugli **effetti causati al riscaldamento globale**, con 7,73 kg di CO₂ eq emesse per l'acquisizione delle materie prime per il faggio contro i 168,9 kg CO₂ eq del rovere. Più in generale è possibile affermare che **il contributo principale di Itlas in termini di CO₂ eq è dovuto proprio alla fase di trasporto delle materie prime**. Un risultato che, a margine, potrebbe essere commentato con l'impossibilità oggettiva di trovare in questo momento una forma alternativa di trasporto a quello su gomma.

Per quanto riguarda la fase produttiva, la più rilevanti in termini di impatto associato al **consumo di energia elettrica** è risultata la fase di verniciatura e di imballaggio. Ma va aggiunto che la scelta di installare – proprio nel corso del 2011 – un **impianto fotovoltaico** a copertura del tetto di un nuovo capannone ha permesso di **ridurre di circa il 45% l'emissione di CO₂ eq e di oltre il 55% le emissioni di sostanze che danneggiano lo strato di ozono**. Una scelta che, non da ultimo, ha evitato di continuare a consumare risorse non rinnovabili. Al risparmio di energia elettrica derivato dall'impianto fotovoltaico va aggiunto l'impatto positivo dovuto all'uso della segatura vergine per l'alimentazione della caldaia per l'essiccazione.

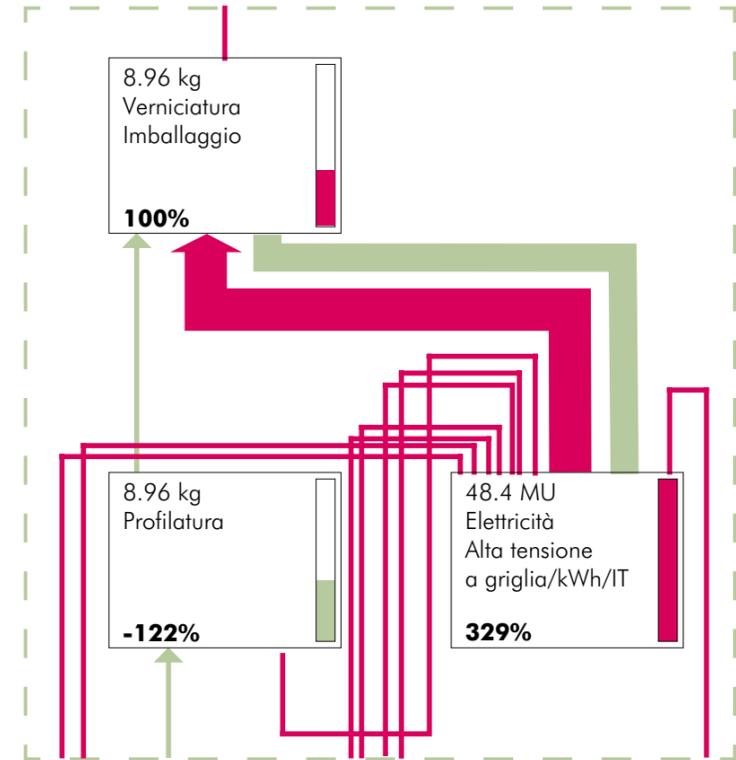
In conclusione risulta che, nello studio del ciclo di vita di un pavimento Itlas, è la fase di acquisizione delle materie prime – il cosiddetto **Downstream** – la più rilevante in termini di impatto sull'ambiente: la produzione, il trasporto al cliente e l'utilizzo del pavimento da parte del consumatore finale incidono minimamente.



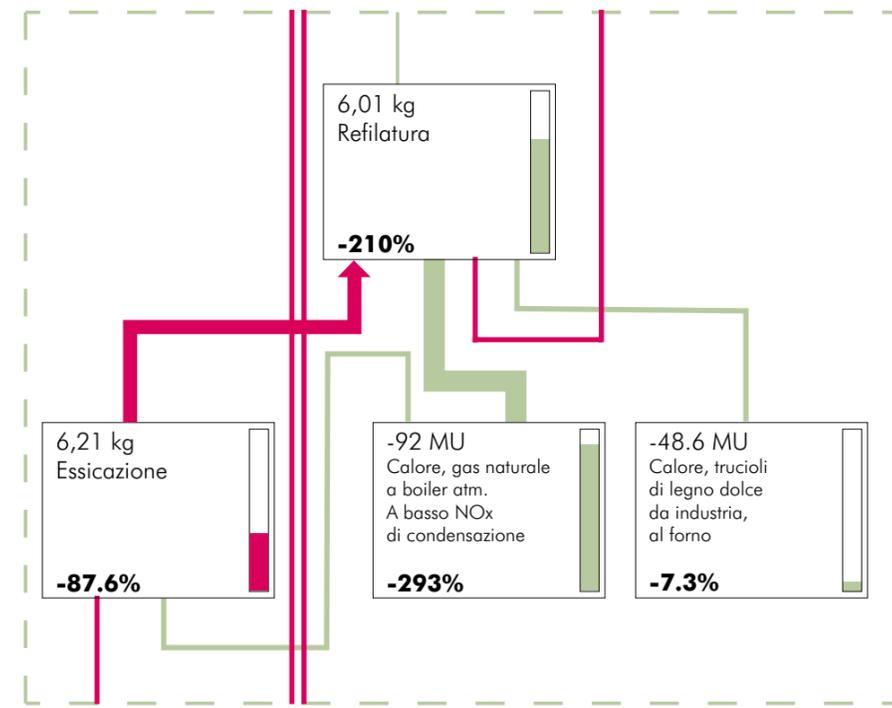
IL BENEFICIO DELL'IMPIANTO FOTOVOLTAICO



Progetto rieco



IMPATTO POSITIVO
dovuto all'apporto di energia elettrica dall'impianto fotovoltaico



IMPATTO POSITIVO
dovuto all'uso della segatura vergine per l'alimentazione della caldaia per l'essiccazione



Un successo straordinario, che ci ha regalato grandissime soddisfazioni. È quello ottenuto dal grande concorso di copertina promosso da Hearts Home in collaborazione con Itlas nel numero del periodico di arredamento in edicola nei mesi di luglio e agosto.

HEARTS HOME & ITLAS

SUCCESSO STRAORDINARIO



In novemila hanno partecipato all'iniziativa con la speranza di riuscire a vincere cento metri quadrati di pavimento Assi del Cansiglio. Ma solo uno è il vincitore, estratto a sorte il 14 settembre scorso. Si chiama Cirillo Olinetto e vive in Piemonte, ad Asti. Con il suo voto web si è aggiudicato la nuovissima finitura Faggio La Fenice, che lui stesso aveva scelto, preferendo l'arredamento con uno stile eco-chic.

Hearts Home, diretto da Cinzia Felicetti, ha scelto Assi del Cansiglio come premio in palio proprio per il numero più letto dell'anno: quello doppio dell'estate. I lettori del periodico hanno trovato in copertina il nostro pavimento e il lancio del concorso e all'interno una doppia pagina con tutte le indicazioni per partecipare all'estrazione finale. Dal 16 luglio al 31 agosto c'è stata la possibilità di entrare in un mini-sito esclusivo, linkabile dalla home page del sito ufficiale di Itlas, nel quale leggere il regolamento, registrarsi al concorso e scegliere l'ambientazione che piaceva di più;

quella di design con le Assi del Cansiglio finitura Faggio del Cimbri, quella classica con le Assi del Cansiglio finitura Faggio Vecchi Tempi, oppure l'ambientazione eco-chic caratterizzata dal pavimento Assi del Cansiglio nella nuovissima finitura Faggio La Fenice. L'iniziativa è stata pubblicizzata sia attraverso la forma cartacea del mensile, sia attraverso il profilo Facebook di Home. E il risultato è stato una vera e propria sorpresa: mai avremmo pensato che così in tanti si registrassero e votassero, entrando inevitabilmente a visitare il nostro sito ufficiale.

Alla fine a vincere – per una questione di sorte e non certo di numero di voti – è stata l'ambientazione più particolare, guarda caso caratterizzata da una delle ultimissime creazioni di Itlas in materia di finiture: il Faggio La Fenice, che viene presentato proprio in questi giorni durante il Made Expo 2012. Il signor Cirillo Olinetto oltre ai cento metri quadrati di pavimento ha diritto anche alla consegna e alla posa. Complimenti!

LE FIERE

Beijing Design Fair

Oramai molto attenta al mercato asiatico e in particolar modo cinese, Itlas non è voluta mancare all'appuntamento con la Beijing Design Week 2012, nell'ambito della quale – dal 28 settembre al 2 ottobre – è stata organizzata la prima edizione della Beijing Design Fair, vero e proprio incontro fra la cultura cinese e la cultura italiana. Nel watergate che ha ospitato la fiera (organizzata fra gli altri da RCS Group) si è potuto assistere ad un'autentica passerella dell'italian way of life: da una parte la mostra di design con i «pezzi» che hanno fatto la storia del design tricolore e dall'altra le aziende del made in Italy, fra cui appunto Itlas, che hanno portato a Pechino il meglio della loro produzione recente. L'allestimento sia della mostra che della fiera è stato curato dallo studio italiano Migliore+Servetto, che è riuscito a entusiasmare il pubblico con il suo lavoro dal carattere pop, chiaro e funzionale.

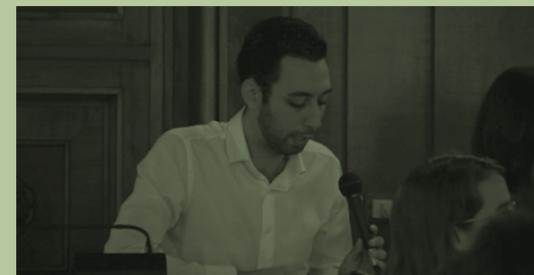
BEIJING DESIGN FAIR
28 settembre – 2 ottobre 2012
Pechino – Cina
www.beijingdesignfair.com

pagina successiva, sopra
Beijing Design Fair
pagina successiva, sotto
Pugliarch, foto di Mariagrazia Cinelli,
Ennio Cusano, Antonio Maria Fantetti

Pugliarch 2012

Dal 20 al 23 settembre Itlas ha partecipato alla prima edizione del Festival dell'Architettura – Pugliarch 2012, ideato dall'Associazione Giovani Architetti della Provincia di Bari e promosso dalla Regione Puglia assieme all'Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori baresi. La partecipazione all'evento della nostra azienda è avvenuta grazie alla collaborazione e all'impegno di quattro importanti rivenditori autorizzati del territorio: Benedetto Ceramiche di Carpuso, Conventi Parquet di Bari, La Edilnova di Modugno e Vito Laruccia di Monopoli. Pugliarch è stato articolato con un programma di eventi che hanno avuto l'obiettivo di evidenziare e valorizzare l'architettura a partire dalle tematiche offerte dalla Puglia per confrontarle con casi italiani e internazionali. Dibattiti con il coinvolgimento dei maggiori esponenti del mondo architettonico professionale e accademico, dell'arte e della cultura. Multidisciplinarietà ed eventi, conferenze e mostre, concorsi e perfino la spettacolarizzazione dell'architettura con il coinvolgimento non solo degli addetti ai lavori, ma anche delle amministrazioni, del mondo produttivo e imprenditoriale, dei mestieri e delle arti. Una manifestazione che quindi ha voluto mostrare a tutti come l'architettura sia una forma ampia di partecipazione. Quattro giorni di «Slow Architecture» incentrati sul tema della qualità e della sostenibilità in architettura a partire dal recupero del concetto di lentezza e dall'elogio anticonformistico del festina lente.

PUGLIARCH
20 – 23 settembre 2012
Bari – Italia
www.pugliarch.it



NEWS

sopra, pagina successiva
PEFC press tour

PEFC PRESS TOUR

Sabato 23 giugno, in occasione della prima edizione della “Festa della Foresta e delle filiere del legno” - organizzata da Veneto Agricoltura, Regione Veneto e Longarone Fiere Dolomiti in partnership con PEFC Italia - Itlas ha ospitato il **PEFC Press Tour**: giornalisti delle principali testate di quotidiani e televisioni nazionali hanno visitato l'azienda, seguendo passo dopo passo l'intero processo produttivo, dalla scelta del tronco nel Bosco del Cansiglio fino al prodotto finito e pronto per essere consegnato al consumatore finale.

Accompagnati da Martina Valentini, ufficio stampa di PEFC Italia, c'erano Angelica Fiore, giornalista Rai del Tg2, Riccardo Bottazzo, giornalista freelance del quotidiano Terra, Francesco Marino di La Nuova Ecologia, Sebastiana Cutugno, giornalista freelance per il Gruppo L'Espresso, Mediaset e La7, Sara Ficocelli per Repubblica, Airone, Cosmopolitan e Panorama Economy, oltre a Giovanna Lodato e Mirko Berardi per PEFC Italia.

Una mattinata intensa, ricca di spunti, di domande, di interviste. Un'ottima chiusura della tre giorni a cui i rappresentanti dei media hanno preso parte grazie all'iniziativa organizzata a Longarone. «Abbiamo ritenuto interessante proporre alla stampa di dedicare spazio al tema della certificazione: la comunicazione di questi temi è infatti essenziale per aumentare l'attenzione del pubblico e, di conseguenza, il numero di realtà economiche che fanno tale scelta di responsabilità», spiega Antonio Brunori, segretario generale di PEFC Italia. «Dopo le esperienze positive vissute in Trentino Alto - Adige e in Friuli Venezia - Giulia - continua Brunori - abbiamo scelto di visitare i boschi del Veneto e in particolare la zona del Cansiglio, con l'opportunità di approfondire e conoscere tante realtà, come Itlas, legate alla filiera del legno». Le aree forestali del Veneto hanno una storia gestionale che risale ai cantieri di costruzioni delle navi della Serenissima: nella Repubblica marinara di Venezia per la costruzione delle navi e delle loro componenti il legno proveniva dal Cansiglio. *«Abbiamo imparato a capire la selvicoltura naturalistica, fiore all'occhiello della gestione forestale veneta, che permette - spiega il segretario generale - di applicare le tecniche gestionali vicine alla natura per avere un equilibrio tra componenti economiche, ecologiche e sociali, motivo per cui hanno ottenuto la certificazione forestale sostenibile PEFC».*



LA TRASMISSIONE TIVÙ

Si intitola “*L’Italia che funziona*” ed è un programma ideato da Mediaset per ritrarre l’eccellenza italiana e le aziende estere presenti nel nostro paese che si distinguono per il loro successo. *L’Italia che funziona* ha fatto tappa anche a Cordignano, sede di Itlas, per intervistare l’amministratore Patrizio Dei Tos e per mostrare cosa fa l’azienda, come funziona, qual è la sua filosofia e quali i sono i segreti di un’impresa che funziona. Condotto da Xenia Tchoumitcheva, il programma è stato registrato all’inizio di settembre, con immagini girate non solo all’interno della fabbrica e della sala mostra, ma anche nella foresta del Cansiglio, andando a toccare moltissimi argomenti che stanno a cuore da sempre a chi l’azienda l’ha costruita: la green economy, l’impatto ambientale, il valore e l’importanza delle certificazioni di prodotto, la provenienza della materia prima, il legame con il territorio, la passione e l’amore per il legno e, soprattutto, la valenza anche etica di produrre totalmente in Italia. Quindici minuti di trasmissione che sono stati trasmessi, in giorni e orari diversi nell’arco di un’intera settimana, su Rete 4, Italia 1, Iris e Mediaset Extra. www.videomediaset.it

NUOVO SHOWROOM A STRASBURGO

Un nuovo showroom per il rivenditore autorizzato Itlas nei pressi di Strasburgo, Forgiarini Sas, nella zona commerciale di Vendenheim. Uno spazio espositivo dalle grandissime dimensioni, allestito secondo una concezione davvero nuova e soprattutto originale. Forgiarini – famiglia di origini friulane – ha progettato soluzioni particolari per esporre in grande stile tutta la gamma dei prodotti Itlas, progetto per progetto. L’albero che sorge al centro dell’ampio salone e la parete retroilluminata con le immagini del Bosco del Cansiglio creano un’atmosfera quasi magica, di certo elegante e perfettamente in grado di contestualizzare la filosofia di Itlas e di trasmettere emozioni al cliente che entra alla ricerca di un pavimento in legno. Un’intera parete della struttura è stata rivestita con il nuovissimo Cinque Millimetri: la pelle di legno di Itlas riveste anche la porta ricavata nella parete, dando così la dimostrazione più tangibile dell’utilizzo che può essere fatto di questo prodotto di rivestimento in legno nobile.

FORGIARINI SAS
227 Route Nationale D1083, 67230 Kogenheim
www.forgiarini.net



sopra
macking of programma Mediaset
sotto
showroom Forgiarini





APPUNTAMENTO CON IL TRITTIKO

Itlas ha partecipato, in qualità di sponsor, al «Trittico Veneto 2012», gara nazionale a tappe per Juniores organizzata da S.C. Veloce Club Orsago con il patrocinio della Regione Veneto, della Provincia di Treviso e dei Comuni trevigiani coinvolti nella manifestazione sportiva, che si è tenuta dal 23 al 26 agosto. Giunto alla nona edizione, il «Trittico Veneto» ha ancora una volta cercato angoli di terra veneta in grado di far apprezzare i prodotti tipici, la buona cucina, l'ospitalità delle strutture alberghiere, la cordialità e la simpatia nata fra organizzatori e ospiti. Una corsa che propone nel suo tracciato anche spazi di storia, arte e cultura, che hanno da sempre esaltato la terra veneta. Ma si riconosce soprattutto per la valenza tecnica dei percorsi scelti, diventando molto di più di una gara tradizionale. È una manifestazione che conferma la vocazione sportiva e in particolare ciclistica radicata in Veneto, che ha dato al ciclismo tanti campioni nazionali e internazionali.

2012

SCEGLIAMO LA QUALITÀ ITALIANA
AIUTANDO LA NOSTRA ECONOMIA

ANNO DEL
PRODOTTO ITALIANO ITLAS

Assti del Consiglio



PROMOZIONE VALIDA FINO AL 28/02/2013

**FAGGIO LA FENICE
A PARTIRE DA € 49,00 MQ**

I PREZZI SI INTENDONO IVA, POSA IN OPERA E TRASPORTO ESCLUSI

ITLAS

PAVIMENTI IN LEGNO



WWW.ITLAS.IT

SCOPRI SUL SITO I RIVENDITORI CHE ADERISCONO ALL'INIZIATIVA



ITLAS MAGAZZINE



ITLAS
PAVIMENTI IN LEGNO

31016 Cordignano
Via del Lavoro – Zona Industriale
Treviso – Italia
info@itlas.it
www.itlas.it
P.IVA 02134200266
T +39 0438 368040

