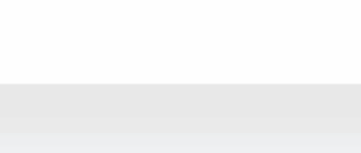


Patrizio Dei Tos, la rivoluzione del legno di Itlas

Paolo Casicci
9 maggio 2022



Parla il Ceo dell'azienda, pioniere del sistema sostenibile che da anni porta "la foresta in casa"

Parlare con **Patrizio Dei Tos** vuol dire dialogare con un **pioniere**. Già quando la **sostenibilità** non era ancora una tendenza mainstream, il **Ceo di Itlas** realizzava il sogno di portare la **foresta** nelle **case**. Oggi, l'azienda veneta utilizza il **rovere** proveniente dalla manutenzione delle **foreste italiane** e **serbe** per produrre **pavimenti**, ribaltando il pensiero comune secondo cui la manutenzione dei boschi produca solo legna da ardere. Prima della **rivoluzione** innescata da Itlas, i pavimenti e le **superfici lignee** erano realizzati perlopiù con essenze esotiche importate dal Far East o dall'Africa. Da tempo ormai l'intuizione di Dei Tos è un esempio felice di utilizzo intelligente delle foreste locali, i cui alberi vengono tagliati per normale manutenzione trovando la loro seconda vita nelle case.



Assi del Cansiglio, Faggio del Bosco.

Come nasce l'idea di portare un pezzo di foresta nelle case delle persone?

Da alcuni anni stavo cercando un legno italiano per creare un pavimento unico. Poi ho capito che avevo la soluzione da sempre davanti ai miei occhi: la **foresta del Cansiglio**, antico bosco della **Repubblica di San Marco** che possiede una delle **faggete autoctone** italiane più belle e prestigiose. E ad appena 25 chilometri dalla sede di Itlas e i tronchi che periodicamente vengono tagliati per lasciar posto alla crescita delle piante più giovani diventavano unicamente legna da ardere, principalmente per le pizzerie. Eppure il **legno di faggio** è così nobile e resistente che i veneziani lo utilizzavano per creare i remi delle galee. Ho stretto un accordo pubblico-privato con **Veneto Agricoltura**, l'ente che gestisce le foreste demaniali regionali, e nel 2009 è nato **Assi del Cansiglio**, un pavimento prestigioso, totalmente italiano, capace di portare la natura dentro casa. Perché il faggio del Cansiglio, caratterizzato da **nodi** e **fiammature**, riesce a trasmettere quella sensazione di **benessere** fisico e mentale che si riceve ogni volta che si respira all'interno della foresta. Un **materiale vivo**, un pezzo di natura nel nostro spazio abitato quotidiano.



Progetto Ecos, Le Righe.

Che cosa è la sostenibilità per Itlas, in un momento storico in cui pressoché tutti dicono di essere sostenibili?

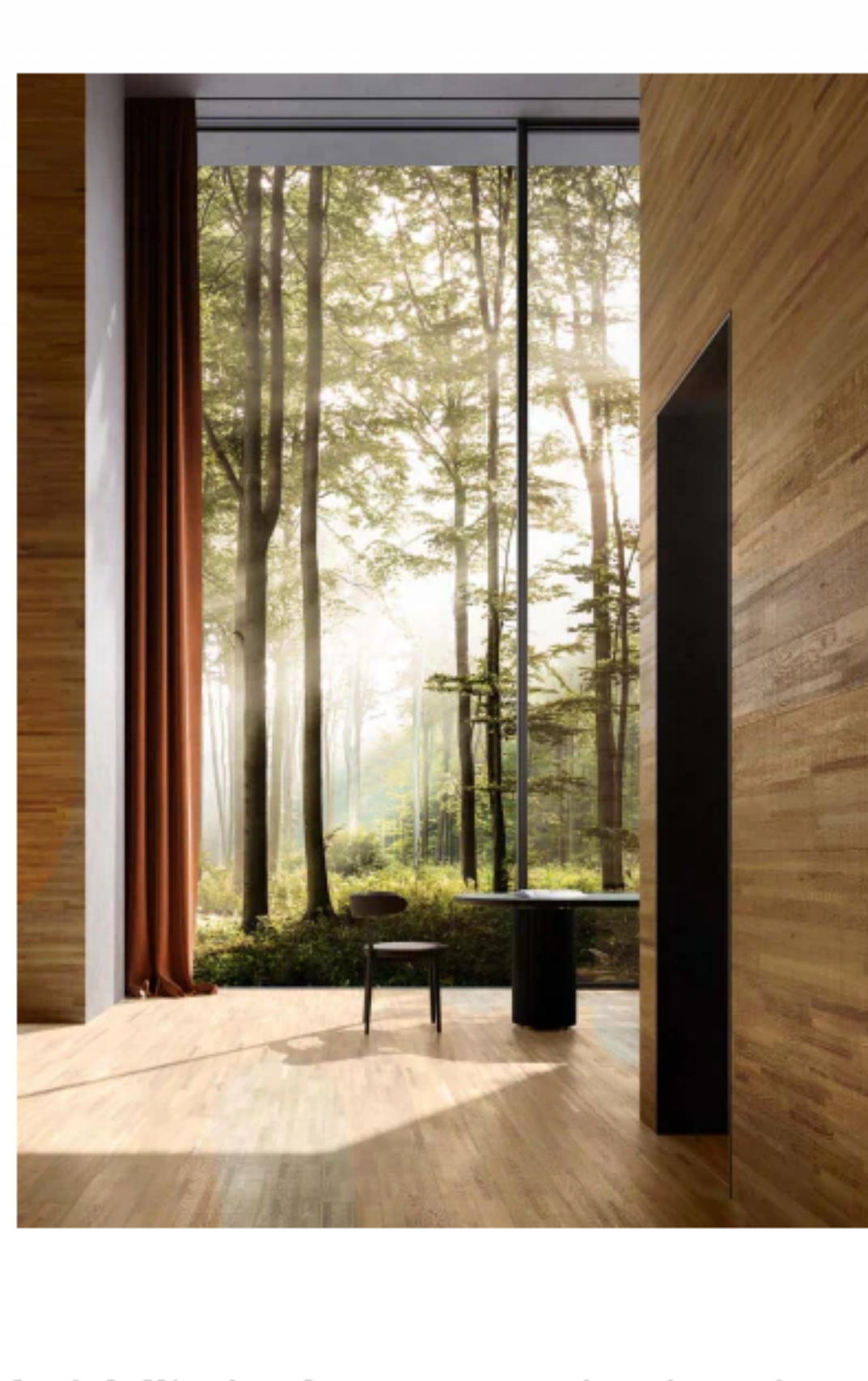
Abbiamo iniziato il nostro percorso quando la parola sostenibilità non era utilizzata con il significato ampio che ha in questo particolare momento storico. Era l'inizio del nuovo Millennio e si parlava al massimo di **prodotti ecologici** o **ecompatibili**. Di certo Itlas ha avuto fino dall'inizio della sua storia un'attenzione particolare nei confronti dell'**ambiente** e della **salute** dell'uomo, che deriva in parte dalla mia visione della vita e in parte, ma probabilmente le due cose sono strettamente legate l'una all'altra, dalla **materia prima** del nostro **core business**: il legno. Che è natura e vita, che è rinnovabile, riutilizzabile e che ha la grossa potenzialità di immagazzinare anidride carbonica, diventando una **cassaforte di CO2** per il nostro pianeta. Tutto quello che è avvenuto in questi anni è stato un processo per così dire spontaneo e allo stesso tempo dovuto, perché realizzare i nostri prodotti utilizzando il legno poteva significare unicamente cercare quotidianamente di trovare **soluzioni** che permettessero di migliorare continuamente la **qualità** e le **caratteristiche green** di quello che offriamo. E ora che la sostenibilità è diventata imprescindibile non solo nella vita di ciascuno di noi ma soprattutto per essere competitivi sul **mercato**, ecco che Itlas si prova sicuramente in vantaggio, avendo già **percorsi** con cognizione di causa e sperimentando tutte le tappe richieste per essere realmente sostenibili. Dalle **certificazioni ambientali** a quelle di prodotto, dall'acquisto di tronchi provenienti da foreste controllate gestite in modo sostenibile all'utilizzo di colle viniliche a bassissimo contenuto di formaldeide e di **vernici a base d'acqua**. Una **vocazione green** che ci ha portati a installare il nostro primo grande **impianto fotovoltaico** già nel 2010, che da anni in questo versante ci impegna anche economicamente a sostenere ricerca e consulenze. Abbiamo una governance della sostenibilità e rendiamo pubblici i nostri dati attraverso il **report** di sostenibilità.



Un ritratto di Patrizio Dei Tos, Ceo Itlas.

Immagini di avere davanti un gruppo di bambini, gli allievi di una scuola elementare, e di dover spiegare loro che cosa vuol dire rispettare l'ambiente e di raccontare come Itlas rispetta la Terra. Che parole userebbe?

La **Terra** è la nostra casa. Noi ci abitiamo e dobbiamo prendercene **cura** per mantenerla viva e bella il più a lungo possibile, così da riuscire a lasciarla pronta anche a chi la abiterà dopo di noi. La Terra ci regala cose preziose e il periodo pandemico da **Covid-19**. Durante la prima, negli anni a cavallo fra primo e secondo decennio del Duemila, abbiamo scelto di investire proprio sulla comunicazione, mentre tutti tiravano i remi in barca. In pieno **lockdown**, con la fabbrica chiusa, abbiamo organizzato sui **social network** dirette con architetti, progettisti, professionisti della sanità. Dagli **investimenti pubblicitari al marketing**, dall'**ufficio stampa** all'organizzazione di **eventi**, dal **sito internet** ai **social** fino al **magazine aziendale**, che è una testata giornalistica registrata, ma ci aggiungo anche la partecipazione alle attività di categoria e quelle all'interno delle scuole: che senso avrebbe non comunicare all'esterno tutto quello che facciamo? E non parlo solo di prodotti, di mercato e di acquisizione di nuovi clienti, ma di un percorso di crescita sulla strada della sostenibilità.



Come comunica i valori dell'azienda? La comunicazione, in generale, è un aspetto a cui tiene?

La **comunicazione** è uno dei capisaldi di Itlas, da sempre. Lo è stata anche nei periodi più difficili, come la **crisi economico-finanziaria globale** e il periodo pandemico da **Covid-19**. Durante la prima, negli anni a cavallo fra primo e secondo decennio del Duemila, abbiamo scelto di investire proprio sulla comunicazione, mentre tutti tiravano i remi in barca. In pieno **lockdown**, con la fabbrica chiusa, abbiamo organizzato sui **social network** dirette con architetti, progettisti, professionisti della sanità. Dagli **investimenti pubblicitari al marketing**, dall'**ufficio stampa** all'organizzazione di **eventi**, dal **sito internet** ai **social** fino al **magazine aziendale**, che è una testata giornalistica registrata, ma ci aggiungo anche la partecipazione alle attività di categoria e quelle all'interno delle scuole: che senso avrebbe non comunicare all'esterno tutto quello che facciamo? E non parlo solo di prodotti, di mercato e di acquisizione di nuovi clienti, ma di un percorso di crescita sulla strada della sostenibilità.

