



di **Eva Desiderio**

La storia di famiglia e il valore del territorio. Tutto nasce nel 1920 con l'ingegno e la bravura di Vito Lerario, per tutti quelli che lo conoscevano il Tagliatore, maestro calzolaio di inimitabile bravura per intagliare e cucire tomaie. Ed ecco la prima bottega a Martinafranca, in quella Puglia operosa che ancora oggi detta tanta legge nella moda italiana per la bravura manifatturiera. E poi l'intuizione del figlio Francesco che nel 1984 decide di aprire una sartoria e comincia a lavorare per conto terzi. Il salto nello stile Tagliatore nel 1999 quando nasce il brand con il lavoro dei quattro figli, Pino, Vito, Teresa e Luciano che oggi guidano un'azienda da 27 milioni di euro, 200 dipendenti diretti che salgono a 500 con l'indotto. Ognuno di loro ha un suo compito: Vito e Luciano sono i responsabili della produzione, Teresa si occupa di amministrazione e finanza, Pino è il direttore creativo. «Quando comincio a lavorare la mattina butto l'anima nei panorami della Valle dell'Itria - racconta Pino Lerario, classe 1965, infaticabile lavoratore e fulcro/motore dell'atelier di Martinafranca - perché la nostra è una storia di famiglia, fatta di passione e determinazioni, di amore per l'eleganza e la bellezza». «Ci difendiamo, andiamo avanti con tenacia - racconta Pino Lerario poco prima della pausa di Natale - lavoriamo sempre anche in questi giorni ma il lavoro è cambiato e dobbiamo riflettere su cosa fare per il futuro. Siamo soddisfatti perché la maglieria sta andando molto bene così come la vendita dei pantaloni, soffrono invece abiti interi e gilet e anche il capospalla perché il lockdown e lo smart working hanno portato alla scelta di nuovi tipi di prodotti, più confortevoli»

Pino Lerario conosce le regole del vestire con una giacca casual ma elegantissima perché ne confeziona in jersey da 10 anni. «Sono le mie giacche svuotate, come il modello Dakar, quando la chiudi e la pieghi diventa grande come una mela», continua il direttore creativo di Tagliatore. «La collezione deve emozionare il cliente e questo avviene solo se tocchi una giacca con le mani, se capisci subito il senso del colore di un tessuto», aggiunge lo stilista-imprenditore che dopo il giallo per il prossimo inverno punta tutte le carte sul verde. Intanto va avanti bene il progetto per le scarpe Tagliatore, sia le classiche che Lerario vuole rivoluzionare con un tocco rock che le sneakers.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In basso Pino Lerario, diplomato all'Istituto Secoli di Milano, progetta il modello sulla carta ed è capace personalmente di realizzare interamente un capo; questo è uno dei segreti del suo successo, come dimostrano i 450 multibrand che vendono Tagliatore in Italia e i 350 all'estero; oltre al verde, nuovo colore vedette, anche bianco e grigio. «bei colori da miscelare»; infine meno camicie sotto le giacche e più pullover a collo alto, «perché il dolcevita la farà da padrone: il lockdown e lo smart working hanno portato alla scelta di nuovi tipi di prodotti, confortevoli e la maglieria - spiega - sta andando molto bene così come la vendita dei pantaloni, soffrono invece abiti interi e gilet e anche il capospalla»



LA STORIA DI UNA FAMIGLIA CHE DA UN SECOLO SI TRAMANDA L'ARTE FACENDO DIVENTARE IL LORO BRAND UN SIMBOLO DEL MADE IN ITALY «DETERMINAZIONE E AMORE PER LA BELLEZZA SONO NEL NOSTRO DNA»

STILE TAGLIATORE ANCHE SE CASUAL VINCE L'ELEGANZA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.