I LOVE PARQUET

il magazine

CON IL PATROCINIO DI

AIPPL

ASSOCIAZIONE ITALIANA POSATORI PAVIMENTI IN LEGNO

n. 2

Maggio 2014

www.iloveparquet.com

Tutti pazzi per il Salone!

(reportage dalla design week milanese)

Foto di copertina: Giorgio Pierguidi

5 Editoriale - Federica Fiorellini

AGENDA

6 ILP news - Persone, fatti, storie

11 La foto del mese

12 Il legno nell'anima (italian style)

IN POSA

14 Parquet Community

16 Mondo AIPPL - a cura di Donata Marazzini

18 La posa del mese - a cura di Donata Marazzini
Posando parquet (da manuale)

20 Focus legno - Gaetano Castro
Il peso del legno e il suo rapporto con l'umidità

22 Facciamo il punto - Filippo Cafiero
Ancora su qualificazione e certificazione

26 AIPPL risponde - Filippo Cafiero

TENDENZE

28 Lifestyle - Anna Baroni
Chi va al Mulino s'infarina...

32 Oh my wood! - Federica Fiorellini

34 Case Vip - Tito Franceschini
Indovina chi viene... a colazione?

38 Anima Green - Federica Fiorellini
Schegge di abitare sostenibile

40 Reportage - Federica Fiorellini
Che design sia!

MERCATO

52 L'intervista - Federica Fiorellini
"Dobbiamo promuovere l'eccellenza italiana"

56 Eventi - Anna Baroni
Abitare la natura

60 Protagonisti - Federica Fiorellini
"Siamo un'azienda concreta"

64 Distribuzione - Tito Franceschini
Questa è Giorio Milano

66 Vendere parquet - Davide Gabrielli
Una vendita non incassata si chiama regalo

68 Proposte - Anna Baroni

I LOVE PARQUET

www.iloveparquet.com
Clicca per ricevere gratuitamente le nostre newletter e i prossimi numeri di **iloveparquetmagazine**

Editore
4PUNTOZERO Srl
Via Console Marcello, 8 - Milano
Tel. +39 02 39265461 - Fax +39 02 325040
info@4puntozero.it

Direttore responsabile e Direttore editoriale
Federica Fiorellini
fiorellini@4puntozero.it

In redazione
Giuseppe Anzaldi, Anna Baroni, Stefano Berti, Andrea Brega, Franco Bulian, Filippo Cafiero, Gaetano Castro, Rita D'Alessandro, Caterina Malinconico, Donata Marazzini, Michele Murgolo, Ada Negri, Dalvano Salvador, Stiven Tamai

Progetto Grafico
Roberto Cremonesi.Co Srl
info@robertocremonesi.it

Impaginazione
Giuliana Garlaschelli
garlaschelli@robertocremonesi.it

Direzione commerciale e marketing
Stefano Carlin
marketing1@iloveparquet.it

Pubblicità e sviluppo
Luciano Dorini
marketing@iloveparquet.it

Amministrazione
Paola Vernazza
amministrazione@4puntozero.it

Segreteria
Elisabetta Andreini
info@4puntozero.it

Ufficio traffico
traffico@4puntozero.it

I LOVE PARQUET MAGAZINE
Autorizzazione del Tribunale di Milano n. 121 dell'8 aprile 2014

CON IL PATROCINIO DI
AIPPL Associazione Italiana Posatori Pavimenti in Legno
Foro Buonaparte, 65 - 20121 Milano
Tel. 02 80.60.43.70 - Fax 02 80.60.43.97
aippl@federlegnoarredo.it - www.aippl.it

A.I.P.P.L. è un'associazione aderente a FLA

4Puntozero Srl, titolare del trattamento dei dati relativi ai destinatari della presente pubblicazione, informa che le finalità del trattamento sono rivolte unicamente a consentire l'invio del presente magazine e di altre iniziative editoriali di propria edizione; la casa editrice informa altresì i destinatari dell'invio che in ogni momento essi potranno esercitare i diritti previsti dall'art. 7 del D.Lgl. 196/03, chiedendo l'aggiornamento o la cancellazione dei dati.

Prima&Goodwill

Woodco.
One partner, all solutions.

Dalla passione nascono ricerca e dedizione.
Da ricerca e dedizione nascono competenze.
Dalle competenze nascono prodotti innovativi
e di qualità. Ed è questo che contraddistingue
le nostre collezioni di parquet, laminati
e pavimenti vinilici.

Con Woodco scegli un partner fidato,
un punto di riferimento su cui contare
per un percorso di crescita condiviso.

www.woodco.it

WOODCO
MORE THAN WOOD

COM'È MISTERIOSA LA LEGGEREZZA*

FEDERICA FIORELLINI

Amiamo il pavimento di legno

Amiamo gli oggetti pensati per vivere a lungo (come il parquet, come le lampade a basso consumo, come i maglioni di una volta)

Amiamo il bello, soprattutto quando è accessibile a tutti

Amiamo il buon cibo

Amiamo le aziende che rispettano il mondo in cui vivono, quelle in grado di tracciare, oggi, le linee di un futuro sostenibile

Amiamo chi va in bicicletta (perché ci fa pensare che per la razza umana c'è ancora speranza)

Amiamo la concretezza, la capacità di andare oltre le parole ('che oggi sono, domani non sono', come dice Papa Francesco)

Amiamo la trasparenza, chi è in grado di raccontarsi per quello che è

Amiamo la lentezza (ma siamo costretti a correre, a essere veloci)

Amiamo essere informati e consapevoli. Per poter scegliere

Amiamo la coerenza, ma anche la capacità di tornare sui propri passi

Amiamo la leggerezza e l'umiltà (quelle doti che, quando si hanno, si pensa di non averle)

Amiamo chi si sporca le mani (e chi lavora in ginocchio)

Amiamo il nostro lavoro

**...è una strana cosa, è una carezza... cerca di inventare la tua leggerezza e volerai (Giorgio Gaber)*

Milano: torna la voglia di casa

Sono raddoppiati, da 6,1% del 2011 al 12,2% di oggi, i milanesi che dichiarano di essere interessati ad acquistare casa nei prossimi 2-3 anni e anche in provincia si registra un forte aumento delle persone che pensano di comprare un'abitazione, passando dal 2,6% del 2011 al 7,6%. Tutto ciò in un contesto socio-economico ancora fortemente condizionato dalla crisi, che rappresenta ormai un fattore strutturale e non più congiunturale. Questi alcuni dei principali risultati della 5° edizione dell'Osservatorio Housing Evolution sulla domanda immobiliare a Milano e provincia, realizzato da Makno per conto di Assimpredil Ance e Camera di Commercio di Milano. La ricerca, aggiornata a febbraio 2014, monitora il mercato immobiliare residenziale, interpretando e anticipando indirizzi e tendenze che sottendono all'evolvere della domanda abitativa della popolazione residente a Milano e in provincia
Scarica la ricerca **"Le nuove tendenze dell'abitare a Milano"**

Stile Pavimenti Legno diventa Anbo-Stile

Stile Pavimenti Legno spa, al fine di riorganizzare l'assetto societario e posizionarsi in chiave strategica nel mercato italiano e internazionale, ha coinvolto nuovi partner e cambiato ragione sociale in Anbo-Stile Srl. La nuova società nasce dall'unione di Stile Pavimenti Legno con Anbo UK ltd, azienda inglese nota nel mondo della distribuzione, che ha individuato nella partecipazione in Stile la possibilità di proiettarsi nella fascia alta del mercato delle pavimentazioni di legno, grazie alla tecnologia all'avanguardia di Stile e la piattaforma logistica che il parchettificio perugino ha a disposizione con l'innovativo magazzino automatizzato, realizzato pochissimi anni fa. "Anbo-Stile Srl garantirà la continuità e la presenza di Stile nel suo mercato tradizionale, quello italiano, dando contemporaneamente avvio all'importante sviluppo della distribuzione worldwide – ci tengono a sottolineare i rappresentanti delle due realtà, Lorenzo Onofri e Corey Thomas Lewis -. Apporterà in tal senso ingenti investimenti di capitali, che faranno crescere la presenza dei prodotti interamente made in Italy nella fascia alta di mercato e soprattutto nel mondo dell'A&D Community nei maggiori mercati mondiali". "Ci aspetta un duro lavoro da compiere nei prossimi mesi, ma ci sono idee, entusiasmo e risorse per farci lavorare al meglio e per essere sempre, come la nostra storia ci dimostra, un passo avanti", conclude Onofri.
Alla nuova realtà e a Lorenzo Onofri – un uomo serio e coraggioso, simbolo di un'imprenditoria che resiste e reagisce – vanno i migliori auguri di I Love Parquet.

Cresme: gli italiani hanno speso 28 miliardi di euro per la casa

Secondo uno studio Cresme/Servizio Studi della Camera dei Deputati, nel corso del 2013 gli italiani hanno speso oltre 28 miliardi di euro per "rimettere a nuovo" le proprie abitazioni. Un trend positivo che sta continuando anche nell'anno in corso, come confermano i dati del primo bimestre 2014, che ha visto un'impennata dei lavori di recupero: 5,7 miliardi di euro al netto di IVA. Positivi anche i risultati del Bonus Mobili legato alle ristrutturazioni che, secondo gli ultimi dati del Centro Studi Cosmit/ FederlegnoArredo, porterà nel 2014 ad acquisti di arredamento per circa 900 milioni di euro. «Siamo fiduciosi nella conversione in legge del decreto n. 47 sulle 'misure urgenti per l'emergenza abitativa, per il mercato delle costruzioni e per Expo 2015', in esame presso le Commissioni riunite Lavori Pubblici e Ambiente del Senato – chiosa Roberto Snaidero, presidente Federlegnoarredo -. Per quanto il bonus non venga trattato esplicitamente in nessun articolo del decreto, riteniamo che le criticità in esso affrontate rappresentino l'unica preziosa occasione per poter salvaguardare una misura dalla quale dipende la sorte di migliaia di lavoratori e delle loro famiglie».
Segnaliamo che da qualche mese è attivo il sito del Governo interamente incentrato sul 'sistema casa', www.casa.governo.it, con tutte le indicazioni sulle agevolazioni fiscali.

Italia: un patrimonio edilizio "energivoro"

Il consumo energetico in edilizia è aumentato del 50% rispetto al 1980, in controtendenza rispetto all'industria, inoltre, il 70% degli edifici è stato costruito precedentemente all'entrata in vigore delle prime normative sul risparmio energetico del 1976. A offrire il panorama del settore è il rapporto 2014 "La riqualificazione green delle città italiane", realizzato dall'associazione Pentapolis onlus con Inbar, l'Istituto nazionale bioarchitettura. I dati più importanti del rapporto "possono essere sintetizzati in questi due aspetti: da una parte, il 40% dell'energia in Europa e in Italia è consumata dal patrimonio edilizio, che tra l'altro in Italia è il più vecchio d'Europa; dall'altra, 2 milioni di appartamenti liberi e nonostante questo ogni giorno vengono cementificati 70 ettari di terreno", ha dichiarato ad Adnkronos Massimiliano Pontillo, presidente Pentapolis Onlus, associazione che si occupa di responsabilità sociale di impresa e di sviluppo sostenibile attraverso la creazione di tavoli di concertazione e ricerca tra vari attori per portare avanti un'azione di pressione sui decisori pubblici.
Secondo la ricerca, circa 2 milioni di abitazioni sono in precario stato di conservazione e oltre il 40% richiede interventi di manutenzione straordinaria.

Federlegno e Bologna Fiere: Joint Venture in Cina

FederlegnoArredo e Bologna Fiere hanno stretto un'alleanza per favorire l'ingresso della filiera italiana del legno-arredo sul mercato cinese nei prossimi anni, creando così un nuovo modello di sistema Paese. Quello cinese è infatti riconosciuto dagli operatori del legno-arredo come un mercato dalle grandi potenzialità.
L'accordo di cooperazione e partnership prevede la costituzione di una Joint Venture a Shanghai, una società di diritto cinese che opererà su diversi fronti. Oltre all'organizzazione di una manifestazione fieristica a Shanghai nel 2016, è previsto lo sviluppo di attività di marketing e servizi alle imprese attraverso l'organizzazione di eventi di promozione B2B, B2C e B2S. Queste attività verranno realizzate anche attraverso la creazione dell'esclusivo "Club Made in Italy" con servizi mirati alle aziende associate a FederlegnoArredo, oltre che a un sito Internet in cinese dedicato alla Joint Venture e alle imprese che fanno parte del Club stesso.

Porte aperte in CP Parquet

Il parchettificio di Crespano del Grappa organizza per il 13 giugno prossimo, in collaborazione con AIPPL, una giornata di approfondimento e di incontro presso la propria sede, in via Rosset. I posatori - associati e non - che raccoglieranno l'invito, oltre ad avere la possibilità di visitare gli stabilimenti produttivi dell'azienda, potranno approfondire una serie di tematiche di grande attualità e utilità per lo svolgimento della professione. Oltre a un aggiornamento tecnico normativo, si parlerà di massetti riscaldanti/raffrescanti e di impianti radianti di nuova generazione.
Per informazioni:
info@iloveparquet.com

Federlegno per il restauro del ponte di Bassano

FederlegnoArredo, Regione Veneto e amministrazione comunale di Bassano del Grappa si sono incontrati a fine aprile per discutere di una possibile sinergia indirizzata a studiare un progetto di restauro e preservazione del Ponte degli Alpini della città veneta. «All'interno della federazione abbiamo le competenze per coadiuvare l'amministrazione nella ricerca delle soluzioni più idonee per il restauro del ponte - ha spiegato Emanuele Orsini, presidente Assolegno -. Se riusciremo a trovare un accordo si potrebbe ipotizzare di partire nei prossimi mesi con un gruppo di lavoro misto. Un'occasione per fare il punto potrebbe essere il Convegno nazionale del legno in programma a settembre e che potrebbe svolgersi proprio a Bassano».

Mutui casa: +9,3% di richieste

Questi i dati pubblicati nel "Rapporto sulla stabilità finanziaria" di Banca d'Italia, che registra segnali di ripresa dei prestiti per l'acquisto di abitazioni. Nel primo trimestre del 2014 le erogazioni di mutui sono aumentate del 9,3% rispetto al periodo corrispondente del 2013. Le indagini presso gli intermediari indicano che il miglioramento riflette sia un allentamento delle condizioni di offerta sia una ripresa della domanda.

STUDIO TECNICO RETTONDINI P.I. PAOLO

Consulente tecnico per il settore legno, pavimenti e scale prefabbricate in legno
Consulente tecnico di parte in procedure giudiziali e extragiudiziali
Esperto in problematiche relative alle pavimentazioni di legno:

- Qualità dei materiali (legno, massetti, adesivi e finiture)
- Metodologie di posa in opera
- Normative, certificazioni per marcatura CE
- Valutazioni economiche e stime di danni

Tel. e Fax: +39 0474565425 - Cell.: +39 334 6844931
E-Mail: rettondini@tin.it - paolo@rettondini.com
E-Mail certificata: paolo.rettondini@pec.eppi.it **www.rettondini.com**

Collegio dei Periti Industriali della provincia di Bolzano al n° 3145 - Iscritto al ruolo dei Periti e degli Esperti della C.C.I.A.A. (BZ) al n. 310 cat. V° sub. 4 (pavimento in legno) - Consulente Perito Estimatore (C.T.U.) al n. 61 Tribunale di Bolzano - Collegio Toscano Perito Esperto Consulente al n. 696 di categoria e specialità Legno - Arredamento - Pavimenti in legno - Registro dei Consulenti Tecnici del Legno - Federlegno - Arredo al n° 1 (settori merceologici: pavimenti in legno - scale prefabbricate in legno) - Iscritto ad AIPPL - Associazione Italiana Posatori Pavimenti di Legno.

L'appartamento più piccolo del mondo?

È a Roma e misura 7 metri quadri (soppalcati). Si tratta di un monolocale a un passo da piazza del Pantheon, ristrutturato con materiali di pregio, con mattoni a vista e soffitto in legno. Il tavolo da pranzo all'occorrenza scompare, il divano diventa letto, la TV ha l'impianto hi-fi incorporato. Il proprietario (Marco Pierazzi, architetto che si occupa di restauro e di archeologia) l'ha scovata quando era in vendita, completamente abbandonata e senza che nessuno potesse immaginare, considerate le minuscole dimensioni, di poterla utilizzare come abitazione.
Fonte: corriere.it

Listoni tre strati di legno massiccio

110% prodotto italiano™

CADORIN GROUP S.r.l.
Tel. +39 0423 920 209 • +39 0423 544 019
commerciale@cadoringroup.it • 31054 POSSAGNO (TV) Italy

www.cadoringroup.it
www.cadorinantico.it

Export Director: *Antonio Ridoni*
e-mail: *aridoni@tavar.it* - cell: *347/3981504*

TAVAR
Parquet dal 1950
www.tavar.it

For over 60 years,
a great passion for wood

la foto del mese

Il trottolaio, un po' come il fabbro o cestaio, è uno di quei mestieri di una volta, di cui non si sente parlare spesso. Con il tornio, le sgorbie e con un pezzo di legno gli artigiani italiani riescono a creare oggetti affascinanti, magici, che ci riportano bambini.

Appuntamenti

23 - 25 maggio 2014
Santiago (Cile)
Expo Vivienda
Fiera cilena per il settore edile e immobiliare.
www.feriaexpovivienda.cl

14 - 22 settembre 2014
Bari
Edil Levante Abitare
Materiali, attrezzature e impianti per l'edilizia abitativa.
www.fieradellevante.it

22 - 26 settembre 2014
Bologna
Cersaie
Salone internazionale della ceramica, dell'edilizia e dell'arredobagno, che da quest'anno ha aperto ai pavimenti di legno.
www.cersaie.com

22 - 25 ottobre 2014
Bologna
Saie
Salone internazionale dell'industrializzazione edilizia.
www.saie.bolognafiere.it

Ottobre 2014
Trento
Triennale Internazionale del Legno 2014
Gli artigiani trentini del legno: dalle costruzioni all'arredamento, un grande appuntamento con mostre, convegni, seminari, esposizioni.
www.triennaledellegno.it

27 - 30 novembre 2014
Torino
Restructura
Salone della costruzione e ristrutturazione edilizia.
www.restructura.com

21 - 25 gennaio 2015
Basilea
Swissbau
Fiera leader del settore dell'edilizia e dell'amministrazione immobiliare in Svizzera.
www.swissbau.ch

GAZZOTTI
il parquet italiano dal 1910

IL PARQUET, NATURALMENTE

Life

Life è la nuova linea di parquet Gazzotti in **quercia francese** dalle grandissime dimensioni. Nodi, anche grandi, fenditure, soffuse irregolarità, morbida piallatura realizzata a mano e biselatura sui 4 lati ammaccata manualmente: Life permette di **vivere a pieno la naturalezza del legno**. Sono storie di alberi: il legno esprime con forza la propria specificità, il proprio carattere, la propria identità.

Gazzotti SpA - Trebbo di Reno - Bologna - Tel. 051 6329611 - Email: info@gazzotti.it - Web: gazzotti.it

ITLAS
PAVIMENTI IN LEGNO

LA NATURA PREFERISCE
CP PARQUET
CP PARQUET
SINCE 1982

isolmant
il materassino acustico sottoparquet
www.isolmantparquet.it
Scopri la nuova linea Applicazioni Speciali della gamma Isolmant parquet!
il materassino acustico sottoparquet

VOLTA S.p.A.
La qualità ha un nome...
GANN la perfezione nella misurazione dell'umidità

GEOM S.R.L.
Intermediazione commerciale
Business brokerage
partner di
fairunderlay

www.mapei.com
MAPEI®

IMPERTEK
beFAST beS-Mart
NEW!
semplice, leggero, veloce... in un click!
MEGAMART è il nuovo supporto per pavimenti esterni che, grazie all'ampia escursione di regolazione, si adatta a qualsiasi tipo di pavimentazione anche già esistente.
Velocità di posa. L'innovativo sistema MEGAMART consente tempi ridottissimi di posa in opera per risultati sempre all'altezza.
Ispezione senza demolizione. La pavimentazione è posta in opera in appoggio sul supporto.
Perfetto livellamento finale grazie alla ghiera di regolazione millimetrica e al correttore di pendenza EasyFlat che permettono spostamenti millimetrici in altezza.
Italian Quality Italian Technology Italian Production
IMPERTEK Srl Via Po 507 30022 Ceggia | Venezia | Italia
Tel. +39 0421 322 525 – Fax +39 0421 322 756
info@impertek.com | www.impertek.com

CARVER

BOEN

Quando un prodotto per parquet è Chimiver, tutti gli altri si assomigliano.
Chimiver®
"Il mondo del parquet"
H2O LINE | OUTDOOR line | CARE line | VELOREX | UV | sport line | industry line | RE line

100% Legno massello
ALIPARQUETS
TRADIZIONALI E PREFINITI IN LEGNO MASSELLO

wakol®
Anspruch verbindet
Loba.
On Top!

industrie pavimenti in legno
GARBELOTTO
www.garbelotto.it
l'eccellenza del Made in Italy certificato

industrie pavimenti in legno
Master FLOOR
www.garbelotto.it
l'eccellenza del Made in Italy certificato

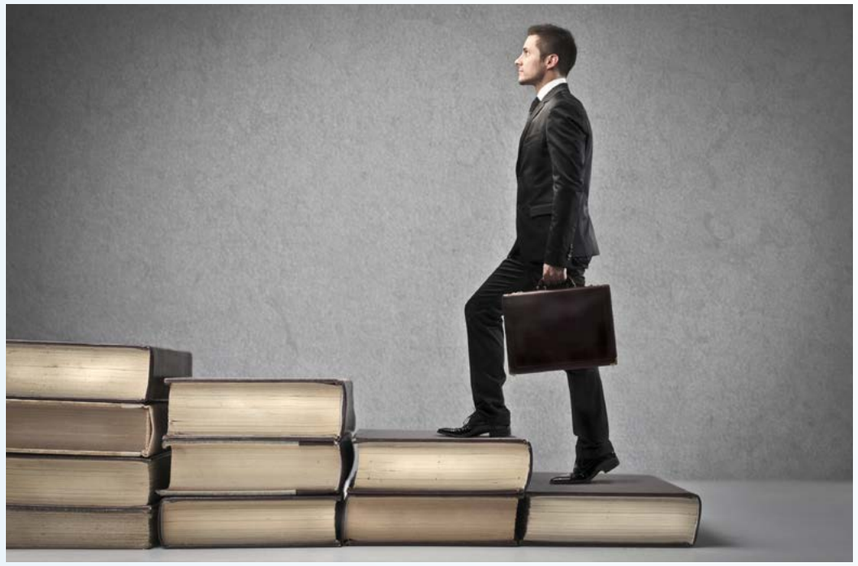
KNOPP
GmbH CHEMISCHE PRODUKTE
CALDIC

NEW CHEMICAL PREVENTION.
LA FORZA DELLE COSE VERE.
NewChemical
PREVENTION

A lezione di impresa con AIPPL, a Padova

I temi gestionali e fiscali al centro dell'attività di formazione, a corollario dell'Assemblea associativa

TESTO
DONATA MARAZZINI



Nell'ambito della giornata di aggiornamento organizzata il 4 aprile scorso da AIPPL in collaborazione con **I Love Parquet** è emersa chiara l'esigenza di approfondire nell'ottica del posatore gli strumenti legati al 'fare impresa'. La proposta formativa ha già evidenziato, con gli interventi programmati, che il posatore va concepito come soggetto di impresa, con obblighi precisi connessi alla gestione di un'azienda, per micro che sia.
Daniele Corno, dello Studio Corno Fraschini & Partners, si è confrontato vivacemente sulle problematiche connesse alla fiscalità diretta e indiretta nelle forniture in ambito edilizio. Un tema sul quale le disposizioni di legge lasciano scoperti ambiti interpretativi che possono ricadere in modo negativo sul posatore non preparato.
Sulla tassazione indiretta la prima, reale complicazione è data dalla oggettiva mancanza di chiarezza sulle aliquote: sono diverse, ad esempio, quelle richieste alle aziende e quelle imposte al pubblico, più elevate.
"*Pur nel mosaico delle aliquote diversificate non dobbiamo dimenticare che l'IVA ha una matrice europea e che il legislatore prevede possibilità di applicare tassi agevolati, ma a condizioni ben precise* - ha chiarito Corno. *Un punto è chiaro e riguarda le due macro classi rispetto alle quali occorre distinguere: nuove costruzioni da un lato e interventi di recupero su edifici esistenti nell'altro.*"
Altrettanto importante è verificare che l'intervento riguardi una prima casa, così da poter applicare l'aliquota più bassa, al 4% per cento.
Allacciandosi a queste criticità l'avvocato **Filippo Cafiero** ha sottolineato l'importanza di tutelare contrattualmente se stessi e i committenti, il che presuppone una conoscenza dettagliata dei diritti-doveri di ciascuno. Ha anche ripercorso le competenze dei soggetti che intervengono nella filiera del legno, introducendo un concetto nuovo legato alla responsabilità del consumatore che non verifichi la professionalità del soggetto a cui commissiona un lavoro.
Un tema non da poco, che nella massima trasparenza può andare in direzione di una reale qualificazione dell'attività di posa (vedi approfondimento a pagina 26 di questo numero).
Nella sessione pomeridiana si è passati dagli aspetti fiscali a quelli economici e finanziari con **Marco Venturini**, consulente di impresa, focalizzato sui fondamenti della gestione aziendale.
"*Un'azienda, ancorché piccola, deve essere gestita al meglio* - ha esordito. *Dagli aspetti economici a quelli finanziari, dagli adempimenti fiscali a quelli normativi. Per crescere e competere con successo occorre avere ben chiari quali sono gli strumenti utili. Non solo: bisogna utilizzarli verificandone con assiduità e costanza l'efficacia. Solo un esame attento del nostro andamento aziendale, spesso mensile, può metterci nelle condizioni di intervenire se e come serve. Non è certo un caso se, all'interno di un'Assemblea di posatori, viene proposto un serioso intervento su come essere buoni imprenditori oggi*".
Dunque non è sufficiente saper proporre un buon prodotto, capire le esigenze del cliente, installarlo bene perché l'azienda abbia dei risultati positivi. Ci vuole una buona capacità di produrre reddito, liquidità necessaria per sostenere l'attività e capitali adatti a supportare anche un business di dimensione economica, finanziaria e patrimoniale. Le competenze economiche e finanziarie sono indispensabili per una sana gestione aziendale. Meglio: solo una visione allargata dei concetti legati alla finanza può aiutare a prendere le decisioni giuste nel gestire la propria impresa.
Questa competenza essenziale va oggi messa sul tavolo delle conoscenze in tutta la sua priorità perché i posatori, in questo momento di contrazione del mercato, stanno veramente imparando che molte voci del loro fatturato possono essere riviste e corrette, incidendo sensibilmente sull'andamento globale dell'attività.
L'intervento di Venturini ha suscitato grande attenzione e numerose richieste di approfondimento da parte dei posatori, concludendosi a pomeriggio inoltrato.
Soddisfazione nello staff di AIPPL, che si è impegnato a programmare i prossimi appuntamenti tenendo conto, al di là delle imprescindibili competenze tecniche, degli strumenti utili ad allargare la capacità del posatore di fare impresa oggi.
Nella parte privata il presidente **Dalvano Salvador** ha illustrato il progetto legato alla 'Scuola di Posa' promossa da AIPPL presso il Polo Formativo per il Legno Arredo di Federlegno di Camnago, in Brianza. Una iniziativa cui l'Associazione lavora da tempo, avendo come obiettivo la qualificazione dell'attività di posa nel rispetto e in aderenza alla norma UNI sulla qualificazione del posatore, di prossima approvazione.

Guarda il video del Convegno di Padova

Le imprese del legno-arredo esultano per l'approvazione del MADE IN

«È un risultato importante e ringrazio gli eurodeputati italiani per la prova di compattezza. L'obbligo di indicare l'origine delle merci provenienti da Paesi terzi è fondamentale per la valorizzazione dell'alta qualità della produzione manifatturiera italiana, rappresenta un'arma in più per le imprese nella lotta alla contraffazione e nella trasparenza sul mercato, assicura piena reciprocità con partner commerciali quali Stati Uniti e Cina, tutela i consumatori sul tema della salute e della sicurezza». Così il presidente di FederlegnoArredo, Roberto Snaidero, ha commentato l'approvazione da parte del Parlamento europeo del Regolamento sulla Sicurezza dei Prodotti di consumo. Nel testo – lo ricordiamo – è stata inserita l'indicazione obbligatoria sull'origine dei prodotti non alimentari ("Made In"). La plenaria ha approvato il testo della proposta di direttiva in prima lettura con 485 sì, 130 no e 27 astenuti. Ora la parola torna al Consiglio durante il semestre di presidenza italiana e si apre la fase più delicata della trattativa. È necessario superare il blocco della Germania e dei Paesi del Nord Europa. La Polonia è neutrale e potrebbe fare la differenza. «La nostra federazione si è impegnata sin dalle prime battute del dibattito affinché si arrivasse alla creazione di uno strumento legislativo in grado di tutelare finalmente le aziende italiane – conclude Snaidero -. Ora auspichiamo un accordo politico anche in Consiglio, certi della determinazione che il governo italiano metterà in campo su questo dossier così cruciale per il Sistema Italia».

POSANDO **PARQUET** (DA MANUALE)

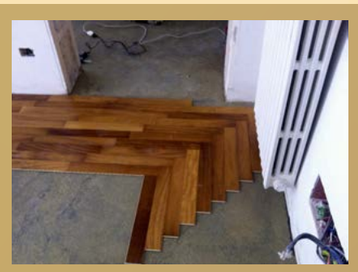
Per posare un pavimento in legno ad arte serve professionalità. Ci sono regole da seguire e tempi da rispettare. È il caso di questa realizzazione eseguita a Bari in un prestigioso appartamento all'interno di un palazzo storico del centro

TESTO
DONATA MARAZZINI

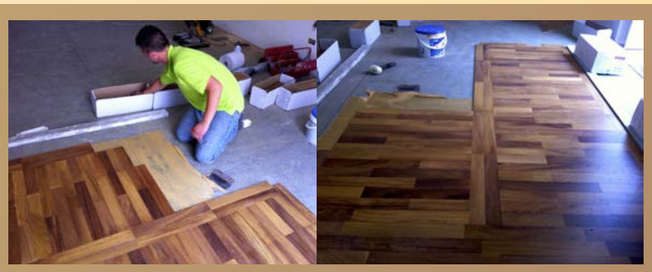
È il 1988 quando Michele, in cerca di lavoro conclusa la scuola dell'obbligo, viene a sapere che un artigiano locale cerca un aiutante per posare il Parquet, "parola allora sconosciuta a Bari e dintorni".
È la curiosità a spingere il giovane a proporsi e... È amore a primo listello. "È nata subito in me la passione per questo meraviglioso lavoro - commenta Michele. E dopo circa cinque anni di apprendistato ho pensato che fosse il momento di intraprendere una strada tutta mia. Oggi siamo una piccola realtà: il plurale non è un caso, perché ho tre collaboratori, giovanissimi, formati da me personalmente, a cui ho voluto trasmettere tutto il mio saper fare senza reticenze e in un clima di rispetto e fiducia. Ci sentiamo davvero una squadra e i clienti lo apprezzano".
"Se oggi Posando Parquet (questo il nome dell'azienda di Michele Murgolo, nda) è in crescita, sia dal punto di vista qualitativo che professionale, è anche merito di AIPPL, che in questi anni mi ha dato la possibilità di frequentare corsi formativi di alto livello con docenti meravigliosi. Altrettanto importante considero l'incontro con colleghi eccezionali dal punto di vista professionale e personale, che condividono la mia stessa passione".
Michele Murgolo è oggi presidente del Collegio Revisori dei Conti di AIPPL.

LA POSA, FASE PER FASE
Il parquet utilizzato per la posa che illustriamo in queste pagine, per una superficie di 120 mq, è un prefinito due strati di **Iroko**.
"La caratteristica di questo materiale è che viene fornito con elementi lignei che presentano una maschiatura rivolta per metà a destra e per metà a sinistra. Questo particolare è importante per poter cambiare la geometria di posa nell'ambito di uno stesso ambiente".
La direzione lavori è stata affidata all'architetto **Alfredo De Lucia**, che ha fornito i disegni particolareggiati, seguendo in modo costante l'intera attività di posa.
I 'punti fissi' del progetto erano due: gli angoli di incontro delle fasce perimetrali (che dovevano essere formati da elementi interi) e la posa a cassero regolare. Le criticità? Le squadrature millimetriche e la necessità di nascondere il più possibile i pezzi piccoli nei punti di incontro delle fasce perimetrali che partono dagli angoli.
Prima di iniziare l'incollaggio, per avere la certezza che i vari pezzi del 'puzzle' combaciassero perfettamente, sono state eseguite diverse prove di posizionamento.
Verificato e preparato accuratamente il sottofondo, la posa è iniziata con la squadratura della fascia perimetrale, prevedendo i punti di incontro all'incirca a metà di ogni parete.
Quindi è stata la volta dell'inserimento dei pezzi già predisposti su misura, avendo cura di non concentrarli nella stessa zona. Una volta studiata la suddivisione dei settori nella lunghezza della stanza, sono state calcolate le fasce perpendicolari al cui interno andava posato il parquet a cassero regolare.
La posa delle fasce perpendicolari e la parte riempitiva è avvenuta in modo sequenziale, così da incastrare regolarmente tutte le maschiature.
Nel punto di transizione dei vari ambienti sono state realizzate 'zone di compensazione' che seguono la larghezza 'importante' dei muri tramezzo. L'obiettivo, raggiunto, era non creare elementi di discontinuità.
Il risultato finale rispecchia in modo equilibrato la giusta alternanza di chiari e scuri.

Una volta preparato il sottofondo, la posa inizia con la squadratura della fascia perimetrale, quindi con l'incollaggio delle doghe di Iroko, già predisposte su misura.



La posa delle fasce perpendicolari e della 'parte riempitiva' avviene in modo sequenziale, così da incastrare regolarmente tutte le maschiature.



Il risultato finale è degno di nota e rispecchia in modo equilibrato la giusta alternanza di chiari e scuri.

Parlare di legno. A tutti e in modo diretto: nel linguaggio come nei contenuti. È ciò che si propone questa nuova rubrica che, attingendo alle competenze dei professionisti da tempo impegnati al fianco di AIPPL, offre 'pillole di conoscenza' a chiunque voglia approfondire le proprie competenze. Uno spazio aperto sul mondo del legno dal quale, di volta in volta, risponderà un esperto del settore. Le prime 'pillole' sono di Gaetano Castro e riguardano il peso del legno e la sua relazione con l'acqua, spesso alla base di molte contestazioni.
Si tratta di argomenti legati alla tecnologia del legno utili da riprendere anche per chi, occupandosi quotidianamente di problemi legati all'uso del legno, ne conosce bene le problematiche.
Il reperimento e lo studio di testi scientifici mirati, ad esempio la nota serie di volumi del prof. Guglielmo Giordano, non sempre è facile e, comunque, qualche nozione in più aiuta.
Donata Marazzini

Il peso del legno e il suo rapporto con l'umidità: due temi alla base di molte contestazioni

TESTO
GAETANO CASTRO

QUANTO PESA IL LEGNO?

Per indicare quanto pesa il legno si ricorre solitamente alla massa volumica. Si tratta di un rapporto tra una massa (peso) e un volume ed esprime appunto il peso di un determinato volume di legno.
Sappiamo bene che il volume (ma anche il peso) di un pezzo di legno cambia in relazione al contenuto di acqua: per questo è fondamentale sapere a quale umidità del campione si riferisce il valore di massa volumica.
Senza addentrarci troppo nelle possibili condizioni di umidità (di cui parleremo in un'altra occasione), ci limitiamo a dire che la percentuale di riferimento solitamente usata è quella del 12% (riferita al peso anidro), cioè la più vicina a quella alla quale il legno si stabilizza in condizioni atmosferiche 'normali', cioè nelle condizioni medie che si riscontrano nelle case situate in zone temperate della Terra: all'incirca una temperatura di 20°C e un'umidità relativa dell'aria del 65%.
In realtà, nelle nostre case ci sono spesso temperature leggermente più alte e, soprattutto in inverno, umidità relative dell'aria decisamente inferiori, che portano il legno a equilibrarsi su valori di umidità attorno al 9-10%.
Lasciando da parte l'acqua e prendendo in esame solo la componente 'legno', è interessante sapere che la sua massa volumica è più o meno sempre la stessa: 1,53 g/cm^3, indipendentemente dalla specie legnosa.
Questo dato indica la massa volumica delle pareti cellulari: il fatto che, a parità di umidità, ci siano legni con massa volumica molto diversa dipende quasi esclusivamente da "quanta parete cellulare c'è", ovvero dal rapporto tra 'pieni' e 'vuoti', che indichiamo come 'porosità'.
Il legno può infatti spaziare dal valore minimo di massa volumica della balsa (circa 0,16 g/cm^3) fino ai valori addirittura superiori a 1 g/cm^3 di alcuni legni tropicali, come ad esempio il Guaiaco (legni che, anche essiccati, affondano).
Nella **tabella 1** riportiamo, a titolo esemplificativo, i valori della massa volumica al 12% di umidità di alcuni legni di comune impiego.

IL LEGNO E L'ACQUA

Approfondiamo il tema dei rapporti tra legno e acqua in generale, ovvero uno degli aspetti più spesso responsabili, direttamente o indirettamente, di problemi e contestazioni. Il legno è infatti caratterizzato da notevole igroscopicità: in pratica il suo contenuto di acqua tende ad equilibrarsi con quello dell'ambiente che lo circonda.
È importante sottolineare che questa "affinità" del legno nei confronti dell'acqua è permanente: l'idea che un legno stagionato e in opera magari da molti anni "non si muova più" è quindi scorretta: al cambiare delle condizioni ambientali il legno cercherà comunque di ritrovare un equilibrio, assorbendo o cedendo acqua a seconda dei casi.
L'acqua può essere presente nel legno in "modi" diversi, che hanno ricadute pratiche diverse: c'è una parte di acqua che entra nella composizione chimica del legno stesso (acqua di costituzione), e che si libera in pratica solo quando il legno brucia o è portato a temperature molto elevate, un'altra parte che si lega alle pareti cellulari (la cosiddetta acqua di saturazione), un'altra ancora che riempie liberamente il lume dei vasi (acqua libera) e infine quella in forma di vapore acqueo, sempre nei lumi cellulari. Di queste frazioni, quella che ci interessa di più è soprattutto quella legata alle pareti.
Prima di procedere, dobbiamo però sottolineare che l'umidità del legno viene convenzionalmente calcolata come percentuale di acqua riferita al legno anidro: se un pezzo di legno che ha un'umidità del 12% pesa 112 g, ciò significa che "contiene" 12 g di acqua e 100 g di legno.
Quando si taglia una pianta, il suo legno contiene normalmente percentuali elevatissime di umidità (anche superiori al 100%: in peso, c'è più acqua che legno); quest'acqua, che in buona parte riempie i vasi, lentamente fuoriesce, senza causare alcuna variazione dimensionale nel legno. Quando tutta questa acqua libera è uscita, il legno si trova in quello che viene chiamato "punto di saturazione delle fibre", proprio perché le pareti delle cellule sono completamente idratate (ovvero "sature" di acqua) ma non c'è acqua allo stato libero. Questo valore di umidità, pari circa al 30%, è cruciale: se l'umidità continua ad uscire, le cellule cominciano a disidratarsi, riducendosi dimensionalmente e causando fenomeni di ritiro.
Se l'umidità dell'ambiente continua a diminuire questo movimento del legno andrà avanti finché non sarà uscita tutta l'acqua di saturazione (e il legno avrà raggiunto un'umidità dello 0%). Se invece l'umidità ambientale dovesse risalire, il legno inizierebbe ad assorbire acqua, rigonfiandosi (fino al punto di saturazione).
Insomma, in quest'intervallo fra il 30% e lo zero, ogni variazione di umidità si ripercuote sia sulla quantità di acqua presente nel legno che sulle dimensioni del pezzo di legno.
Di tutte le possibili percentuali di umidità del legno, per vari motivi, alcune sono state convenzionalmente scelte come riferimento. Fra queste:

- **Umidità allo stato fresco**: quella presente nel legno al momento dell'abbattimento (U > 30%)
- **Umidità allo stato anidro**, ovvero dopo essiccazione in stufa a 103°C (U= 0%)
- **Umidità "normale"** (U = 12%), anche se in realtà, nelle nostre case ci sono spesso temperature leggermente più alte e, soprattutto in inverno, umidità relative dell'aria decisamente inferiori.
  In queste condizioni tipicamente il legno raggiunge il suo equilibrio attorno al 9-10% di umidità.
- **Umidità "Shipping dry"** (U=18%): si ottiene con una stagionatura minimale, sufficiente a far raggiungere al legno un'umidità inferiore al 20%, allo scopo di scongiurare la possibilità di attacchi fungini (che appunto al di sotto di questa soglia generalmente non si sviluppano) nel corso dei lunghi viaggi per il trasporto via mare di legname dai Paesi tropicali.

Poiché come abbiamo visto l'umidità influenza, tra l'altro, le dimensioni degli elementi di legno, è cruciale, ad esempio in caso di contestazioni sulle loro dimensioni, sapere a quale umidità occorra fare riferimento: salvo casi particolari – nei quali le norme stesse specificano come comportarsi - di regola per tutte le determinazioni fisiche e meccaniche viene prescritto il condizionamento dei provini alle condizioni normali (U = 12%) per l'effettuazione delle prove.

TABELLA 1

Specie	Massa volumica (U=12%)
	g/cm^3
Acero montano	0,660
Bosso	1,000
Castagno	0,580
Ciliegio	0,620
Faggio	0,730
Farnia/Rovere	0,820
Frassino maggiore	0,720
Noce	0,720
Olmo	0,620
Pero	0,680
Pioppo di coltivazione	0,340
Robinia	0,750
Abete bianco	0,440
Abete rosso	0,450
Cipresso	0,610
Larice	0,650
Pino cembro	0,450
Pino silvestre	0,550

* I valori sono tratti dal libro "Tecnologia del Legno", del prof. Guglielmo Giordano

L'AUTORE

Gaetano Castro si occupa di tecnologia e qualità del legno, con particolare riguardo al mondo dei pannelli derivati. Da più di venti anni è membro attivo delle commissioni normative tecniche sia nazionali (UNI) che internazionali (CEN e ISO) nell'ambito dei Gruppi di Lavoro 'Pannelli a base di Legno' e 'Legno per uso non strutturale'. È membro di vari organi tecnici che fanno capo a FederlegnoArredo.

gaetano.castro@entecra.it
www.populus.it

PLF- Research Unit for Intensive Wood Production

Gaetano Castro è ricercatore presso l'Unità di Ricerca per le produzioni legnose fuori foresta (PLF- Research Unit for Intensive Wood Production) del Consiglio per la Ricerca e la sperimentazione in Agricoltura (CRA).
L'Istituto effettua ricerca e sperimentazione sulle produzioni legnose fuori foresta per le diverse utilizzazioni industriali (legno e prodotti derivati, carta, biopolimeri ed energia), con particolare riguardo alle specie a rapido accrescimento (pioppo, salice, robinia, eucalipto), alle latifoglie nobili (noce, ciliegio), alle conifere mediterranee e ad altre specie utilizzate in arboricoltura da legno (olmo, gelso, acacia). Si occupa inoltre del risanamento e la rinaturalizzazione di aree degradate e/o inquinate da emissioni industriali (fitodepurazione e fitorisanamento).

Le attività di ricerca riguardano:

- Miglioramento genetico e biodiversità
- Biotecnologie
- Biologia ed entomologia applicata
- Patologia vegetale e fitoiatria
- Arboricoltura da legno e biomassa
- Ecologia forestale ed agraria
- Tecnologia e qualità del legno

ANCORA SU
QUALIFICAZIONE E CERTIFICAZIONE:

FACCIAMO UN PO' DI CHIAREZZA
(L'EUROPA CE LO IMPONE)

La parola all'avvocato su un tema che non ammette ignoranza. A partire dai termini

TESTO
FILIPPO
CAFIERO
Avvocato

Negli ultimi tempi stiamo assistendo a un incalzare di richiami e riferimenti intorno ai temi delle "certificazioni" e delle "qualificazioni". Sono molti, ormai, coloro che si preoccupano di mettere bene in mostra che quanto propongono sia o certificato o qualificato.
Ovviamente nell'intento e nell'aspettativa di colpire nel segno, richiamando più immediatamente l'attenzione e cercando, soprattutto, di sottolineare così un motivo in più di differenza rispetto alle proposte altrui.
Non sempre però si tratta di richiami appropriati o di riferimenti corretti. Talvolta, infatti, i due termini sono usati a sproposito e, talaltra, ben al di là del loro corretto contenuto terminologico. Talvolta, poi, vengono attribuiti all'uno o all'altro significati o concetti che non si addicono o che sono addirittura errati nei presupposti. Però, pur di fregiare di "certificazione" o di "qualificazione" ciò che si propone ci si lancia in proclami senza adeguata riflessione.
Anche per questo, al solo fine di fare maggior chiarezza, sgombrando il campo da equivoci e senza voler distinguere tra certificazioni e qualificazioni corrette e certificazioni e qualificazioni (diciamo così) improprie, vale la pena soffermarsi a riflettere, proprio in questo momento di incalzare dei due termini, sul significato e la valenza da attribuire correttamente all'uno e all'altro, anche sotto il profilo giuridico.

CERTIFICAZIONE
Con l'espressione "certificazione" letteralmente si vuole indicare l'attestazione di rispondenza a verità di un dato fatto, di una data circostanza o di una data condizione, ovvero che quel che si dichiara è vero perché attestato formalmente, con responsabilità diretta e propria di chi attesta e attraverso un processo di verificazione compiuto da un soggetto a tanto abilitato, oltre che necessariamente terzo e imparziale rispetto a chi può trarre interesse da quella attestazione.
Conseguentemente, non è che la certificazione conduca ad attribuire a ciò che si propone (prodotto, servizio, persona, condizione) qualità o caratteristiche nuove o mancanti.
Semplicemente formalizza che quella dichiarazione (di certificazione) è stata verificata e valutata in quei particolari termini. A questo punto nessuna certificazione è più autorevole e determinante di un'altra, non potendo distinguersi tra certificazione e certificazione, se non considerando che possono esserci certificazioni richieste dalla legge e certificazioni non richieste dalla legge. Nell'uno e nell'altro caso, infatti, il valore, la portata e gli effetti della certificazione non cambiano perché, per poter parlare correttamente e propriamente di certificazione, devono esserci in entrambi i casi l'osservanza, la verifica e la valutazione della certezza della procedura o del sistema di certificazione.
Se la certificazione è prevista dalla legge
Lo stesso deve dirsi, poi, per il caso di certificazioni previste dalla legge come condizione per un riconoscimento di legittimità o di liceità.
In questo caso non è la certificazione che fa la differenza, ma la legge che pone quella certificazione come condizione.
È vero che oggi sono molto diffuse le certificazioni fondate sulla conformità a requisiti specificati da norme tecniche, ma non sono da meno neppure le certificazioni fondate su standard adottati spontaneamente da operatori economici, magari al fine di conseguire un vantaggio in termini concorrenziali. Laddove si tratti, invece, di certificazioni imposte da disposizioni di legge, in genere si gravita intorno alla tutela di interessi pubblici o alla tutela di interessi superiori, come quelli di provenienza europea.
Ciò fa sì che un certo criterio di distinzione si debba comunque e pur sempre evidenziarlo. Peraltro, poiché è ben noto che l'attività di certificazione può riguardare tanto un prodotto o un servizio quanto l'attività di gestione aziendale, il proliferarsi delle certificazioni rende oggi più che mai opportuna una distinzione in funzione dell'oggetto della certificazione, ovvero proprio dell'oggetto di verifica, di controllo e di valutazione che si vuole attestare.
Conseguentemente, ferma restando l'evidente distinzione delle certificazioni imposte dalla legge, prima di argomentare intorno a questa o a quella certificazione bisogna considerare che cosa essa abbia per oggetto.
Solo in questo modo, infatti, cambiando il parametro di riferimento, potrà diversamente e più correttamente disporsi l'approccio verso quella certificazione da parte dell'interessato, e per motivazioni oggettive e per interessi personali.
Si pensi, ad esempio, che anche l'ormai acquisita (al linguaggio comune) certificazione di qualità, a rigore, potrebbe lasciare insoddisfatte molte aspettative solo considerando che il termine "qualità" non ha per nulla il significato proprio del Codice Civile, concretizzandosi piuttosto anch'essa in una conformità ad un modello tecnico adottato da chi ne è promotore.
Come dire quasi che, se non si scende nei particolari di ciò che è oggetto di quella certificazione di qualità, ci sarebbe da distinguere tra "qualità" e "qualità" e da precisare che, a parlar di qualità in un senso, non è detto che si vada a coprire anche la qualità in un senso diverso.
Insomma, anche la qualità attestata da una certificazione vale nei limiti dei parametri e degli standard assunti per quella qualità all'interno di quella procedura di certificazione e non per una "diversa" qualità oggettivamente e indistintamente riconducibile alle aspettative di chiunque abbia ad avvicinarsi ad essa, per motivazioni oggettive o per interessi personali.

L'IMPORTANZA DI UNA COMUNICAZIONE TRASPARENTE
Se dunque la certificazione spesso viene giocata in termini di immagine e di

ATTENZIONE

Con l'espressione "certificazione" letteralmente si vuole indicare l'attestazione di rispondenza a verità di un dato fatto, di una circostanza o di una condizione, ovvero che quel che si dichiara è vero perché attestato formalmente, con responsabilità diretta e propria di chi attesta e attraverso un processo di verificazione compiuto da un soggetto a tanto abilitato, oltre che necessariamente terzo e imparziale rispetto a chi può trarre interesse da quella attestazione ... Nessuna certificazione è più autorevole di un'altra, non potendo distinguersi tra certificazione e certificazione, se non considerando che possono esserci certificazioni richieste dalla legge e certificazioni non richieste dalla legge.

LA CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ

L'ormai acquisita (al linguaggio comune) certificazione di qualità, a rigore, potrebbe lasciare insoddisfatte molte aspettative solo considerando che il termine "qualità" non ha per nulla il significato proprio del Codice Civile, concretizzandosi piuttosto anch'essa in una conformità ad un modello tecnico adottato da chi ne è promotore.
Insomma, anche la qualità attestata da una certificazione vale nei limiti dei parametri e degli standard assunti per quella qualità all'interno di quella procedura di certificazione e non per una "diversa" qualità oggettivamente e indistintamente riconducibile alle aspettative di chiunque abbia ad avvicinarsi ad essa, per motivazioni oggettive o per interessi personali.

ATTENZIONE

La qualificazione consiste nell'attribuzione di una qualifica in base a una determinata competenza, a una determinata capacità, a determinati caratteri, specifici di una professionalità o meno, a tutti questi aspetti insieme.
Più concretamente "qualificare" significa attribuire una determinata qualità, ma qualità intesa come aspetti, caratteri e/o connotazioni particolari di un soggetto o di una cosa, oggetto di apprezzamento da parte di chi ne può essere interessato, non certo come valutazione qualitativa della cosa o della persona.

attrazione, il ragionamento di cui sopra porta a concludere che l'unico concreto e oggettivo criterio per la sua rilevanza nei destinatari o, comunque, in coloro che possono trarne interesse sta nella "trasparenza" della comunicazione della certificazione e non certo nella maggiore o minore forza e incisività dell'espressione della tipologia di certificazione dichiarata.
Il che vuol dire che, anziché preoccuparci dell'essere una certificazione di qualità piuttosto che di altro tipo, dobbiamo preoccuparci di capire:

1) qual è l'oggetto di quella certificazione;
2) con quale trasparenza, chiarezza e correttezza quella procedura di certificazione viene attuata, verificata e valutata dai soggetti a ciò preposti;
3) con quale trasparenza, chiarezza e correttezza oggetto e procedura vengano portati a conoscenza degli interessati;
4) con quale trasparenza, chiarezza e correttezza gli stessi possano prenderne atto per eventuali valutazioni personali;
5) con quale trasparenza, chiarezza e correttezza oggetto e procedura vengano comunicati indistintamente ai terzi.

UN RUOLO DELICATO: IL 'SOGGETTO CERTIFICATORE'

Il tutto prescindendo da ciò che attiene ai "soggetti certificatori", sui quali non è il caso di soffermarsi oltre, gravando inevitabilmente a loro carico categorici principi e precise regole per garantirne terzietà e indipendenza. Di certo, però, anche costoro (e dunque non solo coloro che dichiarano e propongono la certificazione acquisita o conseguita) peccano e verso i terzi e verso il loro stesso ruolo di terzietà e di indipendenza, quando non si preoccupano di pretendere dai loro committenti che quella trasparenza, chiarezza e correttezza sussista in tutte quelle condizioni e in tutti quei contesti prima elencati, e non solo per ciò che attiene la procedura interna di certificazione.
È vero che, ad esempio, nel certificare un prodotto non sempre si certifica il produttore, ma è anche vero che le certificazioni che non siano accompagnate, nel loro manifestarsi ai terzi, a trasparenza, chiarezza e correttezza costituiscono più motivo e occasione di confusione che motivo e occasione di distinzione. E ciò il certificatore non può ignorarlo. Non dimentichiamolo, la sua terzietà e indipendenza è condizione ed elemento peculiare di garanzia dei terzi stessi, oltre che presupposto per la sua stessa attività professionale.

QUALIFICAZIONE

Quanto alla qualificazione, le cose si complicano un poco perché si va a coinvolgere le persone.
La qualificazione, infatti, consiste nell'attribuzione di una qualifica in base a una determinata competenza, a una determinata capacità, a determinati caratteri, specifici di una professionalità o meno, a tutti questi aspetti insieme.
Più concretamente "qualificare" significa attribuire una determinata qualità, ma qualità intesa come aspetti, caratteri e/o connotazioni particolari di un soggetto o di una cosa, oggetto di apprezzamento da parte di chi ne può essere interessato, non certo come valutazione qualitativa della cosa o della persona.
La qualificazione riconduce alle persone più che alle cose, perché comunemente e tradizionalmente la si è attribuita ai ruoli professionali dei lavoratori, in particolare alle posizioni che sono attribuite ai lavoratori in relazione alle loro mansioni e ai loro profili professionali.
Posizioni dalle quali, nel tempo, è dipesa anche la collocazione e l'inquadramento giuridico del lavoratore (ai fini contrattuali) in livelli professionali, a loro volta dipendenti anche dalle qualifiche e dalle qualificazioni, organizzate con criteri di omogeneità professionale.
Se questa può dirsi la storia (molto sintetica) dell'espressione "qualificazione", soprattutto laddove associata a "professionale" ("qualificazione professionale"), va altresì precisato che, a voler ragionare correttamente, con una visione più coerente e adeguata ai tempi di un mercato aperto e dinamico, e dunque evitando percorsi "domestici" o, peggio ancora, "caserecci", la qualificazione professionale oggi finisce con l'assumere una connotazione ancor più particolare, perché da adattarsi e collocarsi all'interno del contesto europeo e delle indicazioni dallo stesso provenienti.
L'ormai consolidata apertura europea del mercato del lavoro, anche professionale, con il dovuto reciproco riconoscimento di titoli e qualifiche, ha imposto e impone sempre più di escludere ogni e qualsiasi ipotesi di qualificazione professionale in proprio o limitata, e per territorio e per riconoscimento di competenze, e ha introdotto, ormai da tempo, acquisendolo anche al sistema della formazione professionale, un regime comune di qualifiche professionali per livelli basati su competenze, conoscenze e abilità, dai quali non si può più prescindere. Ovviamente, a voler parlar seriamente e in maniera tutt'altro che "casereccia" di qualificazioni professionali.
È vero che, come già dietro la certificazione, anche dietro la qualificazione professionale stanno gli interessi e le aspettative del mercato: per i produttori, ad esempio, per poter meglio identificare gli operatori cui rivolgersi o affidare incarichi particolari. Per gli stessi operatori professionali, per potersi proporre adeguatamente e idoneamente, sia ai fini economici sia ai fini operativi concreti. E per lo stesso mercato tutto, per poter distinguere e responsabilizzare chi opera correttamente. Però, poiché la qualificazione professionale consiste concretamente nella valutazione delle competenze professionali di un soggetto che si qualifica come operatore professionale in quel dato contesto, non può certo questa qualificazione ipotizzarsi o collocarsi nei limiti e/o nei termini di un corso di formazione, più o meno lungo, più o meno articolato.
Occorre, infatti, che si abbia modo di poter correttamente e adeguatamente prendere in considerazione competenze, conoscenze e abilità così come previste in sede europea e occorre che i parametri di riferimento di questi caratteri abbiano una base comune, perché altrimenti si ricade nell'autonomo e nel soggettivo, come già sottolineato prima per la certificazione.
E, se in quest'ultima il riferimento lo si è individuato nello standard assunto a modello o nella norma tecnica richiamata da una legge, da un contratto o da chi ne sia interessato, per la qualificazione professionale il riferimento c'è ormai da tempo e da esso non ci si può discostare ed è il cosiddetto EQF, quadro europeo delle qualifiche.

IL COSIDDETTO EQF

Modello, criterio o parametro, che dir si voglia, esso risale al 2008 e deve ritenersi ormai acquisito sia come strumento di riferimento per confrontare i livelli delle qualifiche dei diversi sistemi nazionali, sia per consentire di migliorare trasparenza, comparabilità e trasferibilità delle qualifiche dei cittadini dei diversi Stati Membri. Sempre al fine di evitare la limitazione o, peggio ancora, la stagnazione in contesti (territoriali e non solo) limitati e ristretti che l'UE non riconosce più.
Non a caso proprio da tale quadro europeo sono state tratte le definizioni di cui oggi non si può più fare a meno per correttamente e con proprietà di termini e di riferimenti parlare di qualificazione professionale, indipendentemente dall'ambito dell'attività del soggetto professionale "qualificato". Si pensi, ad esempio, alle definizioni di qualifica, di conoscenze, abilità e competenze e, soprattutto, al principio che vuole le qualifiche all'interno di uno Stato come riconoscimento dell'apprendimento e di altri meccanismi che raccordano l'istruzione e la formazione con il mercato del lavoro e la società civile. Solo così e solo in questi termini si può affrontare il mercato liberamente e a pieno titolo, senza cadere nel "casereccio".
Peraltro, si consideri che questo quadro europeo delle qualifiche si pone all'interno di un contesto legislativo più ampio che ha tratto origine dalla Direttiva 05/36/CE, proprio finalizzata al riconoscimento delle qualifiche professionali e al riconoscimento delle qualifiche comprovate da esperienza professionale per alcune attività, industriali, commerciali e artigianali.

LA LEGGE N. 4/2013

Inoltre, il collocarsi in questo contesto anche della nostra più recente Legge n. 4/2013 **(scarica la legge)**, relativa alle professioni non regolamentate, conferma ancor di più come sia obsoleto pretendere di "qualificare" professioni e soggetti professionali su parametri standardizzati autonomamente, al di fuori di quelli previsti dal contesto europeo.
Ne è segno evidente il fatto che con la stessa legge **UNI** sia stato investito dell'elaborazione della normativa tecnica relativa alla singola attività professionale, con previsione di principi, criteri generali e requisiti minimi di competenze che dovranno disciplinare l'esercizio autoregolamentato della singola attività professionale, assicurando uno standard qualitativo riconosciuto e dunque la qualificazione secondo la stessa legge, in una dimensione europea.

IL RUOLO DEL 'SOGGETTO CERTIFICATORE'

È vero che, ad esempio, nel certificare un prodotto non sempre si certifica il produttore, ma è anche vero che le certificazioni che non siano accompagnate, nel loro manifestarsi ai terzi, a trasparenza, chiarezza e correttezza costituiscono più motivo e occasione di confusione che motivo e occasione di distinzione. E ciò il certificatore non può ignorarlo. Non dimentichiamolo, la sua terzietà e indipendenza è condizione ed elemento peculiare di garanzia dei terzi stessi, oltre che presupposto per la sua stessa attività professionale.

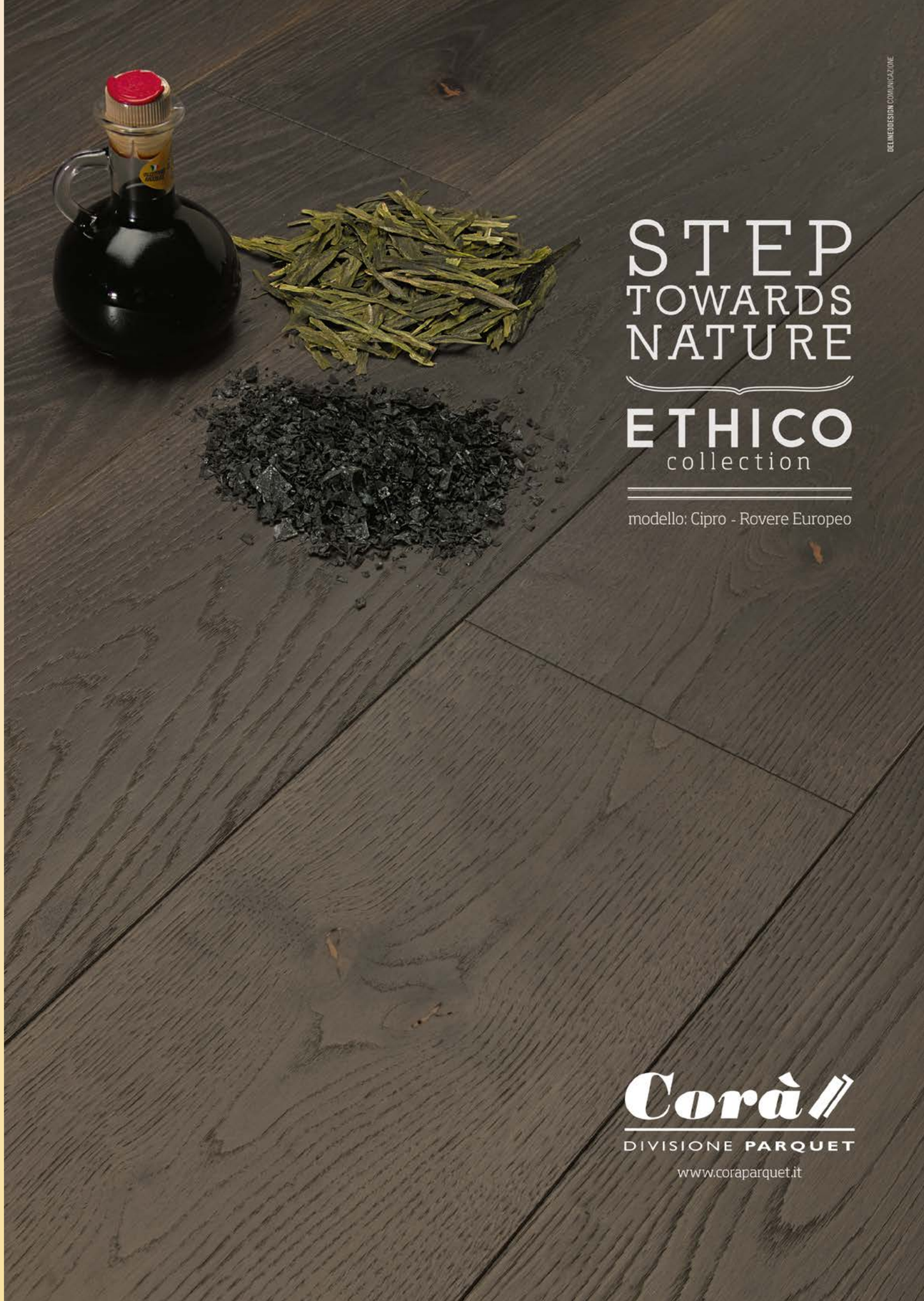
È anche responsabilità del committente scegliere un professionista qualificato (le sentenze lo dimostrano)

AVVOCATO FILIPPO CAFIERO

Se la qualificazione del posatore può sembrare ancora una tappa in progressione, è bene non dimenticare che già oggi sono sempre più i motivi e le circostanze per le quali l'installatore (come titolare di un'impresa di posa, messa in opera o sistemazione di un manufatto o di un impianto) è chiamato a dimostrare la propria idoneità tecnico-professionale, ovvero quel complesso di competenze e requisiti posseduti, tali da permettere di ritenere o far ritenere quell'installatore idoneo per quel lavoro.
Prime fra tutte le occasioni in cui è in discussione sia direttamente che indirettamente la **sicurezza sul lavoro**. Ma anche quelle in cui l'idoneità tecnico professionale risulta ancor più determinante proprio per il risultato dell'opera commissionata (si pensi, ad esempio, alle pavimentazioni per esterno o alle pavimentazioni per impianti sportivi).
È vero che al momento tale idoneità assume prevalentemente una connotazione formale (la si può dimostrare con un certificato di iscrizione alla CCIAA e con dichiarazioni unilaterali sulla corretta osservanza degli obblighi assicurativi e previdenziali), è pur vero che c'è da prepararsi a dimostrare ben di più, sia per l'incalzare degli obblighi a carico degli installatori che degli adempimenti cui gli stessi non possono sottrarsi.

In questo senso **anche l'esperienza, la competenza e le conoscenze acquisite attraverso percorsi formativi mirati e l'applicazione di standard tecnici di autorevole provenienza (si pensi all'UNI) si porranno sempre più come ulteriori elementi di rappresentazione ed esternazione della medesima idoneità**.
È importante non sottovalutare fin d'ora l'idoneità tecnico-professionale non solo da parte dell'installatore, come imprenditore, ma anche da parte dello stesso committente, come privato, giacché è sempre più incalzante la responsabilizzazione e l'attribuzione di un concorso di quest'ultimo nelle colpe dell'installatore/impresa esecutrice ove risulti che la scelta sulla stessa sia stata sprovveduta e superficiale in ordine proprio alla idoneità tecnico-professionale per il lavoro assegnato.
Nei non pochi recenti casi sottoposti a giudizio, infatti, **Tribunali e Cassazione hanno ritenuto senza mezzi termini la responsabilità del committente che, per l'esecuzione di lavori (nella propria abitazione), aveva incaricato un artigiano senza verificarne preventivamente l'effettiva professionalità, anche solo attraverso la verifica della mancata iscrizione di quell'artigiano in un elenco professionale o della insufficienza e inadeguatezza dell'attrezzatura impiegata**.

Stante ciò, può ormai definitivamente assumersi a principio cardine della corretta individuazione delle responsabilità in materia di installazione e/o posa anche la preventiva verifica dell'idoneità tecnico-professionale dell'installatore, impresa esecutrice o artigiano che sia, non escludendosi la responsabilità del committente per non averla verificata preventivamente anche per il caso di lavori in economia e/o per essersi rivolto ad un soggetto (imprenditore/impresa) incapace di offrire garanzie di sicurezza in corso di lavoro e privo di idonea attrezzatura necessaria e adeguata al tipo di lavoro.



CHI VA AL MULINO S'INFARINA... (A VOLTE)

TESTO
ANNA BARONI

Altre volte si rifà gli occhi, come in questo caso. Leggerezza e fluidità sono le parole chiave di un progetto 'fresco' e ricco di personalità. Nei nuovi uffici del Molino Rossetto protagonisti acciaio, vetro e legno

PAGINA 28

PAGINA 29

IL PARQUET: VECCHIA NOGHERA BY CADORIN

Il legno del noce (noghera in dialetto veneto) è conosciuto per le proprie caratteristiche estetiche e fin dall'antichità viene utilizzato per la realizzazione di mobili raffinati e tavolato di antichi casali. Vecchia Noghera by Cadorin è un parquet esclusivo, dalle molteplici varianti che riprendono i temi delle tavole di un tempo affiancato a un design moderno.
Vecchia Noghera, oltre a distinguersi per bellezza e qualità, risponde a importanti requisiti "green", che ben si sposano alla filosofia e alle tecnologie a secco con cui gli uffici sono stati costruiti:
1. Il Noce europeo utilizzato rientra fra i legni selezionati dall'azienda con il marchio Legno Più Km Meno (il suo approvvigionamento avviene a una distanza ravvicinata dalla sede della); 2. La struttura in tre strati è realizzata con controbilanciatura in Abete e Larice austriaco (provenienti entro i 300 km dall'azienda);
3. Le colle viniliche utilizzate sono prive di sostanze nocive come la formaldeide, la finitura ad olio e cera naturale completano il cerchio.

Molino Rossetto di Friola (VI) è un'azienda specializzata nella molitura di cereali. I nuovi uffici direzionali - realizzati da Silvestri Arredamenti su progetto dell'architetto Roberto Silvestri – sono inseriti in un contesto ricco di personalità, grazie anche alla convivenza di materiali come acciaio, vetro e legno. Leggerezza e fluidità sono le parole chiave di questo progetto. I nuovi spazi interni si compongono di un grande open space con tre postazioni direzionali total white, filtrate tra loro da pareti in vetro extra-chiaro con chiusure scorrevoli e da una sala riunioni esclusiva e avvolgente realizzata completamente in legno. Uffici con il massimo della luminosità naturale, in cui tutto è dichiarato e in continua mutazione. Da qui la scelta di utilizzare per il pavimento un tavolato piallato a mano in cui le tipiche tonalità e sfumature, valorizzate dall'uso di olio e cera naturale, sembrano rincorrersi in un continuo, vorticoso cambiamento (Vecchia Noghera di Cadorin).

Voulez-vous coucher avec moi?

Si chiama Quadra
ed è in legno massiccio.
Per addormentarsi
nella natura.
www.vitamin-design.de/en/

OH MY WOOD!

il legno in tutte le sue forme:
la sua energia, il carattere, lo charme

Spike

Un tavolino realizzato
in MDF laccato e legno
massello di rovere,
con i ripiani in vetro
extrachiaro.
La silhouette è esotica.
Designer:
Enrico Mangialardo
www.e1e4.com

Il verso della giraffa

Ricorda vagamente
una giraffa questa lampada
da tavolo in legno, di Pilar Velasco
e Pau Stephens.
Personalizzabile a piacimento,
occupa poco spazio ed è facile
da trasportare.
paustephens.com

Sopra il parquet

Woody Wood Rug by YL design
è un divertente tappeto che
riproduce la sezione di un tronco.
www.yldesign.nl

Must have!

Legno di ebano, ulivo e cristalli
per la pochette di sinistra, noce,
ulivo e cristalli per quella di destra.
Le propone lo stilista Devi Kroell.
Esclusive.
www.devikroell.com

Questa è una panca

La panca Molletta, in legno di
cedro, ha una doppia personalità:
un'ampia seduta pensata per
grandi interni e per l'outdoor e un
potente elemento scultoreo, in
grado di definire l'identità dello
spazio circostante.
www.riva1920.it

I bike, therefore I am

Questo e altri modelli su un libro
che mette in mostra le biciclette
più insolite dei nostri giorni.
"Velo-2nd Gear. Bicycle Culture and Style"
Editori: S. Ehmann, R. Klanten
shop.gestalten.com/velo-2.html

INDOVINA CHI VIENE... A COLAZIONE?

Un grazioso bilocale al centro del quartiere Isola di Milano, essenziale ma eccentrico, una speaker radiofonica molto amata

TESTO
TITO FRANCESCHINI

Quartiere Isola, Milano. Una zona di periferia urbana vicinissima al centro, collocata tra i tracciati ferroviari e la circonvallazione, che ha mantenuto nel tempo una forte identità, un'atmosfera da piccolo paese. Un'area che sta vivendo una grande trasformazione - sociale, culturale, urbanistica – che ne sta modificando la fisionomia.
Accanto alle abitazioni di edilizia popolare, alle case di ringhiera, sorgono esempi di architettura razionalista, ma anche il grande progetto Porta Nuova, con il Bosco verticale di Boeri o la piazza Gae Aulenti.
È in una bella palazzina liberty restaurata una decina di anni fa che si trova questo miniappartamento. Un bilocale di cinquanta metri quadrati circa dall'atmosfera molto accogliente (grazie anche al pavimento in legno) e dal disegno estremamente funzionale.
Un grande rettangolo, con un'area dedicata alla zona living (con la cucina e il tavolone per i pasti), una dedicata alla stanza da letto (con annessa la cabina armadio), il bagno.
Il bianco della maggior parte degli arredi (la cucina, gli armadi a parete, il grande tavolo) contrasta con i colori delle lampade (verde acqua per la cucina, azzurro per la camera), del divano, di alcuni pezzi d'arredo.
Così come i materiali di gusto contemporaneo si affiancano a elementi decorativi di sapore più antico. Il poster-quadro di Kill Bill giallo limone convive con il tatami giapponese, le sedie Kartell con la poltroncina etnica.
Stili diversi, accostamenti inattesi, che sorprendono. Non convenzionali.
Così come fuori dagli schemi è la padrona di casa, 'la Bettina' come la chiamano i suoi fan, gli ascoltatori di Tutto esaurito su Radio 105 (la trasmissione radiofonica più ascoltata in Italia della fascia mattutina, condotta dal 'capitano' Marco Galli). Alla radio fa la parte della svampita, della 'femme fatale', nella vita è una ragazza determinata e preparata, con una passione sfrenata per le scarpe, i film francesi, l'ozio: "Starei ore avvolta nella mia copertina a guardare la tv e sgranocchiare pop corn".
Il suo segreto? Ha sempre il sorriso sulle labbra.

BETTI LOVES PARQUET

Betti ci ha aperto la sua casa e ci ha mostrato orgogliosa le sue pareti colorate, i suoi poster, il suo parquet.
Un pavimento in legno massiccio, in doussié, leggermente fiammato, con finitura a vernice. "Mi sono affidata al rivenditore e al mio intuito nella scelta del pavimento. Ho scelto il legno perché l'ho sempre amato, perché è caldo e accogliente, e il doussié perché mi hanno spiegato che è molto resistente. Mi piaceva il piccolo formato e l'idea che le doghe fossero 'tutte di legno', massicce".

BETTI BETTINA E 'TUTTO ESAURITO'

Tutto esaurito è in onda la mattina su Radio 105, dalle 7 alle 10, dal lunedì al sabato. È un appuntamento di culto condotto dal dj Marco Galli. Oltre a Bettina, con Galli ci sono Pizza, Mitch e Squalo, Carlotta e i dj Liuzzi e Fargetta.

A CURA DI
FEDERICA
FIORELLINI

Comuni Rinnovabili 2014: premiate le Valli di Primiero e Vanoi

Oggi le rinnovabili sono presenti in tutti gli 8.054 comuni italiani. Ad analizzare la mappatura delle rinnovabili in Italia e la loro crescita costante sul territorio negli ultimi anni è il rapporto Comuni Rinnovabili 2014 di Legambiente, presentato alla Fiera Solarexpo di Milano.
Il premio Comuni Rinnovabili 2014 va a un gruppo di 8 Comuni delle Valli di Primiero e Vanoi, in Provincia di Trento, un territorio con oltre 10 mila abitanti di cui fanno parte Canal di San Bovo, Fiera di Primiero, Imèr, Mezzano, Sagron Mis, Siror, Tonadico e Transacqua. Questa unione informale di Comuni, denominata "Il Primiero" attraverso un mix di 5 tecnologie diverse soddisfa l'intero fabbisogno termico ed elettrico dei Comuni.
Il premio Buona Pratica di Comuni Rinnovabili 2014 va invece alla Comunità del Parco Eolico di Rivoli Veronese (VR) ovvero a tutti i soggetti che hanno collaborato alla realizzazione di uno dei parchi eolici più interessanti in Italia.
"I risultati raggiunti dalle rinnovabili nel nostro Paese in termini di produzione e distribuzione nel territorio erano semplicemente inimmaginabili solo 10 anni fa - dichiara Edoardo Zanchini, vice presidente di Legambiente - e dimostrano come gli impianti sono affidabili e competitivi. Ora però non dobbiamo fermarci, perché la crisi economica e i problemi energetici italiani - costi crescenti in bolletta, dipendenza dall'estero e quindi insicurezza, emissioni inquinanti e di gas serra - possono trovare risposta proprio attraverso un modello di generazione distribuito, efficiente e da fonti rinnovabili. L'Italia ha tutto l'interesse a percorrere questa direzione, che permette a famiglie e imprese di risparmiare autoproducendo l'energia termica e elettrica di cui hanno bisogno e gestendola in maniera più efficiente".
Sono 2629 i Comuni in Italia autonomi rispetto ai consumi elettrici e 79 rispetto a quelli termici delle famiglie grazie alla produzione da fonti rinnovabili.

Leggi il dossier completo

Workshop a Milano su Smart Building + LEED

Lunedì 26 maggio si terrà presso l'Auditorium Testori di Palazzo Lombardia (Piazza Città di Lombardia, 1 - Milano) il workshop Smart Building + LEED, che vedrà gli interventi del presidente Green Building Council Italia, Mario Zoccatelli, il segretario del Chapter Lombardia Alberto Lodi e alcuni soci di GBC Italia.
Il workshop è accreditato per l'ottenimento di 6 crediti formativi dal Consiglio Nazionale Architetti.

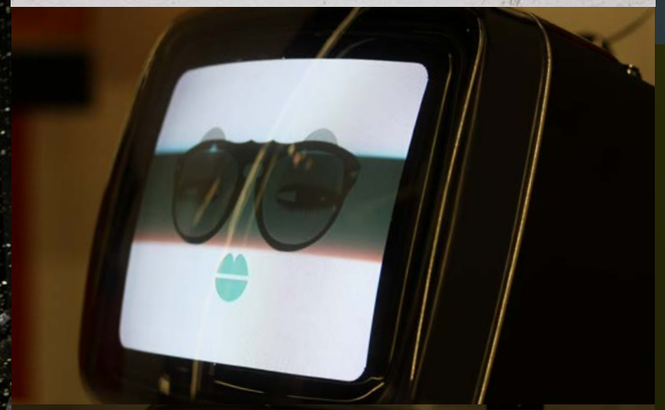
Il biomuseo di Panama

Aprirà a breve, dopo oltre 10 anni di lavori, il Biomuseo di Panama City (Museum of Biodiversity), progettato dal noto architetto canadese Frank O. Gehry.
La struttura, concepita con lo scopo di insegnare e diffondere l'importanza delle biodiversità, trae ispirazione dall'evento geologico che ha generato l'Istmo di Panama.
Dal 2001 un team internazionale di architetti, designer e membri della comunità scientifica lavorano alla progettazione e allo sviluppo del museo.
Nel progetto sono numerosi i riferimenti alla cultura locale e alla biodiversità grazie all'uso dei colori e all'architettura del canale.
Vai al sito del museo

DESIGN SIA! CHE DESIGN SIA!

Abbiamo assistito a una delle edizioni del Salone del Mobile (e Fuorisalone) più ‘scoppiettanti’ di sempre, segno di un’Italia che sta superando una congiuntura difficile, grazie alla cultura di impresa, alla ricerca e alla filiera di eccellenza che sta dietro ai prodotti

TESTO
FEDERICA FIORELLINI
IMMAGINI
GIORGIO PIERGUIDI



“*Abbiamo lavorato per preparare il Salone del Mobile più bello del mondo e il risultato supera le nostre aspettative* – ha dichiarato in chiusura dell’evento milanese Claudio Luti, presidente del Salone del Mobile -. *Buyers, giornalisti, designers hanno toccato con mano l’eccellenza creativa e produttiva della nostra filiera, riconoscendo il valore della produzione made in Italy e l’importanza del Salone a livello internazionale*”.
Un successo che trova riscontro nella qualità dell’offerta e nei numeri della manifestazione. La 53° edizione del Salone del Mobile chiude registrando un totale di 357.212 visitatori, di cui 311.781 operatori del settore con un incremento del 13% rispetto all’edizione 2013.
“Il Salone Internazionale del Mobile di Milano è uno straordinario volano per Expo 2015” ha affermato il presidente di Regione Lombardia, Roberto Maroni, in occasione dell’inaugurazione della fiera, a Rho. Lo abbiamo incontrato allo stand del Polo Formativo Legno Arredo, insieme al presidente di FederlegnoArredo Snaidero, a documentare una filiera del legno che si caratterizza sempre più per la presenza di luoghi della formazione direttamente connessi con la produzione.
Significativo riconoscimento all’importanza del settore è arrivato anche dal presidente del Consiglio Matteo Renzi, che ha visitato la manifestazione ricordando come il settore del mobile sia un tassello strategico dell’economia reale del nostro Paese, il segno di un’Italia viva, che sta superando una congiuntura difficile, grazie alla straordinaria cultura di impresa e alla filiera di eccellenza che sta dietro ai prodotti e alla ricerca di design.
“Con questa edizione del Salone del Mobile abbiamo confermato l’importanza dell’export come elemento determinante per il settore – ha sottolineato Roberto Snaidero. Nell’ultimo anno abbiamo venduto all’estero quasi la metà della nostra produzione e la forte presenza di visitatori stranieri lo ha pienamente dimostrato”.

@ISALONIOFFICIAL IN SCENA SU TWITTER

La 53esima edizione del Salone del Mobile di Milano 2014 è stata protagonista su Twitter con più di 34.000 post, contenenti oltre 12.500 hashtag, monitorati dal servizio di EMOTITV di infoFACTORY. Quasi 10.000 persone hanno condiviso momenti top e immagini divertenti delle iniziative (anche correlate) di @iSaloniofficial.
Tanti i personaggi famosi che hanno partecipato alla kermesse, tra cui il Campione del Mondo del calcio, Gianluigi Buffon, sceso in campo sul mercato imprenditoriale, divenendo azionista di maggioranza del Gruppo Zucchi. Roberto Cavalli, guru della moda italiana, ha presenziato al Salone del Mobile di Milano con la nuova collezione dedicata agli interni.
Tra gli hashtag più usati, oltre a quelli ufficiali, segnaliamo anche #Milano #Design e #Milan, che confermano la forte associazione dell’evento al settore dell’arredamento di qualità e alla cittadina milanese, culla di questa importante fiera, divenuta ormai famosa anche a livello internazionale.

Un Salone sempre più internazionale, con presenze qualificate da oltre 160 paesi. Un'edizione quella 2014 che ha segnato una profonda sinergia con la città di Milano, capitale della creatività, capace di attirare con la design week migliaia di visitatori con il Progetto Accoglienza, inaugurato quest'anno in collaborazione con il Comune di Milano e l'Assessorato alla Moda e Design (oltre 100 i ragazzi delle scuole di design di Milano che hanno accolto i visitatori della manifestazione nella postazioni dislocate nei punti nevralgici della città). "Questa edizione ha rappresentato una prova generale in vista di Expo 2015 – ha concluso il presidente Luti. Ci sono le migliori premesse perché sia un grande evento che mostrerà al mondo quello che Milano e l'Italia sono in grado di fare. Una sfida che non ci spaventa e che ci vede già impegnati a preparare un grande Salone che aprirà le danze dell'esposizione universale".

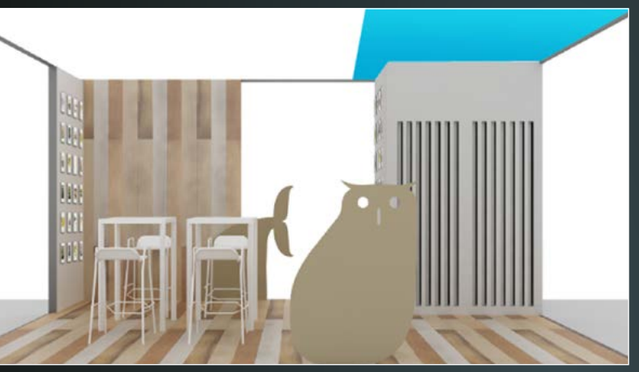
I pavimenti biocompatibili di Fiemme 3000 nel concept store Agape 12.

IN CERCA DI EMOZIONI

Nelle giornate del Salone (8-13 aprile) noi di I love Parquet siamo andati alla ricerca di idee, trend, 'emozioni', ma anche di pavimenti in legno. Ne abbiamo visti tanti, a impreziosire e incorniciare i pezzi di arredo più diversi tra loro.

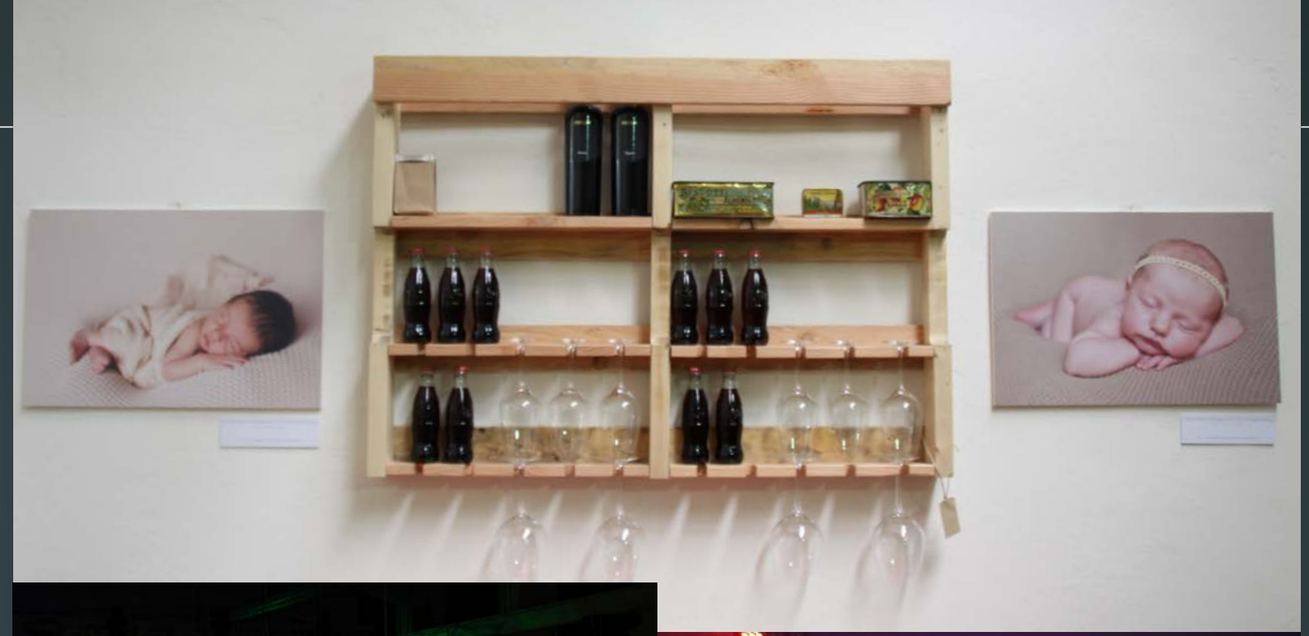
C'era, per esempio, la boiserie in legno Arbol – disegnata da Samuele Mazza – a riscaldare lo stand Formitalia. C'erano le belle doghe per esterno di Listone Giordano, nel fiorito stand di Talenti. C'era l'elegante spina di pesce di Cadorin Group, abbinata alle cucine e ai mobili di design di Cadore Arredamento. E

La Kerakoll Design Gallery, in Brera.



Listone Giordano era presenta, anche, a Casa Umbria (il progetto di promozione dedicato alle imprese operanti nel settore arredo/casa, presentato in anteprima dalla Regione Umbria a Milano, presso lo spazio Open.

ancora i pavimenti (Fior di Titanio) e i rivestimenti (Rupe) di Fiemme 3000, in partnership con Starpool, i preziosi listoni di CP Parquet (nello stand Visentin Giovanni). E poi i parquet Garofoli (una 'new entry' per il nostro settore), abbinabili naturalmente con le porte.
C'era – dulcis in fundo – un'azienda che tutti coloro che si occupano di parquet conoscono, Itlas, con la sua bella collezione di complementi d'arredo: I Massivi. Pezzi decisamente suggestivi, firmati dall'architetto Marco Casamonti con il suo Studio Altea, a cui quest'anno si è aggiunta una collaborazione di altissimo



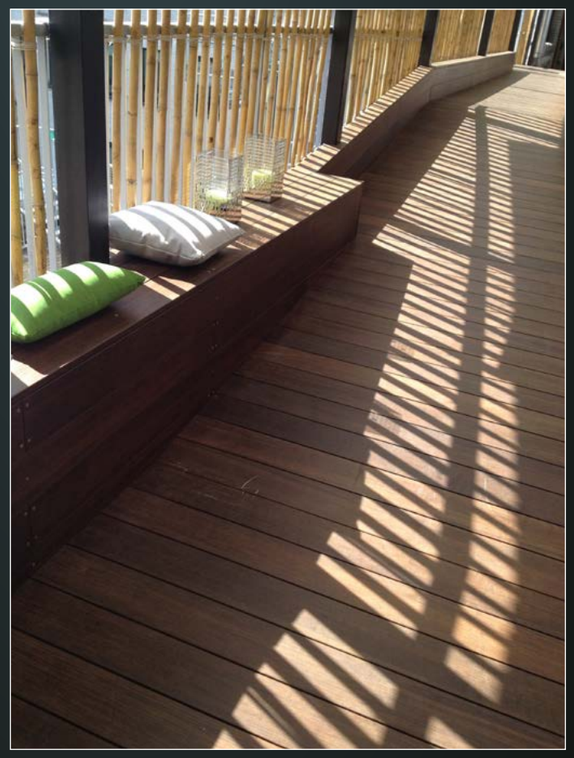
Anche Arbol al Salone: stand Formitalia. Design boiserie by Samuele Mazza.

livello, quella di Doriana e Massimiliano Fuksas. "L'amore per il legno è al centro della mia vita da sempre – ci ha detto Patrizio Deitos, amministratore delegato Itlas – per questo ho fortemente voluto, fin dal suo primo giorno di vita, che Itlas fosse un'azienda che ruota attorno al legno, amando il legno e il suo essere vita". La passione per il legno unisce e dà vita a creazioni originali e… Massicce.

CHI STA DENTRO E CHI STA FUORI

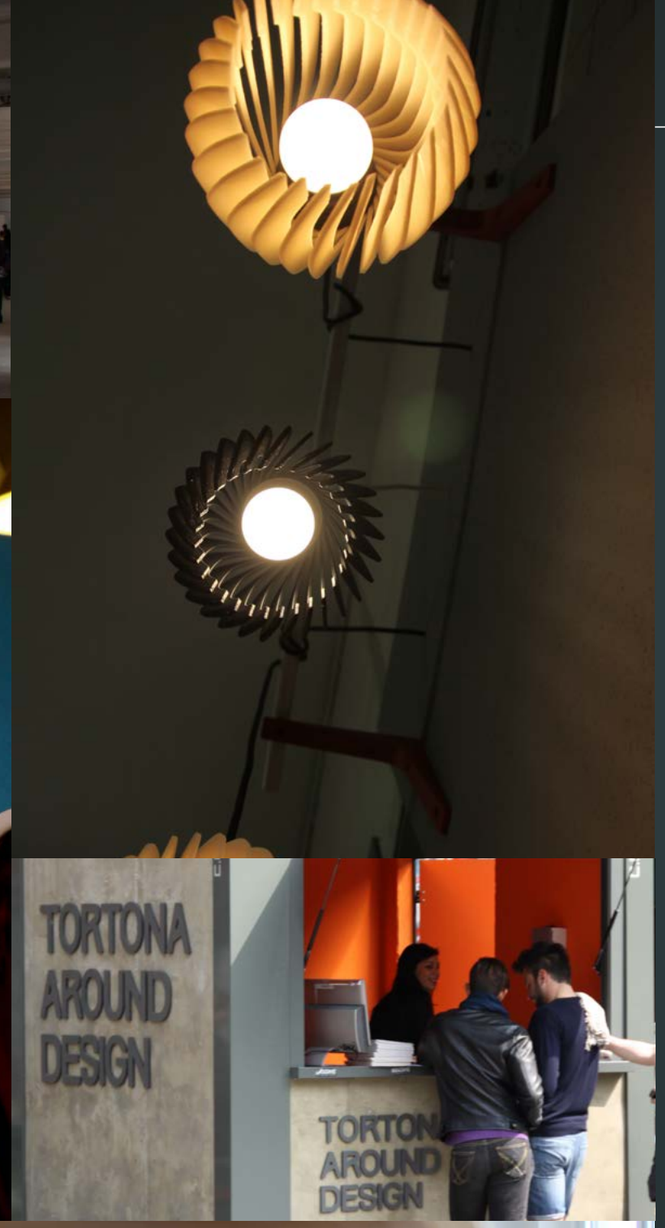
È il design che invade le strade di Milano, ma anche i vicoli, i cortili, le officine, i negozi. È colore, è musica. È facce diverse, lingue diverse, sguardi diversi. È laboratori, aperitivi, concerti, installazioni.

I parquet per esterni di Ravioli Legnami all'Italian Luxury Design.



Salis all'interno di Italian Luxury Design, un network di marchi prestigiosi dell'arredamento (oltre a Salis, Poliform, Ravaioli, Talenti, Sacea, Novaserenissima, Scud Lavica), insieme per realizzare location esclusive. L'iniziativa è promossa dallo studio di architettura Pnr Design.

È il mondo che corre. È la Design Week… Insomma il Fuorisalone, quella manifestazione "parallela" che paralizza il capoluogo lombardo nei giorni del Salone del Mobile e ci trasmette leggerezze, euforia, voglia di sviluppare emozioni positive.
Con un paio di scarpe comode ai piedi, abbiamo camminato (tanto) per i "distretti" del design – dalla Triennale a Brera, da Lambrate a Zona Tortona – sulle tracce del pavimento in legno. In cerca di prodotti e 'ispirazioni', ci siamo imbattuti in tante persone appassionate del loro lavoro, abbiamo calpestato e toccato bei pavimenti, abbiamo riso e anche sognato un po', come bambini davanti a una vetrina di giocattoli.
Prima tappa piazza Cavour al 2, nello studio di architettura Pnr Design, che ha dato vita a Italian Luxury Design, un network di marchi prestigiosi dell'arredamento (Salis, Poliform, Ravaioli, Talenti, Sacea, Novaserenissima, Scud Lavica), insieme per realizzare location esclusive. Ci ha illustrato il progetto Paolo Simonetti, AD di Salis, storico parchettificio Perugino, che oltre a mostrarci i suoi bellissimi parquet a disegno, ci ha parlato dell'importanza di fare squadra. Non è casuale la partnership con Ravaioli Legnami, leader nel settore dei pavimenti per esterni. Da piazza Cavour a via Statuto (al 12) la strada non è molta. Qui, nel concept store Agape 12 (parliamo di arredo bagno di alta gamma), abbiamo calpestato i pavimenti biocompatibili di Fiemme 3000. Sulla strada, in via Solferino, ci siamo



Lignum Venetia ha presentato era presente nell'urban oasis della Triennale, progettata dall'architetto Massimiliano Mandarini, con un pavimento tutto visibilmente made in Italy (marcato con i colori della bandiera ital.

Al ‘Teatro Olimpia‘, in Foro Buonaparte 74, la poesia del design scritta nel parquet, by Xilo1934.

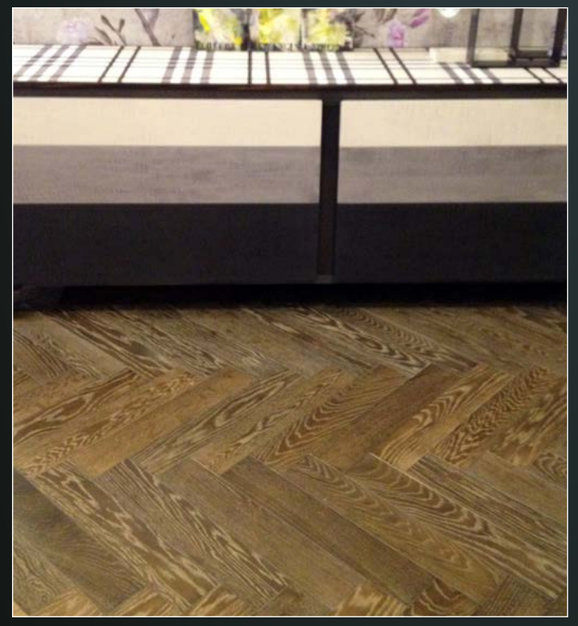
concessi una digressione e abbiamo sbirciato nella Kerakoll Design Gallery, un affascinante spazio (progettato da Piero Lissoni) dedicato al design e alla creatività delle superfici solide in cementoresina. E poi via, alla volta della Triennale (sempre un piacere visitarla), dove Lignum Venetia presentava la nuova collezione Gli Antichi, nel Lounge di Material ConneXion, in cui aziende e architetti mostravano progetti inediti ispirati ai temi dell’innovazione materiale e tecnologica all’interno di case, simbolo di ospitalità e condivisione. Sempre nei giardini della triennale, Lignum Venetia era presente nell’urban oasis progettata dall’architetto Massimiliano Mandarini,

con un pavimento tutto visibilmente made in Italy (marcato con i colori della bandiera italiana) e con una boiserie composta da diverse essenze (teak, rovere, ciliegio, noce europeo, olmo), a rappresentare lo skyline di Milano. Segnaliamo la presenza dei parquet dell’azienda di Pordenone anche in via Tortona, a Superstudio Più, nel progetto Design for Delightful (con una pedana esterna e elementi di design per esterno).
Non poteva mancare la visita al ‘Teatro Olimpia‘, in Foro Buonaparte 74, con la poesia del design scritta nel parquet, by Xilo1934.
Poi, naturalmente un salto in Tortona… Poco parquet, ma tante emozioni e qualche bell’incontro (come l’architetto Gian Luca Frigerio, uno di quelli che nel lavoro ci mette passione, cuore e anima).

Itlas era presente al Salone con la sua bella collezione di complementi d’arredo: I Massivi, firmati dall’architetto Marco Casamonti con il suo Studio Altea, a cui quest’anno si è aggiunta una collaborazione di altissimo livello, quella di Doriana e Massimiliano Fuksas.

Garofoli, noto produttore di porte marchigiano, da oggi è anche parquet (nella foto lo stand ai Saloni 2014).

I parquet Cadorin al Salone del Mobile (stand Cadore Arredamento). Una bella spina di pesce (finitura Nespolo), perfetta in abbinamento con la cassettiera “drawers”



Un salto in via Montenero, per vedere Listone Giordano a Casa Umbria (il progetto di promozione dedicato alle imprese operanti nel settore arredo/casa, presentato in anteprima dalla Regione Umbria a Milano, presso lo spazio Open), e a fine giornata, stanchi ma felici, non potevamo non fare un salto al nuovo showroom Giorio Milano, in via Canonica (ne parliamo a pagina 61).

Le belle quadrotte di CP parquet presso lo stand Visentin Giovanni.

"DOBBIAMO PROMUOVERE L'ECCELLENZA ITALIANA"

E farlo in modo corretto, trasparente. Di questo, ma anche del ruolo delle fiere di settore e della necessità di una maggiore coesione della filiera, ci ha parlato Massimo Gasperini, neoeletto Consigliere Incaricato del Gruppo Pavimenti di Legno di Edilegno Arredo

TESTO
FEDERICA FIORELLINI

Ha 46 anni, lo sguardo magnetico di doctor House (il medico protagonista del serial americano a cui spesso lo paragonano, perché in effetti gli assomiglia molto), il fisico da atleta. Quando era piccolo aveva il pallino dei motori, delle motociclette in particolare: "*Mi sarebbe piaciuto molto assecondare il mio animo sportivo e continuare con le gare, ma a vent'anni ho deciso di entrare attivamente in azienda, perché ho capito che questa era la mia strada*".
L'azienda in questione è CP Parquet. Dove la C sta per Crespano (del Grappa, dove è ubicato il parchettificio), a sottolineare il forte legame con il territorio. Chi parla è Massimo Gasperini, oggi alla guida di CP insieme al socio Antonio Tonella.
L'abbiamo intervistato perché, nonostante la sua giovane età, è il nuovo Consigliere Incaricato del Gruppo Pavimenti di Legno di Edilegno/FederlegnoArredo per il triennio 2014/2016. Lo ha stabilito l'assemblea del Gruppo, riunitasi a Rimini lo scorso marzo.
L'entusiasmo e la voglia di fare trapelano da ogni parola di Massimo Gasperini (che succede a Lorenzo Onofri, rimasto in carica per due mandati, sei anni in totale), così come l'umiltà di chi si avvicina con rispetto e dedizione a un'esperienza nuova.
La parola al nuovo Consigliere Incaricato.

Massimo Gasperini, Consigliere Incaricato del Gruppo Pavimenti di Legno di Edilegno Arredo

Se dovesse descrivere in poche parole la sua esperienza, e la sua azienda, a chi non la conosce?
Massimo Gasperini: CP Parquet è stata fondata nel 1982 da Nino Gasperini, mio padre, e Angelo Tonella (il padre di Antonio, il mio socio), due imprenditori dediti al commercio di legname che intuirono ben presto l'importanza di proporre pavimenti in legno massiccio. Io e Antonio, subentrati qualche anno dopo, abbiamo portato avanti le loro ambizioni e i loro progetti e abbiamo contribuito a posizionare CP nella fascia alta del mercato dei pavimenti di legno, lanciandoci, tra i primi, nell'avventura del tre strati (che ancor oggi rappresenta il 60% della nostra produzione), introducendo poi il due strati (sempre con formati 'importanti', per cercare di differenziarci) e cercando di farci conoscere prima nel mercato italiano, dove oggi lavoriamo molto bene, soprattutto con architetti e studi di progettazione, e ultimamente anche all'estero (esportiamo circa il 30% della nostra produzione), grazie a una rete vendita ben strutturata.

Cosa porta nel Gruppo Pavimenti della sua esperienza in CP?
Massimo Gasperini: In primo luogo il bagaglio di conoscenze di chi ha vissuto sulla sua pelle, giorno dopo giorno, la storia e le problematiche di un'azienda di pavimenti in legno. E il secondo luogo la *forma mentis* di chi guarda al futuro e al di là dei propri confini, al mondo intero, come mercato. In particolare le mie esperienze lavorative in Germania e in Cina (due mercati molto diversi, ma estremamente vivaci, che richiedono prodotti di alta qualità, artigianali in molti casi, ma al tempo stesso un approccio serio e professionale) sono state particolarmente formative e mi hanno insegnato molto; è anche su queste esperienze che cercherò di confrontarmi con il Gruppo. Così come mi piacerebbe confrontarmi sul tema delle fiere di settore, che credo stia a cuore un po' a tutti i miei colleghi.

Ci spiega meglio?
Massimo Gasperini:
Oggi è molto difficile per un'azienda valutare se e in che modo partecipare a una fiera e soprattutto capire qual è la proposta fieristica più adatta alle proprie esigenze. Il ruolo delle fiere è mutato negli anni, così come sono mutate le esigenze delle aziende, sempre più attente a ogni minimo investimento e sempre più 'bisognose' di sfruttare al meglio e al massimo le proprie energie. Penso a MADE expo, la manifestazione di riferimento per il comparto dei pavimenti in legno, che di recente ha dato segni di una certa 'staticità' e di un'apertura a mondi troppo differenti. Penso, d'altra parte, a una fiera 'storica' per il mondo della ceramica, Cersaie - evento da sempre molto internazionale e frequentato da una serie di importanti interlocutori - che quest'anno ha aperto ufficialmente al legno. Alcuni miei colleghi hanno già optato per la presenza a Bologna. Se dovessi esprimere il mio giudizio, credo che questa strategia a breve termine potrebbe risultare vincente, ma a lungo termine rischia di diventare un boomerang. Quello della ceramica non è il nostro mondo, il parquet è un prodotto molto tecnico, che ha bisogno di essere spiegato nel migliore dei modi, ha bisogno di un'attenzione e di un contesto diverso, di interlocutori preparati e attenti.
Tornando alle fiere, sono fermamente convinto della necessità di fare gruppo, trovo che il mondo produttivo dovrebbe essere più compatto di quanto lo sia ora, questo significa, per esempio, presentarsi uniti alle fiere, fare lobbing, lavorare insieme, ciascuno con le proprie peculiarità, per la promozione del

IL GRUPPO PAVIMENTI DI LEGNO, I NUOVI ORGANI DIRETTIVI

Consigliere Incaricato
Massimo Gasperini *(CP Parquet Srl)*

Vice Consiglieri Incaricati
Franco Capicchioni *(ALI Spa)*, **Renato Del Bello** *(Timby Parquets Srl)*

Consiglio Tecnico
Giorgio Bolzan *(Bolzan Srl),* **Marco Bruno** *(Bruno Srl),* **Franco Capicchioni** *(Ali Spa),* **Renato Del Bello** *(Timby Parquets Srl),* **Andrea Margaritelli** *(Margaritelli Spa),* **Lorenzo Onofri** *(Anbo-Stile Srl),* **Andrea Signoretti** *(Gazzotti Spa),* **Massimo Gasperini** *(CP Parquet Srl),* **Renza Altoè Garbelotto** *(Parchettificio Garbelotto Srl)*

prodotto parquet, del concetto di *made in Italy*, dell'eccellenza italiana. Tutto ciò che il mondo del mobile o quello della ceramica sta già facendo.

Se dovesse dare un consiglio a chi vende parquet e uno a chi posa?
Massimo Gasperini: Chi vende dovrebbe avere l'umiltà e la curiosità di studiare a fondo il prodotto che propone, nella consapevolezza che chi compra un pavimento in legno oggi ha bisogno di avere sicurezze, di ricevere risposte precise e chiare, sulla finitura, sulla manutenzione, sulla destinazione d'uso. Sono convinto che chi riesce a infondere sicurezza al consumatore 9 volte su 10 conclude positivamente la vendita. Il rivenditore deve essere curioso e al passo coi tempi.
Il posatore, dal canto suo, deve essere qualificato e preparato (così come lo sono tutti i posatori di AIPPL con i quali ho avuto il piacere di lavorare). Deve avere professionalità e deve amare ciò che fa. Come in Germania, dove la maggior parte dei posatori frequenta dei corsi per essere abilitato alla professione, sarebbe un bel segnale nella direzione della qualificazione del posatore… Ma so che l'Associazione ci sta lavorando.

Ci sono dei temi che ritiene prioritari affrontare in seno al Gruppo Pavimenti?
Massimo Gasperini:
In primo luogo quello della trasparenza, una tematica sulla quale stiamo lavorando già da qualche anno con il Codice Trasparenza, sempre all'interno di EdilegnoArredo. Trovo che sia giusto e corretto che il consumatore finale abbia una carta d'identità del prodotto che acquista.
Il mercato italiano dei pavimenti in legno oggi è una giungla, dove tutti vendono tutto; è ora di fare un po' di chiarezza.
Il secondo tema che mi sta a cuore è quello della sensibilizzazione delle Dogane, per un controllo delle frontiere più efficace e puntuale, volto ad arginare il fenomeno dell'importazione 'selvaggia'.
Infine, riallacciandomi a quello che ho citato sopra e al discorso delle fiere, mi piacerebbe che il Gruppo Pavimenti in un futuro trovi una suo collocazione all'interno del Salone del Mobile, che per inciso quest'anno ho trovato molto più vivace e vitale del passato.

Cosa fa male al mercato del pavimento in legno?
Massimo Gasperini: La mancanza di trasparenza, di limpidezza, la confusione. Fa male al mercato, alle aziende, al Paese.

Cosa significa per un'azienda essere trasparente?
Massimo Gasperini:
Raccontare al mercato ciò che fa e come lo fa, senza reticenze e senza omertà, specificando ciò che produce e in che modo lo produce e ciò che importa.

Perché ama il parquet?
Massimo Gasperini: Perché è un prodotto naturale, perché chi lo produce contribuisce a tutelare le foreste, a dispetto di alcuni falsi miti, perché è bello, perché ha delle caratteristiche tecniche ineguagliabili.

LA PAROLA AL 'PAST PRESIDENT'

Lorenzo Onofri: "La strada da percorrere è quella dell'aggregazione"

«Dopo questi sei lunghi anni, sono contento di passare il testimone a Massimo Gasperini. Credo che nessuno meglio di lui possa rappresentare un ottimo esempio di produttore italiano di parquet, con lo spirito giusto della sfida, del confronto e della determinazione, qualità imprescindibili per rimanere in piedi oggi e puntare a un futuro decisamente migliore. Questi sei anni in cui ho guidato il Gruppo Pavimenti sono stati incredibili: siamo passati dal paradiso all'inferno… Stiamo ancora attraversando il peggior momento del nostro settore in Italia, tuttavia, credo che sono tempi anche di grossi cambiamenti generali. Dobbiamo essere consapevoli che questa non è una crisi passata la quale si ritornerà agli equilibri e ai fasti di qualche anno fa: stiamo parlando di una svolta definitiva e l'unica speranza che abbiamo di sopravvivere è quella di puntare sempre più sul prodotto di qualità, orientato comunque a un mercato più ampio. Non si vive più di sola Italia e neanche di sola Europa. Dobbiamo andare sempre più lontano a trovare il cliente giusto per il 'made in Italy' e una delle strade da percorrere è proprio quella dell'aggregazione e della politica strategica di Gruppo. Non abbiamo grandi aziende come gli altri Paesi, ma possiamo fare volumi collaborando. Penso all'ultima edizione di Made Expo e alle aziende italiane che per la prima volta si sono riunite e presentate insieme sotto il marchio "Codice Trasparenza Parquet". Questa operazione non ha portato magari grandi benefici commerciali, ma credo abbia comunque rappresentato un momento di aggregazione e confronto importante per far crescere nuove idee. Auguro a Massimo di potercela fare a traghettare la nostra realtà di settore da un "branco di cani sciolti" a un sistema organizzato e intelligente. Avrà molto da fare»

www.KeraKoll.com

KeraKoll GreenBuilding.
È insieme alla natura che si costruisce il futuro.

TOTAL GREENBUILDING SOLUTION – SISTEMA ECOCOMPATIBILE PER LA POSA E LA FINITURA DEL PARQUET.

Il sistema Kerakoll garantisce una posa e una finitura del parquet tecnicamente ed esteticamente perfetta, affidabile, duratura ed ecocompatibile grazie a prodotti esenti da solventi, non tossici, a base acqua e a bassissime emissioni di sostanze organiche volatili che assicurano una migliore qualità dell'aria indoor a vantaggio della salute degli installatori e degli occupanti l'edificio. Fanno parte di questo sistema gli adesivi organici minerali certificati ecocompatibili ***Slc Eco L34 Plus*** *e* ***Slc Eco L34 Flex****, facili da spatolare e da pulire anche su parquet con finiture delicate, testati Anti-Shock System, tenaci ed elastici per una posa sicura e garantita nel tempo.*

KERAKOLL
The GreenBuilding Company

ABITARE LA **NATURA**

Un convegno dedicato al legno e al suo impiego, sicuro, nell'interior design. Lo ha promosso Lignum Venetia, che per l'occasione ha inaugurato il nuovo showroom di Pordenone

TESTO
ANNA BARONI

Si sono svolti lo scorso 21 marzo (primo giorno di primavera!), al Centro Culturale Casa A. Zanussi di Pordenone, i lavori del convegno "Abitare la Natura. Il legno e l'ecologia nella progettazione architettonica e nell'interior design". Realizzato in collaborazione con Lignum Venetia - azienda che produce pavimenti di pregio, ricercando nella tradizione veneta le antiche lavorazioni artigianali del legno – l'evento (che rientra nei progetti formativi dell'Ordine degli Architetti e PPC di Pordenone) ha visto la partecipazione di più di 100 architetti dell'area veneta.

LA SICUREZZA COME VALORE

Punto di partenza degli interventi, il sistema di certificazione e la necessità di prodotti testati e sicuri per garantire la salute all'interno degli ambienti in cui si vive. L'importanza della massima limitazione all'emissione di formaldeide è stata al centro della relazione di Franco Bulian, vice direttore di Catas, Istituto Italiano di Ricerca per il settore legno-arredo, che ha sottolineato la crescente attenzione da parte dei legislatori italiani ed europei al tema della pericolosità delle sostanze volatili presenti nell'aria che respiriamo: "è evidente la necessità di disporre di regole e di limiti di riferimento al fine di consentire al mercato di effettuare delle scelte corrette e consapevoli in tema di sicurezza", ha concluso.

UNA COSTANTE RICERCA SUI MATERIALI

L'architetto Daniela Rosa Gobbo è intervenuta come testimone dell'impegno di Lignum Venetia nel realizzare pavimenti in legno di alta qualità, frutto di una costante ricerca su materiali e i loro possibili utilizzi e soprattutto per proporre il proprio caso studio in quanto unica azienda in Europa ad aver ottenuto sui propri pavimenti tavole a tre strati incrociati in rovere la piena conformità ai criteri previsti dal marchio Ecolabel UE, un segno distintivo per chi fa dell'ecologia e della sostenibilità la propria filosofia produttiva.

L'architetto Daniele Menichini ha presentato il progetto Green_Zero + Green_Room, un'iniziativa che valorizza l'attitudine eco-responsabile nell'architettura e negli interni, dedicata nel caso specifico ad una ristrutturazione alberghiera: "ho sempre sostenuto che il ruolo dell'architetto racchiuda necessariamente tutti gli aspetti della

La platea del convegno "Abitare la Natura. Il legno e l'ecologia nella progettazione architettonica e nell'interior design".

Franco Bulian, vice direttore di Catas.

L'architetto Daniela Rosa Gobbo è intervenuta a testimoniare la costante ricerca sui materiali di Lignum Venetia.

Il professor Franco Laner, docente ordinario di Tecnologia dell'Architettura presso l'Università IUAV di Venezia.

Madrina del convegno è stata la campionessa olimpica Manuela Di Centa.

Il nuovo showroom di Pordenone di Lignum Venetia, inaugurato il 21 marzo

progettazione, quella sostenibile inclusa. Non si tratta di tuttologia ma di visione globale e integrata del progetto" ha sottolineato Menichini.
Il professor Franco Laner, docente ordinario di Tecnologia dell'Architettura presso l'Università IUAV di Venezia, ha invitato infine a una riflessione circa la necessaria conoscenza del legno, delle tipologie presenti in natura e della sua filiera prima di essere impiegato in un progetto architettonico.

"LIBERI DI CREARE, LIBERI DI CREDERE"
Madrina del convegno, moderato dal giornalista Almerico Ribera, è stata la campionessa olimpica Manuela Di Centa che, in qualità di testimonial, condivide con Lignum Venetia i valori della passione e determinazione per i conseguimento dei risultati, sempre all'insegna del valore "guida" della libertà, che trova realizzazione nella sua massima "liberi di creare, liberi di credere".
L'incontro di venerdì rappresenta dunque un momento di aggiornamento, ma ha anche fornito importanti chiavi di lettura e spunti di riflessione per i professionisti che vogliono avvicinarsi all'impiego del legno nonché riscoprire con esso l'artigianalità e il saper fare, per riavvicinare l'uomo alla natura.

LO SHOWROOM DI PORDENONE: TRASPARENZA E CURA DEL PRODOTTO
E a proposito di natura e artigianalità, a chiusura dell'incontro i partecipanti hanno avuto l'occasione di visitare il nuovo showroom di Pordenone di Lignum Venetia (nelle due foto in alto a destra), inaugurato proprio il 21 marzo scorso. Realizzato dall'architetto Daniela Rosa Gobbo in collaborazione con lo Studio Piva, questo spazio - elegante, accogliente, curato in ogni dettaglio - rispecchia la mission e la filosofia dell'azienda: cura del prodotto e massima trasparenza verso il cliente.

Rovere Alysa, della nuovissima collezione Contatto by Alpen Parkett. La superficie è spazzolata e bisellata, la finitura a olio bianco 'extra'.

Gli imprenditori hanno il dovere morale di trasmettere concretezza al mercato: nell'offerta e nel codice di comportamento. Parola di Gian Luca Vialardi, presidente Woodco, un'azienda vivace e attiva, che ha appena compiuto trent'anni

"SIAMO UN'AZIENDA CONCRETA"

TESTO
FEDERICA FIORELLINI

Sembra un ragazzino, ma è quasi vicino ai 50 anni, 34 dei quali passati nel mondo delle pavimentazioni. Ha fatto tutta la gavetta, partendo dal magazzino, diventando poi agente, direttore commerciale, fino ad amministrare un'azienda.

Gian Luca Vialardi, presidente Woodco.

"*Lavoravo e la sera studiavo, prendendo a modello chi stava sopra di me e cercando di arrivare a fare quello che faceva lui. Ce l'ho fatta, con un po' di buona volontà e un po' di fortuna… Da piccolo volevo fare il viaggiatore e in un certo senso ci sono riuscito*". Chi parla è Gian Luca Vialardi, presidente di Woodco, un'azienda vivace, attiva, attenta, che quest'anno ha festeggiato i trent'anni di attività. Trent'anni segnati da una crescita continua. Con Vialardi abbiamo fatto una piacevole chiacchierata, per farci raccontare i 'segreti del successo di Woodco' e per avere una sua opinione sul momento che sta vivendo il mercato dei pavimenti in legno.

Un momento dell'annuale meeting agenti Woodco. Davanti a una forza vendita proveniente da ogni parte d'Italia, Gian Luca Vialardi ha presentato la situazione attuale del mercato del parquet.

Se dovesse descrivere la sua azienda a chi non la conosce?
Gian Luca Vialardi: Woodco è un'azienda fatta da gente che ha voglia di lavorare e di crescere, che sta attenta ai mutamenti del mercato, studia le tendenze.
Abbiamo una gamma di prodotti in continua evoluzione e dei prezzi centrati.
Credo che il tratto che ci distingue maggiormente sia la correttezza commerciale e la trasparenza. Questo la nostra clientela ce l'ha sempre riconosciuto.
Partendo dalle schede prodotto fino alle certificazioni relative alla provenienza dei materiali, cerchiamo di essere più chiari e trasparenti possibili, raccontando, per esempio, ciò che produciamo noi e ciò che importiamo. Ci teniamo, perché teniamo al rapporto con il nostro cliente; è lui che mettiamo sempre al centro del nostro operare.

E a proposito di trasparenza, Woodco produce o commercializza?
Gian Luca Vialardi:
Anche qui ci piace essere trasparenti: tecnicamente possiamo definirci produttori, nel senso che produciamo il "pacchetto parquet". Questo significa che Woodco è direttamente impegnata nell'acquisto della materia prima e dei prodotti di finitura e garantisce in prima persona della bontà di questo pacchetto; tanto per essere chiari, acquistiamo parte del due o del tre strati da Croazia e da Austria, da aziende da noi partecipate, alcuni prodotti vengono finiti in loco, altri li facciamo lavorare e 'finire' in Italia, da artigiani di fiducia, curando tutto l'iter di lavorazione e soprattutto le certificazioni sono a nostro marchio. Anche i prodotti importati da Paesi extraeuropei (ormai non più di un 15% della nostra produzione totale) sono realizzati in base alle nostre indicazioni. Se mi passate il paragone, anche Prada, uno dei marchi italiani più noti, produce le scarpe della sua linea sportiva in Cina e non lo nasconde, il modus operandi, però, è quello dettato dall'Italia, dall'esperienza dell'azienda. Altro discorso è quello del laminato, un prodotto che non produciamo, perché ormai da 15 anni siamo importatori esclusivi di un marchio prestigioso, Berry Alloc: un'azienda seria, che ci ha dato tanto e alla quale abbiamo dato tanto.

Com'è composto il pacchetto di prodotti che Woodco può offrire al mercato?
Gian Luca Vialardi:
Partiamo dal 2 strati più 'semplice' fino a quello più elaborato, di grosse dimensioni (con larghezza 22 e lunghezza oltre due metri); abbiamo poi una collezione molto ricca di parquet a tre strati, dal pavimento più economico al prodotto sartoriale. Ci tengo a sottolineare che siamo molto attivi nella realizzazione di pavimenti su richiesta, con colori e lavorazioni speciali.
Abbiamo poi tutta una serie di accessori: battiscopa coordinati al pavimento, scalini, pezzi speciali. E poi la gamma Berry Alloc, cui accennavo sopra, composta da un paio di collezioni di parquet e da una gamma vasta e completa di laminati DPL, HPL e vinilici.

Quest'anno festeggiate i 30 anni: cosa è cambiato e cosa è rimasto uguale rispetto a quando siete partiti?
Gian Luca Vialardi: Sono rimaste immutate la voglia di fare, la consapevolezza di non essere arrivati da nessuna parte e la certezza che mollare anche solo per un anno o due la ricerca significa regredire. È rimasta la stessa la grinta delle persone e la voglia di fare e fare bene.
È cambiata senz'altro l'impostazione dell'azienda, oggi più rigida. C'è un po' più burocrazia, perché è ciò che viene richiesto dalle normative introdotte negli ultimi anni e dalle certificazioni.
Nonostante tutto, però, Woodco è ancora un'azienda orizzontale: dal vertice al magazzino alla forza vendita le distanza sono brevissime, il contatto con il cliente lo può avere chiunque e chiunque è in grado di fornire una risposta. Siamo un'azienda facile, nel senso migliore del termine.

È stato difficile andare avanti 30 anni senza perdere la rotta?
Gian Luca Vialardi:
Abbiamo raggiunto un equilibrio raro. Ci sono confronti talvolta accesi, ma mai scontri. Il segreto

è la condivisione continua. Quando c'è stato un cambio generazionale, una decina di anni fa, molti pensavano si sarebbero incrinati i rapporti all'interno dell'azienda, in realtà uno dei segreti di Woodco è che ognuno sa stare al proprio posto, ma al tempo stesso sa confrontarsi con gli altri.

Perché un rivenditore o un architetto dovrebbe scegliere di diventare vostro partner?
Gian Luca Vialardi: Posso dire che ciò che ci distingue dai competitors è la capacità di proporre innovazione. Tante aziende storiche del nostro comparto sono rimaste al palo perché non sono state in grado di stare al passo coi tempi, noi possiamo garantire una gamma che va dal prodotto economico fino al pavimento molto ricercato, da interior design. Un altro fattore che ci distingue è il magazzino, mediamente abbiamo 3,5 milioni di euro di merce stoccata in sede e questo ci permette di offrire un servizio tempestivo. E poi il merchandising per il punto vendita: dalla campionatura minima fino al supporto per ristrutturare delle aree ampie all'interno di uno showroom, dai dépliants al nostro sito internet, attraverso il quale riusciamo a dare parecchie segnalazioni ai nostri rivenditori.

Nel vostro ultimo vostro meeting c'è stata una parola ricorrente: concretezza.
Ce la spiega?
Gian Luca Vialardi: Ritengo che in un momento come quello che stiamo vivendo le aziende abbiano il dovere morale di trasmettere concretezza al mercato: nell'offerta e nel codice di comportamento. Questo significa da un lato presentare proposte con un rapporto tra prezzo e qualità corretto, che rispetti realmente il valore del prodotto (ci vuole sostanza!), dall'altro comunicare correttamente, con trasparenza ciò che si fa. Bisogna rispettare il proprio cliente. Abbiamo vissuto un periodo di eccessi, in cui il mercato era gonfiato. Ora la gente è stufa, ha bisogno, appunto, di concretezza. Non mi stancherò mai di ripeterlo. In questo senso, pur non essendo un cattolico praticante, ho apprezzato molto le affermazioni di Papa Bergoglio: l'amore cristiano è concreto, le nuove generazioni della politica devono essere concrete.

Che evoluzioni vede per il mercato del pavimento in legno?
Gian Luca Vialardi: Stiamo assistendo – e assisteremo sempre più - a una forte selezione. Il rivenditore si sta legando sempre più a produttori in grado di offrire garanzie a lungo termine e generalmente non si fa più incantare dagli specchietti per le allodole, opera delle scelte. Trovo che oggi avere troppi fornitori sia sbagliato, crea solo confusione nel consumatore finale e nell'architetto. Questo non significa che debbano diventare tutti monomandatari, sarebbe sbagliatissimo, ma credo che i rivenditori debbano fare delle scelte, credere nel prodotto che propongono e conoscerlo a fondo (noto che soprattutto all'interno di alcuni grossi showroom il personale ha una conoscenza superficiale del prodotto, legata all'offerta troppo vasta del punto vendita). Quello che mi sento di dire, in un momento così difficile, è che il mondo della rivendita, quello produttivo e quella della posa devono camminare insieme, rispettandosi reciprocamente e premiandosi, perché gli interessi sono comuni.

C'è un prodotto che le sta particolarmente a cuore?
Gian Luca Vialardi: È una proposta nuovissima, e a mio avviso molto interessante, della gamma Alpen Parkett. La linea si chiama Contatto (si tratta di parquet a tre strati, soprattutto plance, con qualche 3 strips) e io la definisco, tanto per non ripetermi (sorride, nda), una collezione concreta. Non è composta da 50 referenze come avevamo una volta (saranno 28), ma tutte 'centrate': ci sono i colori naturali, i bianchi, i grigi, i termotrattati e soprattutto c'è un prezzo corretto.

Perché ama il parquet?
Gian Luca Vialardi:
Pur essendo nato con i pavimenti resilienti, ho imparato negli anni ad amare il parquet perché è un prodotto dalle mille sfumature, perché è naturale e soprattutto perché ti permette – attraverso lavorazioni sia industriali sia artigianali – di esprimere il tuo carattere: può essere rustico o più 'pulito', semplice o più ricercato. Insomma, è un prodotto dalle mille sfaccettature.

QUESTA È GIORIO MILANO

Uno showroom pensato per evolversi nel tempo, che riunisce prestigiosi marchi di arredo. Leitmotiv: l'autenticità e l'originalità del design italiano

TESTO
TITO FRANCESCHINI

Inaugurato in occasione della Milano Design Week (8 - 13 aprile 2014), il nuovo showroom Giorio Milano, in via Canonica 5, riunisce prestigiosi marchi di arredo. Protagonisti, naturalmente, i pavimenti in legno dell'azienda piemontese – in particolare il brand Alma (visita il sito: **www.almafloor.it**)– ma non mancano i mobili artigianali, l'illuminazione di classe, l'arredo bagno più esclusivo e le pavimentazioni sportive.

Lo spazio, totalmente rinnovato, occupa una superficie di 180 mq ed è distribuito su due piani, con un'ampia area espositiva, progettata in maniera flessibile, uno spazio per i consulenti d'arredo e una zona studio, una vera e proprie area lavoro comunicante con le aree esposizione, dedicata a ospitare incontri con professionisti del settore arredo, eventi e workshop a tema.

PARQUET IN PRIMO PIANO

Un'ampia area al piano terra è dedicata ad Alma, brand distribuito in esclusiva da Giorio, al quale è stata riservata, oltre alla pavimentazione, una superficie verticale realizzata con delle quinte a tutta altezza che mettono in scena la varietà e le composizioni delle diverse essenze: un mosaico di proposte capaci di accontentare qualsiasi richiesta, dal progettista all'appassionato di design. Lo showroom milanese ospita infatti diverse soluzioni, dai parquet più classici a pavimenti realizzati artigianalmente. L'idea della boiserie espositiva a parete (realizzato dall'azienda Artigiana legno) è nata per dialogare con gli spazi liberi, destinati agli oggetti d'arredamento realizzati dalle diverse aziende partners, Pinton, Artigiana Legno e Italamp, contrapposte al mondo del bagno rappresentato dal brand giapponese Toto.

A COLLOQUIO CON ALESSANDRO GIORIO

Come mai avete scelto proprio Milano come location per questo esclusivo showroom?
Milano rappresenta una vetrina eccezionale per i nostri prodotti. Lo Showroom Giorio Milano, in via Canonica, è in pieno centro e facilmente raggiungibile sia con i mezzi pubblici che con l'auto. Si trova in una delle aree che da sempre riunisce i migliori e più prestigiosi marchi dell'arredamento e dell'interior design: Brera e le zone limitrofe. Siamo convinti che Milano, grazie all'Expo, ci permetterà di presentare i parquet Alma a un pubblico internazionale interessato al gusto e allo stile italiano.

In due parole, qual è la filosofia del nuovo showroom?
Lo Showroom Giorio Milano nasce con l'idea di riunire il meglio dell'arredamento italiano. Tutti brand presenti declinano, nei vari prodotti, caratteristiche quali l'autenticità e artigianalità dei pavimenti in legno Alma, l'eleganza e funzionalità dell'arredo bagno Toto, le sinuose forme dei lampadari Italamp. E inoltre, gli esclusivi divani e poltrone di Pinton, le soluzioni personalizzate dei mobili di Artigiana Legno e le innovative pavimentazioni sportive di Adisport.

UNO SPAZIO IN CONTINUA EVOLUZIONE

In occasione dell'inaugurazione, durante il Fuorisalone Design week, lo spazio al piano terra è stato allestito come un grande salotto, un'area spaziosa e ordinata, arricchita con oggetti di design, dove gli ospiti – invitati allo 'special event' con esclusivo light cocktail buffet - potevano muoversi comodamente e toccare con mano le proposte espositive. La filosofia alla base del progetto dello showroom, in effetti, è quella di uno spazio in continua evoluzione, che muta insieme al mutare delle proposte e dei trend di mercato.

UNA VENDITA NON INCASSATA SI CHIAMA REGALO

E lavorare senza guadagnare si chiama hobby. Se è questo quello che volete fare, almeno divertitevi, perché state pagando per farlo.
Il problema oggi non è vendere, ma vendere bene e soprattutto incassare bene (nei tempi e nei modi pattuiti in sede di trattativa)

TESTO
DAVIDE GABRIELLI

Mi capita ancora, purtroppo, di incontrare imprenditori della rivendita che, dopo aver respinto un pagamento, facendo finta di nulla, iniziano a discutere di nuove opportunità di business, nuovi investimenti… E io, ogni volta, devo affidarmi a tutte le mie 'capacità diplomatiche' per non andare su tutte le furie e rompere alcuni equilibri.
Poi ci ripenso a mente fredda e mi rendo conto che se oggi la gran parte del settore dell'edilizia dà così poco valore al "pagamento" è perché qualcuno glielo ha permesso negli anni passati (pur di vendere) e ha trasformato il pagamento in un argomento commerciale per differenziarsi. Peccato che fino al 2008 i margini permettevano questo e altro, ma oggi è assolutamente inaccettabile questo approccio al mercato.
Oggi le aziende investono grandi risorse per sviluppare nuovi prodotti, nuove idee, nuovi strumenti per argomentarne il valore e trasportarlo e poi si trovano partner della rivendita che prendono molto volentieri tutto questo bel pacchetto (anche perché li aiuta non poco a vendere e a differenziarsi), ma non lo pagano.
Le motivazioni sono molteplici, ma la più surreale che ho sentito è quella di chi racconta che, per colpa di prodotti di bassa fascia, di importazione, ha avuto una causa, non è riuscito a incassare e quindi ora non può pagare i fornitori su altri cantieri.
Allora la mia considerazione da consulente è: "Ma siamo sicuri che sia davvero una strategia intelligente quella di andare a cercare - e vendere - prodotti di basso valore, basso prezzo e bassa redditività, se poi a causa di questi prodotti si rischia di perdere anche marchi di valore, che permettono di differenziarsi?".

IL CONCETTO DI INSOLUTO

Quando parlo con alcuni di questi imprenditori della rivendita mi rendo conto che il metro di valutazione del concetto di insoluto è decisamente sbagliato: si fa molta confusione tra il concetto di perdere il margine commerciale e quello di perdere il capitale.
In questo mercato così competitivo oggi non ci si può permettere di perdere il capitale, in quanto si rischia di dover fare 10 vendite per recuperarne una andata male. Se l'insoluto è un fatto straordinario, come è sempre stato, si può gestire, ma se l'improvvisazione di molti imprenditori lo fa diventare un fatto ordinario, il rischio è quello di distruggere il valore in pochissimo tempo.

UN CIRCOLO VIZIOSO

Un'azienda di qualità, con un buon marchio, un ottimo posizionamento, ma con tanti insoluti inizia ad avere problemi di liquidità e, di conseguenza, deve ricorrere al credito, aumentando i costi finanziari, ma limitando al tempo stesso la propria credibilità nei confronti delle banche, in quanto dà un grande segnale di fragilità. Perdendo importante marginalità, l'azienda è costretta a ottimizzare i propri costi per ri-equilibrare i bilanci e, di conseguenza, andrà a limitare quelle attività che gli hanno permesso negli anni di raggiungere una quota di mercato e una notorietà di marca importante. L'attività di 'sfoltimento' rischierà di diminuire il valore - meno innovazione, meno marketing, meno flessibilità - e alla fine, per chiudere i contratti, si utilizzerà solo il prezzo per distinguersi dai competitor.
E quando si inizierà a fare questo, i margini saranno ancora più bassi e si entrerà in quel vortice che non potrà far altro che travolgere un brand verso il basso: per aumentare il fatturato sarà necessario raddoppiare i metri quadrati o i pezzi e per fare ciò ci vorranno più punti vendita. Più punti vendita in competizione tra loro e più aggressività sul prezzo… e meno fedeltà al brand.

BISOGNA FARE UNA SCELTA

Allora la mia domanda è: "Ma vale la pena fare da banca ad aziende incapaci di vendere valore? Vale la pena mettere a rischio il proprio futuro per chi non dà valore al proprio? Vale la pena continuare a ragionare sul concetto di fatturato o forse è meglio iniziare a valutare conclusa una vendita quando i soldi sono in cassa?".
Credo che il futuro di questo mercato passerà molto da qui. È normale che tutti i mercati abbiano dei cicli: degli anni si guadagna molto (a volte anche più di quanto meritato dalla fase di semina) e degli anni non si guadagna; bisognerebbe utilizzare le risorse e le ricchezze aziendali accantonate per far fronte agli anni di crisi.
Ma purtroppo in Italia ci sono tantissime famiglie ricche e altrettante aziende povere, in quanto, soprattutto nel mercato dell'edilizia, si è sempre andati avanti con una visione di breve periodo, sull'onda degli anni d'oro della speculazione edilizia.
Allora ancora una volta sarà necessario fare una scelta: i produttori dovranno decidere con quale modello trasportare il loro valore a valle e con quali garanzie di affidabilità, in quanto su questo si giocherà gran parte della partita.
I rivenditori, invece, dovranno decidere una volta per tutte dove posizionarsi, ma nei fatti (a parole tutti si dichiarano nell'alta fascia del mercato). Devono decidere come fare a essere affidabili, come fare a generare margini e valore, come fare a vendere e trasmettere valore e, di conseguenza, dovranno decidere con quali partner questo sarà più probabile e con quali meno.
Di certo nello stesso concessionario non si potrà vendere un'auto da 8.200 euro e una da 150.000 euro, anche se il venditore a disposizione è il migliore del mondo.
Non è credibile.
Il problema oggi non è vendere, ma vendere bene, ri-vendere bene e, soprattutto incassare bene, nei tempi e nei modi pattuiti in sede di trattativa.

L'AUTORE

La specializzazione di Davide Gabrielli è il marketing in tutte le sue fasi, dall'analisi dell'identità aziendale al posizionamento del prodotto sul mercato, dall'elaborazione della strategia alla sua applicazione operativa attraverso la rete vendita.

davide@studiodavidegabrielli.com

www.studiodavidegabrielli.com

Il "tocco invisibile"

La collezione 2014 Invisible Touch di Listone Giordano nasce per apprezzare appieno il calore del legno. Invisible Touch è un trattamento di nuova generazione, finitura ad acqua, che ha come caratteristica di proteggere il legno, pur mantenendo il tipico aspetto e colore di una superficie in Rovere non trattata. La finitura adotta l'esclusiva tecnologia antibatterica Crystalcare.
www.listonegiordano.com

Fast!

Lecamix Fast è un prodotto premiscelato leggero e isolante a veloce asciugatura per la formazione di strati ripartitori di carico (massetti di finitura) adatti alla posa diretta del parquet e di qualsiasi altra pavimentazione. Grazie all'argilla espansa Leca idrorepellente e alla speciale formulazione, Lecamix Fast steso nello spessore di 5 cm raggiunge valori di umidità residua del 3% in peso dopo 7 giorni dalla posa e una curva di asciugamento controllata fino a spessori di 10 cm. Lecamix Fast, marcato CE, ha una densità in opera di circa 1150 kg/m^3, è isolante termicamente, è resistente (160 kg/cm^2 a compressione), è certificato REI 120 (sp. 8 cm) ed ecobiocompatibile (certificato ANAB-ICEA per la bioarchitettura).
www.leca.it

Accetta il consiglio!

Consiglio abrasivi è un'impresa familiare che opera nel mercato degli abrasivi flessibili dal 1939. Su questa solida esperienza si fonda la specializzazione nella produzione e distribuzione di manufatti abrasivi di alta gamma. Nella ede di Sesto San Giovanni (Milano), su un'area di 5.000 metri quadri, l'azienda produce e commercializza nastri abrasivi di ogni dimensione, ruote lamellari con gambo e con foro, manicotti cilindrici rinforzati, dischi fibrati e altre confezioni abrasive speciali. Ampia la gamma di prodotti per la levigatura del parquet.
www.consiglioabrasivi.com

Il parquet prende vita

Questa bella plancia fa parte della collezione Haro 4000. È un Rovere bianco naturalin (scelta markant) da 180 x 2200 mm, con spessore dello strato nobile di circa 3,6 mm. Levigabile più volte, è facile da posare, senza l'impiego di attrezzi - grazie al sistema di connessione Top Connect - ed è adatto ai sistemi di riscaldamenti a pavimento. Lo strato intermedio è in listelli di legno massiccio di abete. Lo propone Pavidea.
www.pavidea.it

Accostamenti inattesi

Una collezione che porta una ventata di allegria, leggerezza e luminosità creando atmosfere facili, confortevoli e fresche. Il leitmotiv di New Mosaics Collection di Parquet In è il colore. La calda matericità dei legni viene sapientemente contrapposta ai luccichii dei mosaici di vetro e ceramica.
Le proposte di New Mosaics Collection offrono una vastissima gamma di accostamenti e materiali: mosaici in ceramica e vetro in tre formati (cm 1,5 x 1,5 - 2,5 x 2,5 - 5 x 5) in perfetta unione con il Rovere di diversa tonalità e con i legni pregiati come il Noce, il Wengè, l'Afrormosia o il Ciliegio.
www.parquetin.com

Come tu mi vuoi

LS uno presenta Bellezze Italiane, la nuova linea di Rovere Europeo in 13 formati, con più di 60 colori, realizzabili con diverse finiture. Le colorazioni sono disponibili verniciate oppure oliate con prodotti biologici, in pieno rispetto dell'ambiente.
Bellezze Italiane è 100% made in Italy.
www.lsuno.it

La bellezza del paesaggio inglese, i colori della sua terra e il suo fascino senza tempo sono diventati fonte di ispirazione per l'ultima collezione di pavimenti Giant. Sette versioni diverse di pavimento in legno prezioso, realizzato con 20 mm di rovere massiccio arricchito da lavorazioni artigianali, finiture naturali e sfumature di colore inconsuete, in linea con gli ultimi trend dell'interior design.
www.listonegiant.it

Per massetti cementizi

Contopp Accelerante Compound è un additivo in gel composito per preparare sottofondi cementizi con tempi di essicazione certa e certificata in opera, applicabile anche su massetti riscaldati, ora arricchito con speciali pigmenti colorati per individuare il prodotto e il dosaggio utilizzato. È composto da particolari additivi resinosi, speciali microfibre sintetiche che rinforzano il massetto, favorendo un incremento delle resistenze e una essicazione certa e programmabile; i particolari pigmenti attivi alla luce UV per la prova semiquantitativa in cantiere e/o laboratorio, rendono facile verificare il tipo e l'impiego del prodotto utilizzato.
www.knopp-chemie.com

Novità e tendenze in vetrina

I massicci di Bolzan

Bolzan, presente sul mercato con una gamma completa di parquet a 2 e 3 strati e una gamma di pavimenti a disegno, continua la produzione di pavimenti massicci.
Listone EVO è l'evoluzione del listone massello lavorato a maschio e femmina e proposto calibrato o finito a olio neutro o colorato. Oltre alla lavorazione con microbisello e spazzolatura, sono disponibili il taglio sega, l'anticatura e il piallato.
www.bolzanparquet.it

Un solo prodotto, molti vantaggi

Tuplex, by Nanni Giancarlo, è un materassino sottofondo per pavimenti in legno, parquet e laminati multifunzionale: isola dal rumore di calpestio, isola acusticamente, crea una efficace barriera all'umidità, crea uno spazio ventilato tra sottofondo e pavimento, è adatto a riscaldamento radiante, livella piccole imperfezioni.
Offre inoltre una durevole resistenza nel tempo, è molto resiliente e la sua compressione è solo del 4% quindi mantiene le sue proprietà e non perde le sue caratteristiche anche nel tempo.
Può essere utilizzato anche con il riscaldamento a pavimento
www.tuplex.it

Per parquet... Naturali

I prodotti Solas per la pulizia e il mantenimento sono composti da oli e resine vegetali e cera d'api, sostanze naturali al 100%, totalmente dichiarate in etichetta. Sono adatti per tutte le superfici in legno trattate a olio e/o cera. SapoNetto: per detergere e idratare il parquet ogni volta che si desidera senza impoverirlo. Lilla: cera liquida autolucidante, per restituire brillantezza e protezione al legno. Belparquet: miscela di oli pregiati per tonalizzare e rigenerare il legno restituendogli oleo-idrorepellenza. **www.vernicinaturali.it**

Deserto

Deserto è una delle numerose tinte che Friulparchet propone sul formato MaxiTop della collezione BioLinea. Le finiture oliate e verniciate, realizzate a mano dai mastri artigiani dell'azienda, rendono i suoi prodotti curati nei minimi dettagli. Il colore caldo ma 'semplice' di Deserto mette in risalto i toni variegati del legno, caratteristica naturale del Rovere Europeo in scelta Natur. La lavorazione a tre strati garantisce qualità e stabilità nel tempo. Friulparchet, oltre alle proposte a catalogo, può realizzare tinte oliate o verniciate anche su progetto del cliente.
www.friulparchet.it

IDEAL LEGNO
MADE IN ITALY
PAVIMENTI IN LEGNO
PREFINITI DUE E TRE STRATI
ECOCOMPATIBILI
IDEAL LEGNO S.r.l.
Via Dante Alighieri, 24 - loc. Premaore
30010 Camponogara (Venezia) Italy
Tel.+39 041 5150520 · Fax +39 041 5158133
www.ideal-legno.com · info@ideal-legno.com
la scelta più vicina a te
"the choice to you nearer"