

LA «BOTTEGA» DI MAURIZIO MARINELLA

«Stringiamo il collo ai potenti»

Tre generazioni di cravattai sul lungomare di Napoli per clienti come D'Annunzio, Berlusconi o Mubarak

di Gian Luigi Paracchini

La potenza di certe classifiche. Cinque anni fa una società di comunicazione lancia un sondaggio per stabilire quale personaggio simboleggi meglio la napoletanità. Risultato: primo Maradona, secondo Marinella, terzo San Gennaro, quarto Bassolino, quinti a pari merito Troisi e Pino Daniele.

Miracolo profano: un cravattai batte il santo patrono. E questo già la dice lunga sulla popolarità di Maurizio Marinella, 53 anni, l'uomo che è riuscito (ormai funziona da slogan) a stringere il collo dei potenti di tutto il mondo.

Una popolarità raggiunta appunto di collo in collo, senza campagne pubblicitarie, senza stravolgere l'immagine della piccola bottega artigianale in Riviera di Chiaia, vicinissima a via Caracciolo e quindi al lungomare.

Venti metri quadrati erano nel 1914, quando il nonno Eugenio Marinella dava il via all'avventura e quando Matilde Serao ne parlava nelle sue rubriche di letteraria mondanità, e venti sono rimasti, accessoriati dei legni originali lucidati con cera di api e olio di gomito.

Dal periodo in cui D'Annunzio, Toscani, Rockefeller, Onassis venivano a sce-

gliersi pure i fazzoletti ne è passato di tempo. Il fondatore ha lasciato al figlio Luigi, detto Gino, che in qualsiasi stagione alle 6 del mattino si faceva il bagno al Circolo Posillipo, poi tirava su la saracinesca. E ora al timone c'è Maurizio, che ha seguito soltanto parzialmente i ritmi paterni: buona la sveglia alle 5.30, buona l'apertura alle 6.30 ma del bagno in mare non se ne parla.

«Ricevere i clienti quando in alcune stagioni fa ancora buio è una specie di magia. Serviamo caffè e sfogliatelle, non c'è fretta, l'animo è bendisposto alla chiacchiera. Per me è un piacere impagabile».

Certo non gli sono mancate le occasioni di fare il grande salto. Come quando nel 1999 gli hanno proposto di cedere l'attività per cento miliardi. Lui ci ha pensato su (anche di notte) per una settimana ma ha risposto di no.

Quello è stato un momento topico, abbastanza a ridosso del 1994, data del G7 a Napoli, quando cioè Bill Clinton, che faceva jogging con le guardie del corpo, aveva bussato al negozio per avere un papillon e un fazzoletto da taschino.

«Anche fino ad allora avevo avuto una clientela alta, dall'avvocato Agnelli all'industriale Pietro Barilla, che mi ha onorato della sua amicizia, per non parlare dei presidenti della Repubblica Pertini, Cossiga, Scalfaro e Ciampi. Da quel momento però

si è aperto un capitolo che ha continuato ad ampliarsi».

Ecco allora cravatte Marinella più lunghe di 35 centimetri al collo dei giganti Eltsin e Kohl o di 10 centimetri più corta per il primo ministro giapponese Murajama, o normale per Mitterrand e Blair. Il suo ordinatore più sistematico? Il premier Berlusconi, appassionato di piccole fantasie blu, che con Napoli ha fra l'altro un filo musicale (Apicella) consolidato. Ma anche all'opposizione non c'è collo politico (a sinistra D'Alema, al centro Casini) che non faccia parte del club.

Pur senza rivoluzioni, nel frattempo Marinella è cambiato. Il marchio si è arricchito di altri accessori (orologi inclusi), è stato aperto un punto vendita a Milano e in diversi altri corner internazionali. Proprio a Milano una domenica assoluta dello scorso luglio, il negozio è stato aperto con procedura d'urgenza per fronteggiare le richieste del presidente egiziano Hosni Mubarak.

E la grande nobiltà? Ne è passata tanta: da Amedeo d'Aosta a Faruk d'Egitto, da Juan Carlos ad Alberto di Monaco, per non dimenticare i Windsor. Ma un solo stemma ben visibile tra i legni in Riva di Chiaia scada il cuore di Maurizio: lo stemma borbonico che ha dominato Napoli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Ricevere i clienti al mattino presto quando è ancora buio è magico»

«Con il tempo ci siamo arricchiti di altri accessori, orologi inclusi»



La tradizione

14

Gaetano Filangieri Il pensatore della «Scienza della legislazione» (1780), che manteneva una fitta corrispondenza con il mondo illuminato (Benjamin Franklin fu tra i suoi più attenti estimatori), poi quel

Monastero della Cappuccinelle, chiuso da Gioacchino Murat nel 1809. È il che il nome di Filangieri torna nella città, per il carcere minorile ormai chiuso da tempo. C'è un verso di Enzo Gragnaniello che recita, «si fuss' nat'

int'e' quartier mo' già stess' o Filangier'». Traduzione: se fossi nato nei quartieri ora sarei già al Filangieri. Destini segnati, però con l'idea che il riscatto sia sempre possibile. Il carcere diventerà un campus.



L'ALBUM DI FAMIGLIA

È il 1914 quando don **Eugenio Marinella** (in alto) apre una bottega di cravatte in Piazza Vittoria sull'elegante Riviera di Chiaia di Napoli. Il fondatore passa poi lo scettro al figlio **Luigi, detto Gino** (a destra) e oggi alla guida c'è **Maurizio Marinella**, 53 anni (a sinistra, foto laporta). Tra i clienti storici, D'Annunzio, Toscanini, Rockefeller e Onassis. Ma è dal G7 organizzato a Napoli nel 1994 che arriva il successo internazionale

