

HA SAPUTO resistere alla tentazione di delocalizzare e anzi ha investito in tecnologia: il risultato è stata la produzione di capi di alta qualità, che non sono copiabili, e il mantenimento della base occupazionale

“Liolà” protagonista a “Report”

L'azienda borgomanerese esempio di buona impresa

BORGOMANERO • Un'azienda borgomanerese è stata protagonista, domenica sera, della nota trasmissione televisiva di Rai 3 “Report”: si tratta della “Liolà”, di cui è proprietaria la famiglia Gelmini.

Protagonista in positivo, tanto che la vicenda che riguarda la ditta è stata inserita nella sezione “buone notizie”, per il suo modo del tutto particolare di rispondere alla crisi del settore tessile e “moda Italia”, una risposta che ha portato all'espansione di “Liolà” e alla tutela del personale.

“Eravamo stati noi stessi a segnalare alla trasmissione come, in un panorama decisamente fosco, la nostra era una realtà diversa - spiega Vittorio Giulini, presidente e amministratore delegato di “Liolà” - Non ne avevamo saputo più niente, finché nel luglio scorso mi ha chiamato il giornalista Giuliano Marrucci. Mi aveva detto che si erano informati, che avevano effettuato una specie di inchiesta e, appurato che le cose stavano come le avevamo descritte, intendevano realizzare il servizio. Per noi luglio è un mese particolare, molto impegnativo e dunque avevamo rinviato il tutto a settembre”.

Così “Report” è arrivata a Borgomanero un mese fa e la troupe ci è rimasta alcuni giorni: “Marrucci mi aveva avvisato che voleva campo libero e infatti dei tre o quattro giorni trascorsi in zona con me ha parlato per un'ora o poco più” ricorda Giulini.

Ma cos'ha di così particolare l'azienda borgomanerese? In un settore dove tutti tendono a delocalizzare (e a licenziare i propri operai), a far produrre in Estremo Oriente a 5 per rivendere poi a 50, la “Liolà” ha scelto la strada opposta: “Abbiamo deciso di investire sull'ammodernamento degli impianti e sulla tecnologia di altissima qualità e di mantenere la struttura industriale - conferma Giulini - perché abbiamo pensato che questa fosse la strada che, nel lungo periodo, risultasse vincente. Ed è stata



UN MODERNO macchinario nell'azienda di borgomanero; nel riquadro Vittorio Giulini

una scelta dettata anche dalle nostre convinzioni etiche, dal senso di responsabilità nei confronti dei nostri collaboratori. Non nascondo che c'è stata la tentazione di fare come gli altri e utilizzare la nostra rete di negozi (180 in tutto il mondo, Cina compresa) per commercializzare prodotti realizzati in oriente, ma sarebbe stato venir meno alla nostra etica e al nostro modo di essere imprenditori. Abbiamo pensato che tutta la fatica che avevamo fatto per investire nel marchio, tutto questo enorme capitale umano (oltre 200 dipendenti), anche di persone che lavorano con noi da anni e anni, sarebbe stato buttato via. Per cosa, poi? Per facili guadagni nel brevissimo periodo e magari, alla fine, ci saremmo

trovati a scontrarci con giganti molto più grossi di noi in grado di realizzare lo stesso prodotto a prezzi molto più bassi”.

Così, alla fine, “Liolà” ha mantenuto la sua produzione in Italia, investendo ingenti capitali (a scapito dei profitti) per innovare i macchinari: “In questo modo riusciamo a produrre capi di alta qualità e a tenere alto il nome del made in Italy integrale, mantenendo un ruolo sociale oltre che economico - continua Vittorio Giulini - E nessuno ci può copiare: dovrebbe fare così ingenti investimenti tecnologici che non ne vale la pena. Conviene loro acquistare da noi quel tipo di prodotto”.

Quelli di “Liolà” sono capi unici per tecnologia, distribuzione e va-

lori culturali e etici che fanno da sfondo.

Qual è il giudizio finale sul servizio trasmesso da “Report”? “Direi assolutamente positivo - conferma il presidente e amministratore delegato - Direi una bugia se affermassi che non fossimo un tantino preoccupati, perché la trasmissione ha sue caratteristiche del tutto particolari, ma l'inchiesta giornalistica è stata corretta. E quando a parlare di etica sono i giornalisti, la cosa ha ben più valore”.

La famiglia Giulini vanta antiche tradizioni industriali: i nonni di Vittorio sono i Crespi che impiantarono a Ghemme quella azienda tessile che è una delle più antiche imprese del territorio.

Attilio Barlassina