

# Taiana, 80 anni vestiti di tecnologia

La tessitura di Olgiate Comasco, fondata nel 1933 da Virgilio, celebra il traguardo con i dipendenti «Sbarcati in Asia tra i primi, la sfida passa da nuovi prodotti e tecnologia. Con la passione del nonno»

**MARILENA LUALDI**  
OLGIATE COMASCO

Dilagava la crisi, quando Virgilio Taiana decise di mettersi in proprio. E non erano anni in discesa, quelli in cui Claudio, 63 anni, ed Enrico, 53 anni, presero le redini della tessitura. Adesso è entrata a tutti gli effetti la terza generazione e si può capire perché non perda la grinta di fronte ai delicati tempi odierni. Matteo, Luca e Marco sono a lavorare «con la stessa passione del nonno».

Per la "Taiana Virgilio" il tenero, crescere, saper conquistare nuovi mercati grazie a ricerca e tecnologia è un successo dovuto alla tenacia familiare e al personale. Si è deciso di organizzare una serata speciale a "La Pinetina" di Appiano Gentile venerdì 6 dicembre, dove si vuole esprimere la gratitudine ai 50 dipendenti.

#### Spirito di famiglia

«Lo organizziamo ogni 10 anni - precisa Marco, che è anche presidente dei Giovani imprenditori di Unindustria - Quest'anno è anche l'ufficializzazione del passaggio, con mio padre Claudio che diventa presidente e mio fratello Matteo che è invece amministratore delegato».

La sfida della Taiana è sempre stata plasmata dallo spirito familiare. Nonno Virgilio iniziò ap-

punto nel '33 con l'aiuto del fratello Idillio. Tra gli anni '70 e '80 il passaggio alla seconda generazione, con Claudio che si focalizzava sull'area commerciale ed Enrico (figlio di Idillio) attento allo sviluppo e alla qualità del prodotto.

#### Verso il mondo

Proprio Claudio spinge verso nuovi mercati. L'Europa in prima battuta, poi l'America: «Ma si è anche saputo affrontare presto l'Asia, prima Giappone e Corea, poi la Cina nel 2000».

Tre le linee: la produzione della tessitura: produzione dedicata alla canniceria uomo fashion, abbigliamento donna e tessuti per costumi da bagno.

Se lo spirito è rimasto uguale, la parola d'ordine qui è tecnologia: «Un'evoluzione - spiega Marco Taiana -

ben interpretata da mio padre. Siamo stati tra i primi a utilizzare le fibre elastiche per il tessuto dei costumi. Ma oltre alla tecnologia ci sono la creatività, la continua ricerca stilistica, il servizio e il rapporto con i clienti». Con le grandi firme della moda e con brand che magari in Europa non sono famosi, ma in Cina hanno numeri decisamente interessanti.

Il bello di un'azienda familiare di questo tipo è anche «come le propensioni personali siano poi diventate i nostri compiti, così mio fratello Matteo, 38 anni, si è



Enrico, Claudio e i figli di quest'ultimo. Matteo, Luca e Marco Taiana rappresentano la terza generazione

«Sempre più donne anche nel commerciale. E sono preziose»

occupato subito della ricerca, Luca, 35 anni, del commerciale, fino in America e io, che ho 32 anni, di aree diverse, a partire dall'Asia».

Che le redini spettino a soli uomini è una coincidenza: «Perché da poi le donne hanno una marcia in più e anche nell'area commerciale sono sempre di più».

**Sul sito web**  
LE STORIE E I TRAGUARDI  
DELLE AZIENDE  
DEL DISTRETTO TESSILE

www.laprovinciadico.com.it

#### La scheda

**Al lavoro in 50  
E il fatturato  
per il 65%  
dall'export**

Una squadra di 50 dipendenti e un fatturato di 10 milioni. Fatturato che per il 35% si basa sull'Italia, quindi in gran parte si nutre di export.

«Andando nei dettagli - sottolinea Marco Taiana - il 25-30% proviene dall'Europa, il 10% dall'Asia e il resto dall'America». Con una precisazione d'obbligo, anche relativamente ai lievi segnali di ripresa di cui si era parlato a settembre per il Distretto tessile: «Il mercato italiano è veramente piccolo. Sono i clienti più strutturati che

si stanno riprendendo». E quelli che a loro volta non si basano sulla domanda interna in modo massiccio. Se il Sudamerica ancora è un mercato particolare, c'è la soddisfazione (con i risultati) di aver assaltato con i prodotti di qualità l'Asia nel momento giusto.

«Mio padre ci ha creduto - osserva Marco Taiana - Tutti dicevano che mercati come il Giappone erano una minaccia, noi invece abbiamo impostato relazioni commerciali».