

Lei & Lui

Moda e tendenze



MADE IN ITALY
Nelle foto, a sinistra due modelli Liolà autunno - inverno 2008/09. A destra, il presidente Giuliani e alcune proposte per l'estate che verrà



chi è
Vittorio Giuliani è nato a Milano 68 anni fa da una antica famiglia di origine piemontese trasferita nel 1700 nel capoluogo lombardo, da sempre impegnata sul piano culturale e sociale e dalla fine dell'800 attiva nel settore industriale del tessile-moda. Laureato in chimica, l'imprenditore, che è presidente del famoso marchio di abbigliamento femminile in maglia Liolà, coltiva la passione per la storia, l'arte, la musica. All'inizio degli anni Sessanta Giuliani entra in azienda e fonda il marchio Liolà, oggi leader dell'abbigliamento in maglia distribuito in 150 negozi. Modello di successo per una piccola media impresa dello stile che investe nella ricerca e nei macchinari e che garantisce un autentico made in Italy, grazie al lavoro di 220 addetti. Molti gli incarichi prestigiosi, in Confidi Milano, in Assolombarda (membro di giunta da 20 anni), presidente di Moda Industria dal 1994, già presidente di Sistema Moda Italia e di Efima, vice presidente di Pitti Immagine, consigliere della Camera Nazionale della Moda e del Centro di Firenze per la Moda Italiana.

8 DOMANDE A VITTORIO GIULINI

«No a feste e sfilate, investiamo sulla qualità»

«I nostri abiti di maglia sono un atto d'amore. Per questo abbiamo tutte le taglie, fino alla 60»

VIAGGI E GASTRONOMIA
Il fascino dell'India. Come risparmiare in vacanza

di EVA DESIDERIO

1 Dottor Giuliani, da cosa bisogna partire per lavorare nella moda?
«Dall'amore per la bellezza e per il nostro patrimonio artistico e culturale. Senza queste passioni non si va da nessuna parte, specie in questi tempi duri in cui bisogna lottare. L'Italia ha il primato dei beni culturali, i nostri occhi hanno una marcia in più».

2 L'arte è una delle sue grandi passioni?
«Sì, amo moltissimo spaziare dall'antico al contemporaneo, da Giulio Cesare a Bellini e fino a Bill Viola. Poi sono stato un privilegiato anche nelle amicizie perché per 20 anni Federico Zeri è stato spesso ospite in casa mia».

3 Tutti parlano di crisi, anche quelli che per troppi anni hanno galoppato il rischio d'impresa. E anche nel suo settore. Cosa si sente di dire su questo argomento?
«Quello che ho già detto a Report, la trasmissione - denuncia di Milena Gabanelli, poco più di un mese fa. Penso che prima di tutto bisogna ritrovare un po' di etica nel lavoro. Siamo stati massacrati dal modello americano - inglese, del tutto subito, del guardare al denaro solo per il denaro. Senza etica non si costruisce nulla. La moda è il massimo del piacere della vita, fin dal primo mattino vestendoci decidiamo tante cose e raccontiamo agli altri tanto di noi. Per questo bisogna pensare a chi ha lavorato a fare la giacca che portiamo, se qualcuno è stato sfruttato e se le tinte dei tessuti non sono nocive».

4 Lei è presidente di Liolà, marchio fondato da suo padre Leopoldo nel '68 a Borgomanero. Siete rimasti sempre attaccati a questa terra, a questa gente, a questa natura. Mai tentato di delocalizzare come tanti suoi colleghi?
«Tentato sì, certo, perché tutto sarebbe più vantaggioso. Ma sono rimasto fermo ad una filosofia aziendale che poi è anche la nostra filosofia familiare. Ci piace produrre nel nostro Paese e assumere i figli e le figlie dei nostri dipendenti. È molto più costoso e difficile garantire centinaia di posti di lavoro che non fare una o due sfilate. Penso che il consumatore lo apprezzi. Per questo abbiamo allungato e coperto tutta la filiera produttiva, ci facciamo i filati e i tessuti a maglia da soli con macchine speciali comprate tre anni fa. Questa è la nostra etica nella produzione. E poi ci piace anche fare prodotti diversi dagli altri, mai banali. Non vado in Cina a produrre, in Cina vado a vendere Liolà nelle nostre boutiques».

5 Raccontiamo un po' Liolà.
«Partiamo dalla nostra cliente che è molto fedele, credo anche per simpatia. Dopo la trasmissione di Raitre ho ricevuto molti messaggi, tutti bellissimi, che hanno colto l'anima nuova di un marchio storico come Liolà. Abbiamo 220 operai e impiegati, concentrati nello stabilimento di Borgomanero (No). Le boutique sono 180, molte autonome, gestite da commercianti pionieri che da venti anni sono con noi. Altri li gestiamo direttamente. Il fatturato è di 20 milio-

ni di euro, e se mettiamo dentro l'ingrosso coi negozi raddoppia. Come location non scegliamo mai le strade del lusso, preferiamo invece i quartieri borghesi e residenziali dove la gente vive veramente. Non abbiamo mai fatto sfilate, né feste: investiamo sul prodotto, sul suo valore etico - culturale. E mi sembra un messaggio di comunicazione molto attuale».

6 Cosa significa dunque per lei 'fatto' in Italia?
«Prima di tutto una scelta di qualità, ma anche di valori sociali, ambientali, di sicurezza del lavoro, di diritti per i lavoratori. La ricerca del minimo impatto ambientale».

7 La sua più grande ambizione?
«Quella di trasformare la tecnologia in arte. Anche con la moda. I nostri abiti in maglia sono prima di tutto un atto d'amore. Le donne vanno vestite, mai rese ridicole con un vestito. Per questo abbiamo tutte le taglie, arrivando anche alla 60, ma siamo fortissimi anche sulla 40-42 perché abbiamo molte clienti in Giappone. Ma la più bella soddisfazione di oggi è vestire le giovani, magari le figlie o le nipoti delle nostre clienti che stanno riscoprendo il fascino dell'eleganza italiana fatta di garbo».

8 Perché il marchio si chiama proprio Liolà?
«Perché il sogno è di trovare un capo dovunque. Li o là, appunto, che si pronuncia bene in tutte le lingue. E poi il personaggio di Pirandello che porta questo nome amava molto le donne...».

VENERDI