

IMPRESE, MAGAZINE, STARTUP

VitoVi: il blazer che sfida il fast fashion

BY LORENZA FERRAIUOLO
APRILE 15, 2023



Da Vittoria a Vittoria, la startup di una ventinovenne che vuole ridisegnare la mappa della moda italiana

La prima volta che ha indossato una giacca, **Maria Vittoria Lazzarini Merloni** non lo ricorda. Magari aveva quindici anni. Ne aveva rubata una a suo padre solo per darsi un tono. “La giacca è carattere”, rivendica in un mondo in cui alle donne è stato insegnato a portare soprattutto la gonna. Ma quel mattino del 2020 in cui ha tirato fuori dall’armadio “i capispalla della domenica” di nonno Vittorio lo ricorda eccome. **In piena pandemia Merloni ha creato ‘VitoVi’: una startup incentrata sul made in Italy, sullo stile e su un elemento del guardaroba tra i più iconici: il blazer.** ‘Da Vittorio a Vittoria’, ma anche da Vittoria a Vittoria, perché nelle collezioni di VitoVi c’è il cuore di una ventinovenne che fino a quel momento aveva scommesso su altro.

“Mi sono laureata in Relazioni internazionali, ero convinta che il mio percorso di vita sarebbe stato in linea con quello formativo. Poi ha prevalso la passione. L’armadio di nonno è stato una piccola grande epifania”, confida. Il nome di Merloni è legato a quello di Merloni Elettrodomestici, poi Indesit, che negli anni Novanta fu il terzo gruppo al mondo per grandezza. “Sono fiera di ciò che la mia famiglia ha costruito, ma cerco di non mettere il mio nome davanti a ciò che faccio. Anche perché, faccio tutt’altro”, dice decisa.

VitoVi nasce innanzitutto con l’idea di dare valore al territorio. “Forse è venuto prima questo e poi la parte creativa”, sorride la designer, che spiega di essere molto attaccata alle Marche e alla città di Fabriano, dove c’è l’headquarter della sua startup. I grandi nomi della moda sono nel Nord del Paese. Merloni vorrebbe capovolgere questa mappa investendo sulla qualità.

L’e-commerce di VitoVi è stato lanciato nel 2021 e **al momento non esiste uno spazio fisico.** “L’obiettivo è aprire un negozio per far conoscere il brand: se non lo provi, non puoi capire cosa significhino la cura ai dettagli, l’amore per la qualità”, sostiene Merloni.

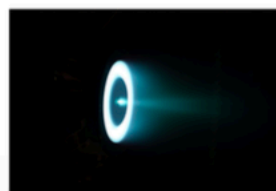
Le giacche di VitoVi sono in materie naturali. La filiera produttiva è tracciabile e anche il packaging tiene conto del minor impatto ambientale possibile. Naturalmente, la qualità ha un prezzo. In media un blazer costa 400 euro. “Ma è la mia lotta al fast fashion”, provoca Merloni. “Oggi c’è tutto, alle persone non mancano marchi da acquistare. Preferisco creare pochi capi, ma buoni. Buonissimi”.



Leggi anche



Se la cannucchia è plastic free: il vetro sta conquistando i cocktail lovers



New space economy, il modello innovativo della Fondazione Amaldi

ABBONATI ORA E LEGGI CONTENUTI ESCLUSIVI

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER