

LA MILESI DI PARONA HA AVVIATO UNA PARTNERSHIP CON IL GRUPPO SPAGNOLO FINSA

Vernici all'acqua innovative per la tinteggiatura degli esterni

Sviluppo tecnologico e ricerca d'avanguardia sui materiali sono il cuore della collaborazione tra la Milesi di Parona Lomellina e Finsa, azienda spagnola pioniera nella produzione di pannelli truciolari e MDF, che, come Milesi, è da sempre in prima linea per lo sviluppo di soluzioni sostenibili e rinnovabili.

La consolidata partnership tra le due realtà ha permesso ai prodotti a base acqua della gamma per esterni Milesi di essere consigliati per la verniciatura del nuovo Tricoya® Board e-

sposto all'esterno. Un riconoscimento importante per i prodotti Milesi, poiché Finsa Infinite Tricoya® è il frutto degli studi più avanzati in materia di soluzioni in legno: si tratta infatti di un pannello MDF di nuova concezione, sviluppato modificando la struttura del legno e creando un materiale idrofobo attraverso il processo di acetilazione. Il risultato è un pannello che garantisce un'eccellente durata e stabilità dimensionale anche nelle condizioni più estreme.

I prodotti e i cicli consigliati da Mile-

si per Finsa Infinite Tricoya® sono certificati CATAS Quality Award Plus e CATAS WKI Premium Plus, le massime certificazioni possibili in termini di resistenza all'esterno, valutate su un periodo di invecchiamento naturale di due anni - il doppio di quanto richiesto dalla norma EN 927-3.

La gamma all'acqua per esterni Milesi offre inoltre una vasta scelta di colori pigmentati e mordenzati "Milesi Collection", oltre a finiture ad effetto naturale. La collaborazione tra Milesi e Finsa per il nuovo pannello Finsa Infinite



Tricoya® sancisce il comune impegno nella ricerca e nello sviluppo tecnologico, fondamentale per offrire al mercato soluzioni sempre più innovative e performanti.

Milesi è un marchio del Gruppo multinazionale IVM, fra i più grandi ed importanti in Europa e nel mondo specializzati in vernici per legno distribuiti in oltre 100 paesi.

Il riconoscimento della Regione assegnato anche alla Gioielleria Trotti di Vigevano
Altre quattro imprese premiate nella nostra provincia, due sono in Lomellina

Ecco le nuove attività storiche

Sono 117 le nuove attività storiche di Regione Lombardia che la settimana scorsa hanno ricevuto il riconoscimento ufficiale da parte dell'assessore regionale allo Sviluppo economico Guido Guidesi all'auditorium Giovanni Testori di Palazzo Lombardia, presente anche il governatore Attilio Fontana. Diventano quindi 2.234 il numero di insegne con più di quarant'anni di storia alle spalle, riconosciute dal 2004. Tra i nuovi inserimenti, figurano in particolare, 65 negozi storici, 28 locali storici e 24 botteghe artigiane storiche. Cinque le attività premiate della nostra provincia. Tra queste la Gioielleria Trotti di Vigevano, aperta nel 1948. In Lomellina altre due attività: il Market di Garlasco (1958) e Ore Liette di Sannazzaro (1980). Le altre sono Bottega Artigiana Storica di Codevilla (1979) e La Novità di Pavia (1959). L'elenco vede la provincia di Bergamo con il numero più alto di nuovi riconoscimenti (21). Seguono le province di Brescia (16) Sondrio (15) Lecco (13) Milano (12) Varese (9) Mantova e Lodi (7) Cremona (6) Como (5) e Monza e Brianza (2).

C'è un'ampia varietà di piccole e grandi imprese che raccontano l'operosità, la capacità di rinnovarsi, l'impegno costante ed il coraggio di tanti imprenditori nell'affrontare le sfide dei tempi che cambiano, nel-



Sono 117 le nuove "attività storiche" in Lombardia

le realtà più disparate della nostra regione. Nel 2019 è stata approvata una modifica alla legge regionale 6/2010 "Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere". La riforma ha incluso anche le botteghe artigiane per riconoscere formalmente la rilevanza del patrimonio delle attività storiche.

«Per noi - ha detto l'assessore Guido Guidesi aprendo l'evento - è un grande orgoglio consegnare questi riconoscimenti e lo dico sinceramente anche nei confronti di quelli di che ho avuto l'opportunità di conoscere personalmente». «Questo riconoscimento è importante, ma Regione Lombardia - ha aggiunto - ha messo in campo anche contributi per l'innovazione e la valorizzazione delle attività storiche e di tradizione. Presto quindi il bando tornerà ad essere disponibile con nuove risorse finanziarie». «Noi come istituzione - ha proseguito l'assessore - continueremo a fare il possibile per voi. Il grazie quindi va a voi per tutto quello che fate nelle nostre comunità, nella nostra Regione. Non stiamo infatti parlando solo di attività di grande qualità e di grande laboriosità, ma anche delle vite di tante persone e famiglie che hanno portato avanti il mestiere. Dai nonni ai nipoti, dal padre al figlio ai tanti altri esempi virtuosi che tengono vive le nostre comunità, le tradizioni e la nostra qualità del lavoro. Per cui il grazie che voi avete voluto dare a Regione Lombardia attraverso il video che avete trasmesso - ha concluso Guidesi - noi ve lo restituiamo. Questo è il grazie di Regione Lombardia al vostro impegno e ai vostri grandi sacrifici».

DAL 19 AL 21 SETTEMBRE A FIERAMILANO-RHO L'EDIZIONE 2021 DEL SALONE INTERNAZIONALE DELLA CALZATURA

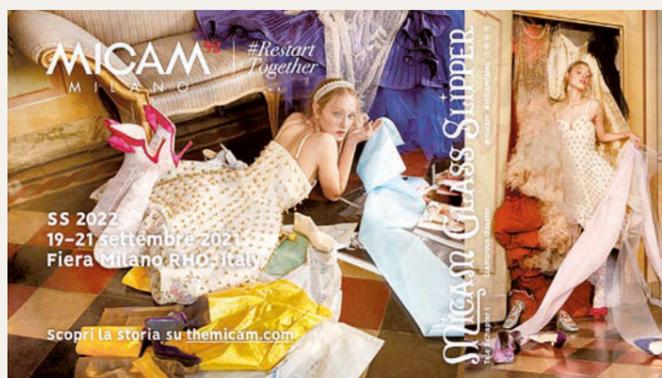
Micam ispira con le fiabe: tocca alla scarpetta di cristallo

Dopo il successo pluripremiato della scorsa edizione, la campagna di comunicazione #Micamtales, le fiabe di Micam, il Salone internazionale delle calzature in programma a Fiera Milano dal 19 al 21 settembre prossimi, prosegue con la seconda fiaba: Micam Glass Slipper. In particolare, la storia scelta per incorniciare questo momento speciale, di forte energia del settore calzaturiero nel post-pandemia, si concentra sulla celebre scarpetta di cristallo.

«In uno scenario nel quale il desiderio di ripartire e di tornare a sognare è fondamentale - afferma Siro Badon, presidente di Micam, la scelta è ricaduta su una delle fiabe più celebri, per i messaggi di speranza che racchiude in sé. La direzione

creativa della campagna è di MM Company, con l'accounting di Laureri Associates.

L'universo fantastico di "Micam Glass Slipper", proprio come era avvenuto con il precedente "Micam in Wonderland", accompagnerà i visitatori per le prossime 3 edizioni di Micam, raccontando altrettanti momenti tipici della storia. A settembre 2021 (Primavera/Estate) il primo capitolo "Glamorous disaster" mostrerà il tentativo vano della protagonista di crearsi da sola un look per il gran Ballo, a febbraio 2022 (Autunno/Inverno) il secondo capitolo "the enchanted gown" (l'abito incantato) ci condurrà nel magico incantesimo che culmina con le scarpe da sogno; ed infine a settembre 2022 (Primavera/Estate) il terzo capitolo



"the Ball" (il Ballo) culminerà con il Ballo fiabesco per antonomasia e la perdita dell'iconica scarpetta di cristallo. Tre momenti dall'intensità crescente, che simboleggiano il corso della creatività: dapprima si cerca di creare qualcosa, ma-

gari sbagliando, poi si ottiene un risultato perfetto, per poi sfoggiarlo nel momento più ambito. Gli scatti di campagna, ad opera del fotografo Fabrizio Scarpa, sono corredati da uno short-film per ciascun capitolo, con la regia di Daniele

Scarpa. La narrazione si basa sulla contrapposizione costante tra immaginario fiabesco - reso dalle atmosfere romantiche, dal ritmo rallentato, dalla location e dagli abiti - e l'iperrealismo narrativo - la fiaba originaria è stata declinata in un contesto contemporaneo, con tutte le sue fragilità, incertezze e contraddizioni. Il primo capitolo della campagna "Glamorous disaster" vivrà anche all'interno del Salone fisico, dove verrà allestita una speciale exhibit-experience ispirata al tema. Un esempio di integrazione comunicativa che sempre più accompagna il mondo Micam attraverso tutte le piattaforme di comunicazione: Salone fisico, Salone digitale, social media, sito internet, media tradizionali e digitali.