

# BusinessPeople

Economia • Attualità  
Innovazione • Stili • Tendenze

Gennaio 2009 - € 3,50

## SPECIALE I PROTAGONISTI DI PITTÌ UOMO

- > SERGIO CORNELIANI
- > LAPO ELKANN
- > BRUNO FANTECHI
- > GIGI FEDELI
- > PAOLO FONTANELLI
- > MAURO GRIFONI
- > GIANLUCA ISAIA
- > CLAUDIO MARENZI
- > DOMENICO MENNITI
- > CLAUDIO MENNUNI
- > GUIDO ANDREA MONASTEROLO
- > DOMENICO NARDELLI

**INZIANTOCRAZIA**  
*La dittatura di chi  
non vuole mollare mai*

RELAZIONI  
PUBBLICHE ALLA  
RISCOSSA!

LE AUTO IN ARRIVO  
NEI PROSSIMI MESI

*Golf  
Let's  
swing!*

FATTORE D  
LE DONNE FANNO  
BENE ALL'IMPRESA

COMANDARE  
È FOTTERE?  
INTERVISTA A  
PIER LUIGI CELLI,  
GIORGIO AMBROGIONI,  
CLAUDIO PASINI  
E BERNHARD SCHOLZ

Napoletano, sposato  
con un figlio, è titolare  
di E.Marinella

MAURIZIO MARINELLA

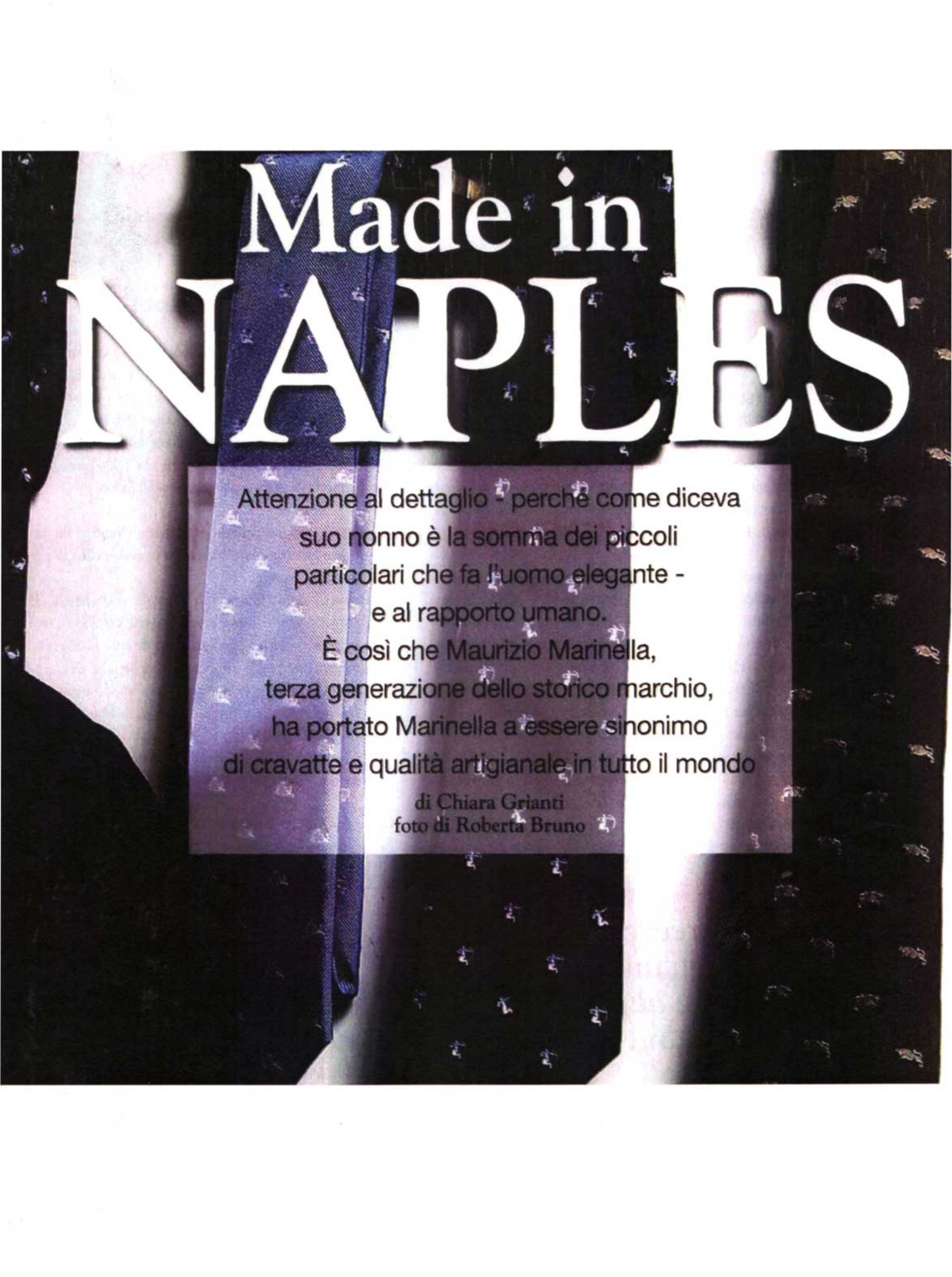
# Indossare un'emozione

IL SUO NOME È SINONIMO DI CRAVATTE  
E QUALITÀ ARTIGIANALE  
PARTENOPEA IN TUTTO IL MONDO.  
QUANDO IL PASSAPAROLA  
E LA POLITICA CONTANO

QUANTO  
VALE  
IL MARCHIO  
"ITALIA"?

FOTOGRAFIE D'ESSE S.P.A. - Anno IV - Numero 1 - Marsilio





# Made in NAPLES

Attenzione al dettaglio - perché come diceva suo nonno è la somma dei piccoli particolari che fa l'uomo elegante - e al rapporto umano.

È così che Maurizio Marinella, terza generazione dello storico marchio, ha portato Marinella a essere sinonimo di cravatte e qualità artigianale in tutto il mondo

di Chiara Grianti  
foto di Roberta Bruno

# È

il simbolo di Napoli, della tradizione e dell'eleganza partenopea. E il suo nome ha travalicato i confini italiani, arrivando fino in Giappone e Russia. Come? Al collo di capi di Stato, politici e uomini di business. E di chiunque voglia esprimere la propria personalità attraverso un semplice accessorio di seta, la cravatta. Maurizio Marinella, nipote di quel don Eugenio Marinella che nel 1914 aprì lo storico negozio di Riviera di Chiaia, incarna la passione per il bello, l'affabilità e la cortesia tipicamente napoletane.

Gli basta un'occhiata alla cravatta che un uomo indossa per capire qual è il suo gusto e ciò di cui ha bisogno. E i clienti se ne rendono conto. Si sentono coccolati e valorizzati. Sarà merito del caffè e delle sfogliatelle che offre loro o dell'attenzione che rivolge a chiunque entri nel suo negozio. Sarà che ritiene il contatto umano il migliore strumento di vendita. E sicuramente sarà merito dei tessuti di altissima qualità e della fattura artigianale delle sue cravatte. Ma la magia di Marinella si ripete ogni giorno.

Suo nonno disse: «Scegliere una cravatta è un atto irrazionale: l'unica regola è seguire l'istinto». Quanto conta l'intuito nello svolgimento di un'attività imprenditoriale? L'intuito è molto importante soprattutto in questa attività perché chiunque indossi una cravatta cerca di trasmettere un'emozione, uno stato d'animo. È importante saperlo cogliere per rapportarsi in modo corretto al cliente. Dall'età di cinque anni sto in negozio, quando mio nonno venne da me e mi disse: «Maurizio, adesso sei grande e devi iniziare a respirare quest'aria». Inevitabilmente all'inizio è stato un rapporto di amore odio. Poi ho capito che in questo modo potevo conoscere tante belle persone. Ho vissuto il commercio all'epoca di mio nonno, all'epoca di mio padre

e ai giorni nostri e oggi riesco a cogliere lo stato d'animo di una persona dai dettagli. Mi ricordo che, una delle ultime volte che incontrai l'avvocato Agnelli mi disse: «Maurizio, oggi non sto molto bene, non sono in forma. Non ho voglia di fare una scelta particolare. Fammi sei cravatte di lana nere». E poi venni a sapere che il nipote Giovanni non stava bene.

### Qual è il segreto di Marinella?

Aver cambiato molto poco nel corso del tempo. Innanzitutto siamo rimasti a Napoli nonostante periodicamente riceva offerte di acquisto miliardarie. L'ultima è di un gruppo indiano, ma ho sempre detto di no perché ancora oggi entrare in negozio mi emoziona. Matilde Serao, che scriveva una rubrica sul *Mattino* intitolata *Abi. Mosconi e Vespe*, paragonò i nostri 20 mq a Riviera di Chiaia a una farmacia di paese dove ogni giorno si ritrovavano il farmacista, il notaio, il maresciallo dei carabinieri, insomma, i notabili del posto. Oggi viviamo la stessa atmosfera del 1914. Apriamo alle 6,30 e alle persone che ci vengono a trovare offriamo caffè e sfogliatelle. E non importa che poi acquistino o meno una cravatta. Si parla del più o del meno.

**Si racconta che nel periodo di Natale i clienti si mettono in fila e aspettino anche due ore in coda prima di poter entrare in negozio.**

Ogni quarto d'ora distribuiamo loro caffè e sfogliatelle. È per l'insieme di tutte queste attenzioni che vengono a trovarci persone da un po' ovunque. Cinque anni fa un'agenzia americana fece delle interviste ai napoletani, chiedendo qual era la prima persona che saltava loro in mente citando Napoli. Al primo posto si classificò Maradona, al secondo Marinella e al terzo San Gennaro. Fu un grande onore. Mi sento molto legato alla città e ho sofferto quando Napoli ha dovuto affrontare momenti difficili.

**Come è accaduto di recente con lo scandalo dei rifiuti.** Per un momento ho pensato di chiudere. Non volevo che

---

**Ho proposto di creare, proprio partendo da Napoli, un'università degli antichi mestieri, per ridare dignità a questi lavori e insegnare ai giovani che le professioni artigianali rappresentano il dna della città e della nostra terra**

---

al mondo fosse data una simile testimonianza di Napoli. Non saprei vivere in altro posto, per questo vado avanti e mi impegno per trasmettere una diversa immagine di questa terra, una terra che lavora e si vuole fare apprezzare.

**E infatti le è stato proposto di diventare governatore della Regione Campania.**

Prima governatore della Regione, poi sindaco di Napoli.

**Quali sono gli interventi che realizzerebbe per valorizzare la Campania e Napoli?**

Punterei decisamente sul turismo perché viviamo in una città straordinaria e con un clima meraviglioso. I nostri tramonti sono spettacolari. Il nostro lungomare è tra i più belli al mondo al pari, come diceva mio nonno, solo di Rio de Janeiro e Beirut.

**Qual è l'apporto di un imprenditore alla politica?**

Fare politica è difficile. Sono presidente del Comitato di gestione della riserva dell'isola di Vivara, un piccolo isolotto legato a Procida da un ponte. Il mio compito dovrebbe essere quello di riqualificare l'isola, ma le difficoltà sono enormi e non c'è volontà di intervento. Sono abituato a prendere delle decisioni e attuarle, ma questo non si può fare in politica.

**Quindi vista l'esperienza...**

Non mi darò alla politica. D'altra parte, vorrei fare qualcosa di più per questa città.

**Marinella è legato a doppia mandata a Napoli, una vera e propria capitale della sartoria. Qual è il segreto dell'eleganza partenopea?**

Napoli ha avuto sempre un forte gemellaggio con Londra. Gli inglesi la visitavano la per accrescere la propria cultura, i pittori britannici per trovare nuovi spunti. Quando mio nonno aprì il negozio sognava di ricreare un piccolo angolo di Inghilterra a Napoli perché la capitale della moda maschile era Londra, mentre quella dell'eleganza Napoli. Tant'è che qui ci sono sempre state grandi camicerie, sartorie, calzaturifici. Purtroppo ora stanno scomparendo, tutti faticiamo a mandare avanti la nostra attività perché le nuove generazioni non vogliono fare più lavori artigianali. Se non vengono supportate e stimolate, queste piccole realtà sono destinate a morire.

**Come potrebbero essere stimolate?**

Ho proposto ai vari governi che si sono succeduti nel ►

tempo di creare, proprio partendo da Napoli, un'università degli antichi mestieri, per ridare dignità a questi lavori e insegnare ai giovani che cucire scarpe, tagliare camicie, modellare grandi presepi o lavorare mozzarelle sono professioni che rappresentano il dna della città e della nostra terra. Un altro sogno, oltre all'università, è quello di tutelare i negozi storici. Prendiamo l'esempio di Capri. Fino a

cinque anni fa si andava a Capri e percorrendo via Camerelle era possibile trovare l'artigiano che faceva il pantalone rosso in un'ora, i sandaletti in un quarto d'ora, il mocassino sfoderato. Adesso cammini per quella via e trovi gli stessi nomi di via Condotti a Roma o via Montenapo-

leone a Milano. Capri ha perso la sua identità. Quello che propongo è che in ogni città si crei una strada rappresentativa dell'eccellenza del territorio. A Napoli si potrebbe fare una via con le tre sartorie migliori, l'ombrellaio storico, il calzaturificio più rappresentativo, la mozzarella più buona e il presepe più bello. Questo attrarrebbe turisti da tutto il mondo per vedere un artigiano come Talarico prendere un tronco e dopo qualche ora ricavarne un ombrello. Perché non aiutiamo queste realtà a vivere?

**Come si può valorizzare il prodotto made in Italy?**

È necessario puntare sempre sulla qualità e creare scuole. In Marinella c'è un piccolo laboratorio dove mettiamo alla prova le ragazze che vogliono dedicarsi a questi lavori. Mi impegno perché tutte le persone che lavorano con noi si trovino benissimo. Ogni giorno all'una e mezza il ristorante consegna il pranzo per tutti, alle tre arriva la pasticceria con il babà, la pastiera ecc., a Natale è stato messo in premio un viaggio in una capitale europea. Eppure, quando una maestra di taglio va in pensione, non ci sono giovani che vogliono prenderne il posto. Preferiscono andare a rispondere al telefono in un call center. Tuttavia continuo a cercarli perché voglio assumere ragazzi napoletani che siano in grado di trasmettere il loro essere partenopei. Voglio che tutto sia made in Naples anche perché fuori da questa città ce n'è una gran voglia. Nel mio negozio di Tokyo lavorano quattro ragazzi giapponesi di cui uno conosce a memoria tutte le battute, in giapponese, dei film di Totò e un altro è innamorato della musica napoletana. Immagini che a Tokyo c'è il museo della canzone napoletana. A Napoli no. Purtroppo quando i giapponesi arrivano a Napoli, però, li scippiamo.

**Lei è uno strenuo difensore del made in Italy, anzi del made in Naples, eppure le cravatte Marinella sono realizzate con sete di provenienza britannica. Non è un controsenso?**

Siamo tradizionalisti e scaramantici. Abbiamo iniziato nel 1914 a stampare in Inghilterra e continuiamo a farlo lì. È un posto meraviglioso, una campagna magnifica dove regna la pace e dove mi vengono le idee migliori. Non tutti i tessuti che utilizziamo provengono dalla Gran Bretagna, il 70%. Il resto delle sete è realizzato in Italia.

**Il successo di Marinella è esplosivo con l'appoggio della politica nel senso che molti politici sono diventati testimonial inconsapevoli del vostro brand.**

Cossiga è stato per noi uno straordinario testimonial nel mondo. L'allora presidente decise di portare in omaggio un cofanetto di nostre cravat-

te quando andava a trovare un capo di stato. Le abbiamo fatte per Boris Yeltsin, Helmut Kohl, Bush padre, Mikail Gorbaciov e molti altri. Ora il presidente Berlusconi è un nostro cliente, ma anche Veltroni, Rutelli, Casini, Fini e Gasparri. Sono tanti i politici che indossano le nostre cravatte. Tanto che una volta mi chiesero: la cravatta è di destra o di sinistra? Risposi che è sempre stata al centro. **Possiamo dire che la politica è una parte fondamentale della strategia di comunicazione di Marinella?**

Tutto quello che è successo è successo con il passaparola. L'anno scorso ho tenuto una lezione ai professori dell'università Bocconi. Un docente esordì dicendo: «Insegniamo da anni la comunicazione, quello che si deve fare, quello che si deve dire. Maurizio, tu fai esattamente il contrario di quello che noi sosteniamo ma alla fine tu hai ragione e noi torto. Allora spiegaci come». Fu un incontro simpatico e divertente.

**Che cos'è l'eleganza oggi?**

Purtroppo non c'è più un'eleganza personale. Ai tempi di mio nonno e mio padre ognuno sapeva quello che voleva, come ci si doveva vestire di mattina, di pomeriggio e di sera, per eventi mondani, per concerti. Forse le persone avevano più tempo a disposizione. Adesso l'eleganza è dettata da pochi. I più sono impreparati e si affidano alle proposte preconfezionate da altri. Vengono da noi con smoking con fasce fiorate e papillon da mille e una notte. Noi ci rifiutiamo di assecondarli perché pensiamo che ci siano dei canoni e delle regole da rispettare. Non sono per la cravatta o per la rigidità a tutti i costi, ma vedere in televisione personaggi che indossano camicie slacciate fino al petto mi sembra una mancanza di rispetto.

**Che cosa ne pensa di chi, come Marchionne, ha fatto del rifiuto della cravatta un elemento distintivo?**

E giusto che ci sia questa diversità perché altrimenti non si venderebbero neppure i maglioni. Mi dispiace, però, quando sulla cravatta si inventano storie singolari. L'Eni l'anno scorso ha diramato una direttiva per non mettere la cravatta in estate al fine di limitare il consumo di energia elettrica. Voglio capire tutto, ma quale risparmio di elettricità possono aver avuto? Oppure c'è chi dice che stringere la cravat-

ta impedisce all'anima di esprimersi completamente. È meglio che chi fa affermazioni del genere pensi bene alle conseguenze di ciò che dice. Quando Eni fece quella dichiarazione passai intere giornate al telefono con le seterie di Como, preoccupate per il possibile calo di lavoro.

**Quali sono le moderne icone di eleganza?**

Non per fare sempre gli stessi nomi, ma penso che Luca Montezemolo sia una persona molto elegante, così come Diego Della Valle e Marco Tronchetti Provera. Anche Massimo D'Alema indossa sempre vestiti di taglio sartoriale ben fatti. Sono molte le persone eleganti.

**Tre personaggi ai quali regalerebbe una sua cravatta?**

Mi avrebbe fatto piacere realizzare una cravatta per papa Wojtyła perché infondeva grande serenità, ma anche per papa Ratzinger. Ne regalerei una anche a Obama.

**Con il passare del tempo il marchio Marinella si è esteso a orologi e foulard, profumi e accessori. Conta di ampliare ancora l'assortimento?**

C'è chi mi chiede di realizzare cornici d'argento e mattonelle per il pavimento, ma alla fine faccio solo ciò che sento e che so fare. Sono nato e rimango artigiano, con i piedi per terra. Non mi sono mai fatto prendere dai facili entusiasmi e dall'idea di aprire centinaia di negozi. Amo questo lavoro. Una massima di Confucio dice: «scegli un lavoro che ti piace e non lavorerai mai in vita tua». Io non l'ho potuto scegliere, mi è stato imposto, ma non ho mai pensato di lavorare. ■

*Quando una maestra di taglio va in pensione, non ci sono giovani che vogliono prenderne il posto. Preferiscono andare a rispondere al telefono in un call center. Tuttavia continuo a cercarli*

## LE PASSIONI DI MARINELLA

### IL LIBRO

*La carica dei 101* (l'ultimo che ha letto, ma aveva 10 anni)

### IL FILM

L'ultimo che ha visto è *Quantum of Solace*, ma come 007 preferisce Sean Connery

### LA MUSICA

Tutti i tipi di musica, eccetto la classica

### IL LUOGO

Napoli

### IL PIATTO

Spaghetti al dente con pomodorino fresco, un po' di basilico in più e tanto parmigiano

### HOBBY

Lo sport - ha giocato a pallanuoto per 22 anni di cui 8 in serie A - e l'arte contemporanea

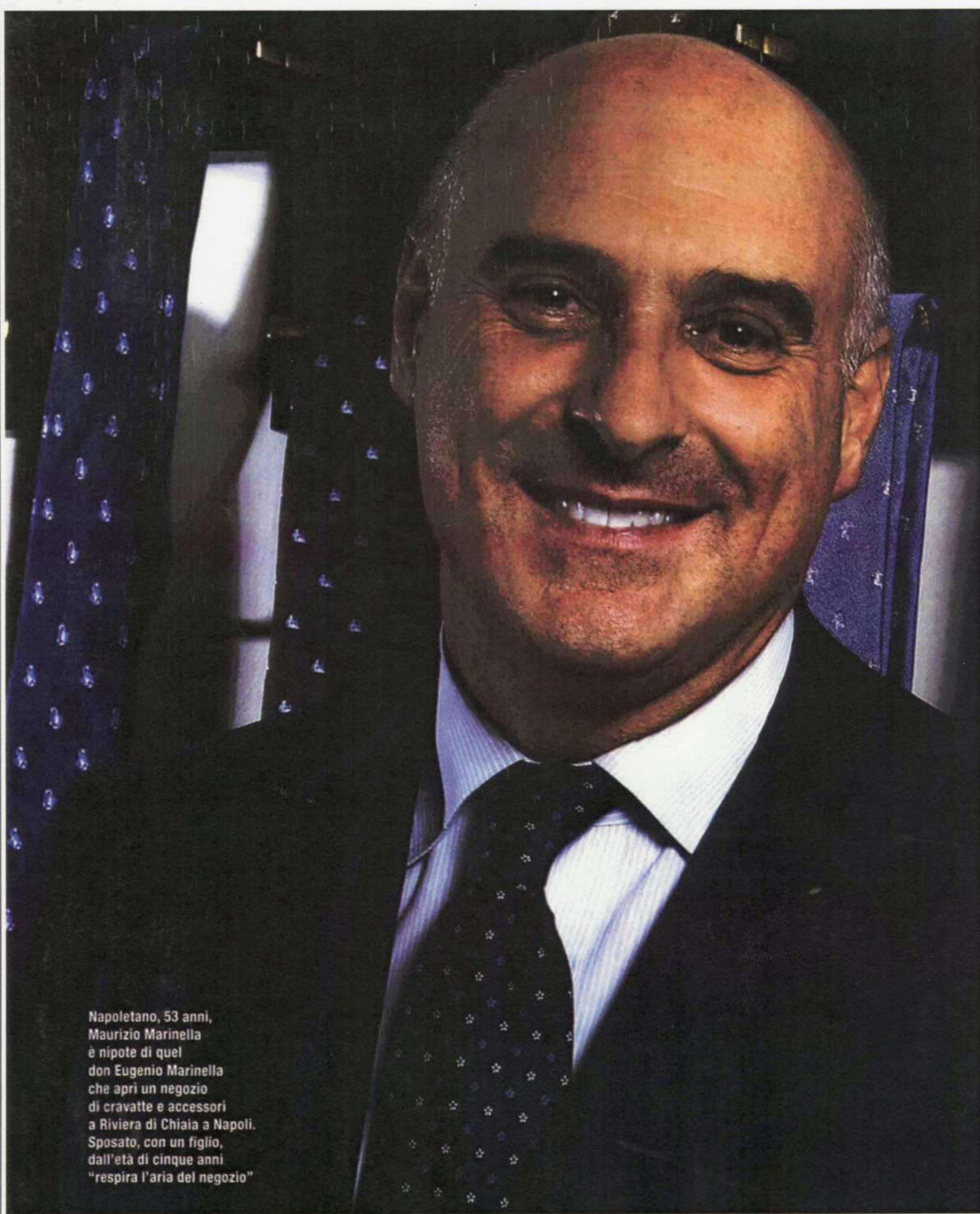
### LA SQUADRA

Il Napoli (eppure solo Inter, Siena e Sassuolo indossano cravatte Marinella)



e





Napoletano, 53 anni,  
Maurizio Marinella  
è nipote di quel  
don Eugenio Marinella  
che aprì un negozio  
di cravatte e accessori  
a Riviera di Chiaia a Napoli.  
Sposato, con un figlio,  
dall'età di cinque anni  
"respira l'aria del negozio"