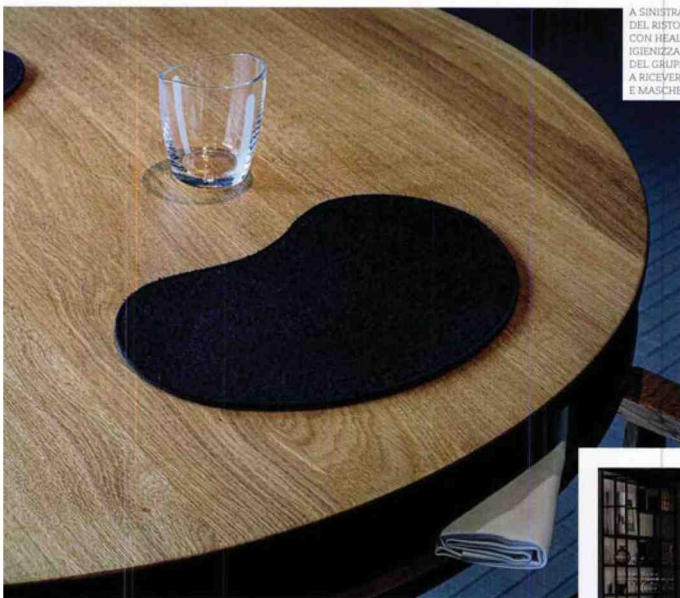
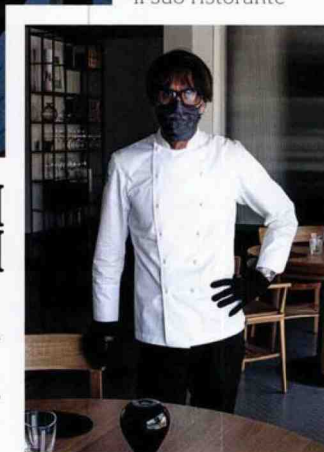


LookINg
 AROUND
 PRODUCTION



A SINISTRA, UN DETTAGLIO DI UN TAVOLO DEL RISTORANTE D'O DI DAVIDE OLDANI, TRATTATO CON HEALTHYWOOD, LINEA DI FINITURE IGIENIZZANTI SVILUPPATE DA MILESI. BRAND DEL GRUPPO IVM. SOTTO, CHEF OLDANI PRONTO A RICEVERE I SUOI OSPITI CON GUANTI E MASCHERINA. FOTO DI MAURO CRESPI

Brand del gruppo IVM, Milesi ha sviluppato **Healthy.Wood**, una linea di fondi e finiture **igienizzanti** per vari supporti. Abbiamo parlato delle qualità di questa gamma con **Davide Oldani**, che vi ha fatto ricorso per riaprire in sicurezza il suo ristorante



COLLABORAZIONI ECCELLENTI

L'attenzione all'igiene è diventata - oggi più che mai - una priorità inderogabile nella vita di tutti i giorni. Una circostanza che rende di attualità stringente la ricerca di Milesi, brand del gruppo multinazionale IVM che, col suo team di oltre 200 ricercatori e tecnici specializzati, si impegna a trovare soluzioni all'avanguardia attente all'uomo e alla sostenibilità. Dalla ricerca del marchio è nata HealthyWood, un'ampia gamma di fondi e finiture igienizzanti e sanificanti utilizzabili per vari supporti. Le particelle igienizzanti sono integrate direttamente nella loro formulazione, così da garantire che siano distribuite in modo omogeneo. La superficie verniciata risulta perfettamente resistente ai batteri in

ogni sua parte. Inoltre, dato che le particelle non evaporano, l'azione igienizzante dura per sempre, anche su piani puliti di frequente con detergenti aggressivi, rendendo superfluo l'uso di disinfettanti. La linea HealthyWood permette inoltre interventi di manutenzione degli arredi, tanto da essere stata adottata da Davide Oldani per riaprire in sicurezza il suo ristorante D'O di Cornaredo. Abbiamo incontrato lo chef per approfondire qualche dettaglio della collaborazione con Milesi.

In che modo è venuto a conoscenza delle finiture igienizzanti Healthy.Wood di Milesi?

In maniera naturale. È ciò che avviene tra persone che lavorano con professionalità: in un modo o nell'altro ci si incrocia. Inoltre siamo vicini di casa (non ci sono neppure due chilometri a separare il D'O dalla sede di Milesi, ndr) e così abbiamo messo in gioco i nostri due brand per poter creare qualcosa di alta qualità. Abbiamo fatto delle prove

LookIng AROUND PRODUCTION

con queste vernici igienizzanti perché dessero maggiori garanzie ai miei ospiti. Ed è da rimarcare come questi prodotti abbiano valorizzato i miei arredi non solo dal punto di vista della sicurezza igienica, ma anche da quello estetico. Sono molto contento dei risultati che abbiamo ottenuto.

Come descriverebbe il rapporto di collaborazione con l'azienda?

collaborazione con Milesi. Quanto gli arredi in massello di rovere da lei stesso disegnati contribuiscono a definire l'identità del D'O?

Direi tantissimo. Per esempio, i miei tavoli sono più alti del normale (81 cm) e sono stati studiati ad hoc per garantire una digestione più corretta. Lo stesso vale per le sedie, che sono anch'esse più alte e dotate di poggia

accessori per avere a portata di mano ciò di cui abbiamo bisogno quando ci sediamo. Tutti questi accorgimenti progettuali hanno fatto in modo che il D'O potesse rispecchiare perfettamente l'idea di cucina che abbiamo in mente. Per cui, chi entra al D'O vive un'esperienza totale: dal modo in cui viene accolto a come si siede, dall'esperienza culinaria alla maniera in cui si alza da tavola a fine pasto. Il cliente ha un'accoglienza qualitativamente uniforme, dalla A alla Z. Questo per me è molto importante.

Infine, tra le iniziative che coinvolgono Milesi, oltre a quella con lo chef Oldani, è da citare il Progetto Scuola, per cui il brand si è impegnato nella riqualificazione di tutti i banchi, sedie e cattedre delle scuole primarie e secondarie di Carugo, paese della Brianza cuore dell'attività mobiliara, così da permettere un rientro all'attività didattica in totale sicurezza. Presente in oltre 100 Paesi, Milesi può contare su molteplici canali di commercializzazione, sia diretti (attraverso le proprie strutture) sia affidandosi a rivenditori specializzati distribuiti capillarmente nelle diverse aree internazionali. ■ A.P.



Di stima, perché quando due aziende condividono il medesimo obiettivo – fare qualità – ne derivano rapporti umani corretti e, di conseguenza, una vita un po' più leggera.

Quanto è stata utile la scelta di queste vernici per la riapertura del D'O dopo l'emergenza sanitaria?

In una scala di valori che va da uno a dieci, sicuramente dieci.

In Italia, come possibile soluzione ai momenti di crisi, si ricorre spesso all'espressione "fare sistema". Crede che la collaborazione con Milesi sia un esempio concreto di questa formula un po' abusata?

Sicuramente. Senza che sapessi di avere questa possibilità a portata di mano, l'opportunità si è presentata nel corso del lockdown. Quindi il periodo di chiusura forzata ci ha paradossalmente portati a elevare quella qualità che siamo in grado di mettere in campo adesso.

Infine, una domanda che esula dalla



SOPRA E IN ALTO, OGGETTI E ARREDI DEL D'O DISIGNATI DA OLDANI E TRATTATI CON HEALTHYWOOD. FOTOGRAFIE DI MAURO CRESPI. QUI, UN'IMMAGINE ILLUSTRATIVA DELLE QUALITÀ IGIENIZZANTI DELLE FINITURE NATE DALLA RICERCA MILESI.

