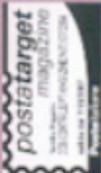


# TILE

*Italia*

Contiene I.P.  
ISSN 1120 - 7884

PIASTRELLE DI CERAMICA - PARQUET - MATERIALI PER LA POSA - ARREDOBAGNO - FINITURE D'INTERNO

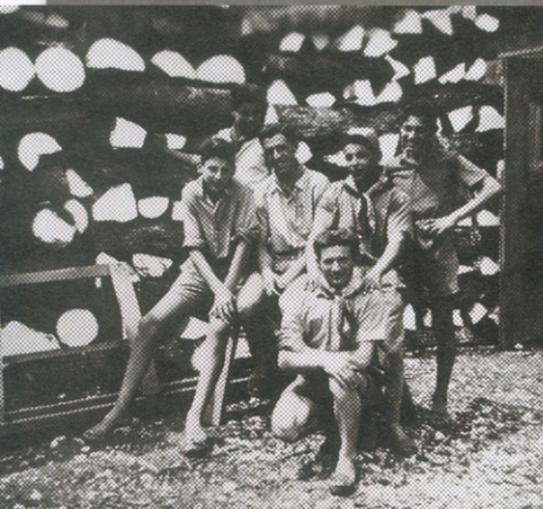


# Friulparchet compie 30 anni e ricorda Antonio Bolzan

di Chiara Bruzzichelli

La Friulparchet, fondata nel 1977 da Antonio Bolzan e dai figli Gabriella ed Elia, nasce da una ben più antica attività imprenditoriale: correva infatti l'anno 1927 quando Giuseppe Bolzan, nonno degli attuali proprietari, dette inizio alla produzione di "zoccoli", allora comunemente usati per camminare in montagna. Fu poi il figlio Antonio, nel 1950, dopo aver installato una segheria ed averne portato la sede a San Giorgio di Nogaro (UD), a dare inizio alla produzione di "parchetti". Ancora lui, nei primi anni Sessanta, acquistò una tra le prime Weinig installate in Italia: un'avveniristica linea produttiva automatizzata per la produzione di parquet. Indiscutibile, quindi, la capacità imprenditoriale di Antonio Bolzan, scomparso nel dicembre 2006 e del quale i figli Gabriella ed Elia, soci titolari dell'azienda, mantengono un tenerissimo ricordo, acuito dai festeggiamenti che stanno organizzando per celebrare il 30° anniversario di Friulparchet.

*Gli anni Cinquanta: Antonio Bolzan, al centro con il cappello, con altri dipendenti*



*Sopra:  
Gabriella ed  
Elia Bolzan*

*A destra: lo  
stabilimento  
Friulparchet*



**Tile Italia:** - Mi sembra che il ricordo di vostro padre sia veramente molto profondo... -

**Gabriella Bolzan:** "La storia di nostro padre è stata ricchissima, anche e soprattutto umanamente: nacque nel 1930 a Canale d'Isonzo, ex provincia di Gorizia, dove i suoi genitori-avevano avviato con grandi sacrifici - stiamo parlando del periodo antecedente la 2° Guerra Mondiale e di una famiglia con otto figli - una segheria per il taglio del legname ricavato da boschi acquistati nell'attuale Slovenia.

Lo scoppio della guerra costrinse la nonna, rimasta sola con i figli, ad abbandonare casa, segheria e boschi per rifugiarsi in Friuli, mentre il marito Giuseppe non fece più ritorno dai campi di battaglia.

Nostro padre, Antonio, riuscì comunque a completare gli studi e, poco più che diciottenne, intorno al 1956 acquistò, indebitandosi, un terreno a San Giorgio di Nogaro, dove dette inizio ad una piccola attività di segheria simile a quella del padre. Negli anni, assecondando le sue idee lungimiranti, ingrandì l'attività e realizzò, in collaborazione con un

fratello, uno tra i primi parchettifici in Italia. All'inizio lavorarono come terzisti fino a che, nel 1977, con me e mio fratello Elia già impegnati in azienda ed acquisita la necessaria esperienza, nacque il marchio di produzione Friulparchet e fu realizzata la nuova sede nella zona industriale di San Giorgio di Nogaro."

**Tile Italia:** - Quale l'insegnamento più importante che vi ha tramandato vostro padre? -

**Elia Bolzan:** "Nostro padre non si riteneva mai arrivato: dopo aver realizzato un progetto già concentrava le proprie energie su un nuovo obiettivo. Diceva che questo era per lui lo stimolo più grande! Allo stesso modo era convinto della necessità di reinvestire i guadagni, anche indebitandosi ulteriormente.

Ci ha dimostrato che per ottenere risultati importanti non bisogna mai sedersi sugli allori, ma cercare sempre di migliorare, anche a costo di correre qualche rischio."

**Tile Italia:** - Ed ora come vi apprestate a festeggiare il 30° anniversario della fondazione di Friulparchet e l'80° dell'attività imprenditoriale della

famiglia Bolzan? -

**Elia Bolzan:** "Stiamo organizzando una grande festa, che si terrà entro fine anno e per la quale accoglieremo qui a San Giorgio di Nogaro tutti i collaboratori aziendali, interni ed esterni, insieme alle rispettive famiglie."

**Tile Italia:** - Facciamo un attimo il punto sull'attività di Friulparchet? -

**Gabriella Bolzan:** "Dal punto di vista produttivo Friulparchet è perfettamente adeguata alle più attuali tendenze del mercato: l'azienda ha investito nella produzione di prefinito in grandi formati, migliorando la gamma dei tavolati a plancia unica, sviluppato nuovi trattamenti superficiali ed ampliato la varietà delle essenze disponibili."

**Tile Italia:** - Quali i nuovi prodotti? -

**Elia Bolzan:** "Abbiamo creato il nuovo brand Alexander: parquet extra lusso realizzato con teak ultracentenario recuperato dall'abbattimento di antichi edifici. Se con questo marchio ci siamo rivolti ad un target elevato, abbiamo nel contempo continuato ad impegnarci per trovare soluzioni che rispondessero anche alle necessità di fasce di mercato diverse, conservando sempre elevata



la qualità dei prodotti offerti. Abbiamo anche introdotto una nuova gamma di parquet per esterni, denominata External."

**Tile Italia:** - Grande sforzo di ricerca quindi... -

**Elia Bolzan:** "Parquet innovativi possono nascere solo da investimenti in ricerca e, infatti, nel 2006 abbiamo dato vita a "Lab": il nostro laboratorio dove vengono raccolte e rielaborate le diverse idee per realizzare nuove collezioni."

**Tile Italia:** - E dal punto di vista della comunicazione, su che cosa vi state concentrando? -

**Gabriella Bolzan:** "Dopo aver introdotto nelle sale mostra italiane veri e propri Friulparchet Point (ormai sono oltre 60 distribuiti tra le varie regioni), caratterizzati da un format predefinito per comunicare al meglio le nuove gamme di prodotti e la nuova immagine aziendale, ci siamo impegnati in un restyling completo dell'immagine, dal sito internet alla catalogica."

La comunicazione continua ora con una nuova campagna stampa ad alto impatto emotivo: dopo "Friulparchet

therapy" stiamo ora studiando un'immagine nuova, atta ad esaltare le caratteristiche dei pavimenti della serie Bio-linea: belli e resistenti, facili nella posa, ma soprattutto naturali e sani anche nei trattamenti di superficie. Abbiamo anche lanciato una nuova campagna di sensibilizzazione, donando ad agenti e rivenditori oltre 1000 piccole querce da piantare nel proprio giardino, invitando peraltro i nostri competitor a fare altrettanto, a conferma della nostra attenzione ai problemi eco-ambientali."

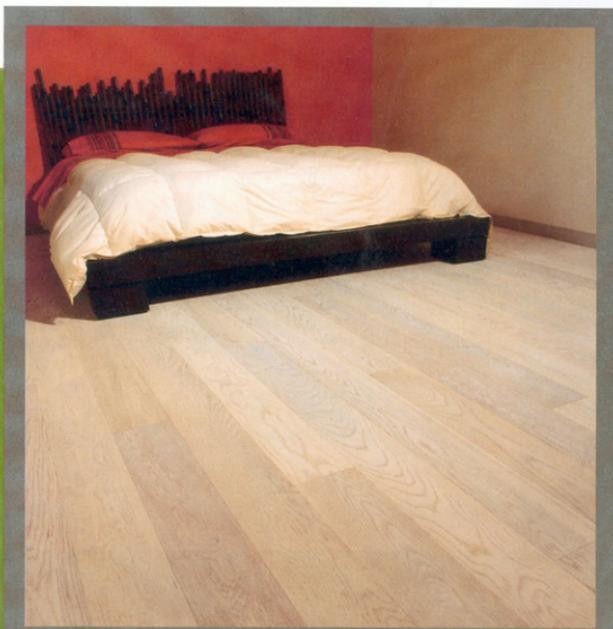
**Tile Italia:** - Continuate ad organizzare anche viaggi incentivi, tour eno-gastronomici (ricordo di essermi imbattuta in un gruppo "Friulparchet" a Montepulciano), le convention a San Giorgio di Nogaro? -

**Gabriella Bolzan:** "Certamente, scopo di tali iniziative è proprio "fare gruppo", motivare la forza vendita ed i nostri clienti intorno ad una comune sfida al mercato. Vogliamo raggiungere dei risultati, approfittando dell'eccellente capacità produttiva dell'azienda e dell'alta

qualità dei suoi prodotti, certificata dalla scheda prodotto che la Friulparchet rilascia quale impegno del produttore per la tutela del consumatore. Con la certificazione ISO 9001, quella del CATAS e una rete vendita sempre più preparata, miriamo a raggiungere una sempre maggiore penetrazione del mercato nazionale."

**Tile Italia:** - Come si prospetta il 2007? -

**Elia Bolzan:** "Sarà sicuramente un anno positivo. Il pavimento in legno sta prendendo piede sempre di più e mira a conquistare nuove fette di mercato anche attraverso gli investimenti su nuovi materiali. Tutti i nostri prodotti rispettano le normative europee garantendo elevati standard qualitativi, grazie ad accurati controlli eseguiti costantemente. Tuttavia siamo convinti che per essere competitivi ed affrontare le sfide future con successo sia importante continuare a produrre pavimenti in legno con serietà, competenza, tradizione, qualità e lungimiranza. Ovvero con quei valori che ci ha sempre trasmesso nostro padre". ■



**Friulparchet®**

## FRIULPARCHET REGALA QUERCE

“Copiateci!!!!” Con questo slogan Friulparchet®, azienda friulana che vanta quasi un secolo di esperienza nel settore del parquet, invita tutti, “competitors” inclusi, a copiare il suo esempio: incentivare il rimboschimento regalando querce. L’azienda friulana ha già donato oltre 2000 querce ai visitatori dello showroom, agli agenti e clienti di tutta Italia, ed altre 5000 saranno regalate ai bimbi delle scuole elementari della provincia di Udine. Potrebbe essere la prima volta che un’azienda esorta anche le realtà concorrenti a sposare la stessa iniziativa, decisamente interessante per non superare le rivalità da sempre esistenti all’interno dello stesso settore produttivo. “Si tratta - spiegano Gabriella e Elia Bolzan, titolari di Friulparchet® - di garantire alle prossime generazioni un futuro verde e rispettoso della natura, che senza dubbio non è brevettabile. Da oltre vent’anni il settore dei pavimenti in legno è preso di mira da ambientalisti, da governi e da politiche dettate dal consumismo di massa.” *Ma gli alberi di fatto si possono ripiantare e Friulparchet® lo fa già dal 2006, quando ha attivato la sua prima politica di rimboschimento.* “L’auspicio - continuano - è che, un

domani, questa iniziativa si trasformi in una vera e propria riforestazione. Il nostro impegno è quello di piantare gli stessi alberi necessari per produrre i parquet. Solo così possiamo certificare il valore intrinseco dei nostri pavimenti in legno”.

# Friulparchet®