

# Communication with Ethic-cultural Values

Liolà ist sicherlich ein Nischenprodukt, das das typische traditionell verwurzelte italienische Familienbusiness und seine Philosophie widerspiegelt.



Vittorio Giulini

Gefragt, was sie heute darstellen, antwortet Vittorio Giulini, Präsident von Liolà und den zwei Weingütern: „Wir sind ein Familienunternehmen mit starken internationalen und kulturellen Traditionen, die einen sehr großen Einfluss auf unsere industriellen, landwirtschaftlichen und sozialen Aktivitäten haben. Aus unserer kulturellen Vergangenheit haben wir vier Prinzipien mitgenommen: Qualität für Leben, Umwelt, menschliche Beziehungen – und eine Mode 100 % Made in Italy.“ Die Zukunftsstrategien sehen für Liolà so aus: ein einmaliges Produkt für Technologie und Design, eine einzigartige Distribution für Standort, Architektur und Empfang, eine einzigartige Kommunikation, basierend auf ethisch-kulturellen Werten.

Liolà gehört seit vier Generationen der Familie Giulini. Sie begannen als Baumwollweber und Spinner, wandten sich dann aber einer Bekleidungsniše zu: Jersey-Strick, Färberei und Druckerei im Bereich Damenmode. 300 Personen arbeiten in drei Fabriken. 25 Technologien sichern ein sehr hohes Niveau an Fashion und Qualität. Die Größen reichen von 40 bis 60 (italienische Größen) und die Kollektionen werden in 500 Geschäften auf der ganzen Welt einschließlich China verkauft. 190 Shops oder Corner, wovon 44 der Familie gehören, aber von Fachhändlern betrieben werden, tragen das Liolà-Firmenschild.

Vittorio Giulini glaubt, dass „wir nicht alle in die gleiche Richtung gehen sollten. Glücklicherweise stehen die Menschen morgens auf und müssen sich anziehen. So wollen sie ständig neue Sachen. Wenn Sie also eine hohe Qualität, einen schönen Stil und ein interessantes Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten, dann folgen sie Ihnen. Und, das ist unsere Strategie: Bieten Sie Ihnen etwas anderes als die anderen!“ cc



*Liolà is certainly a niche product which reflects the typical traditional even ancestral Italian family business and philosophy.*

*Asked what they present nowadays, Vittorio Giulini, chairman of Liolà and of the two wine properties replies: "We are a family company with a strong international and cultural tradition, which has a great influence on our industrial, agricultural and social activities. From our cultural past we have taken four basic principles: quality of life, of environment, human relationship – and fashion 100 % Made in Italy." The strategies towards the future of the Liolà world are: a unique product for technology and design, a unique distribution for location, architecture and reception, a unique communication based on ethic-cultural values. The choice of Made in Italy is a choice of quality but also of social and environmental values.*

*Liolà has belonged to the Giulini Family for four generations. They started as cotton weaving and spinning enterprise, then moved to a garment niche: jersey-knitting, dyeing and printing for women's wear. 300 people work in three different plants. 25 technologies at a very high level in the jersey-knitting assure high fashion and quality. The sizes go from 40 to 60 Italian sizes and the collections are sold in 500 shops all over the world including China. 190 shops or corners of which 44 belong to the family but are run by area professionals have the Liolà sign.*

*Vittorio Giulini believes that "we should not go all in the same direction. Luckily all people wake up in the morning and have to dress, so they want continuously new things. So if you offer a high quality, a nice style and an interesting quality-price value they are ready to follow you. And, this is our strategy: Offer them something different from the others!"*

