

COMMERCIO

Marinella: Ho detto no a russi e americani

L'ultima offerta risale a un mese fa. Maurizio Marinella, imprenditore noto in tutto il mondo grazie all'omonimo marchio, l'ha rivelato domenica scorsa nel corso di una trasmissione televisiva sulla terza rete Rai. "E' vero. Ho ricevuto un'offerta strepitosa da un gruppo straniero - afferma al Denaro -. Un gruppo russo era pronto a rilevare marchio e attività per una cifra pazzesca. Ma io non rinuncio alla dimensione artigianale della mia attività. Resterò nella bottega (venti metri quadrati in piazza Vittoria) che ha fondato mio nonno".

● **Barbara Betti**

"Sono stato contattato dall'emissario di un gruppo russo. E' successo un mese fa, nonostante Napoli fosse in piena bagarre rifiuti. Erano pronti a rilevare tutto: marchio, sede e attività, per una cifra da capogiro". A rivelarlo è **Maurizio Marinella**, titolare dello storico negozio di cravatte alla Riviera di Chiaia, all'angolo di piazza Vittoria. Un angoletto di 20 metri

quadrati che dal 1914 detta lo stile in tutto il mondo. Ospite in una nota trasmissione televisiva (assieme a **Domenico De Masi**, **Marco Di Lello** e **Italo Bocchino**) per parlare dei drammatici

giorni che vive la città a causa dell'emergenza rifiuti, a un certo punto Marinella sbotta: "A Napoli non è tutta monnezza. Qui abbiamo tesori inestimabili. Bisogna saperli valorizzare". Interpellato dal Denaro Marinella aggiunge: "Due mesi fa era stato un fondo di investimento americano a proporci un'intesa commerciale. Ma richieste in tal senso sono giunte anche dall'Australia, dalla Cina, dal Giappone".

Insomma, non è un uomo che si lascia comprare facilmente, **Maurizio Marinella**. "Ormai - dice - arriva un'offerta al mese ma io dico sempre no". Non importa se si nutrano di riso o big mac di Mc Donald's, dalla Cina all'America la rincorsa all'eleganza made in Naples è partita.

Che lo stile Marinella sia impareggiabile lo mostra il fatto che le sue cravatte sono al col-

lo di **Luca Cordero di Montezemolo** come di **Bill Clinton** e **George Bush**. Che la notorietà sia tale da suscitare un così grande interesse delle multinazionali - spiega Marinella - è dovuto anche ad un risparmio di tempo sulla conoscibilità del marchio. Dopo aver registrato un nuovo marchio, infatti, occorrono circa 15 anni affinché questo sia noto, se valido, in un circuito internazionale. "Acquistare il mio marchio è come prendere un pacchetto già chiuso", riprende Marinella, "ma il mio rifiuto a vendere trova origine nel dna stesso, fa parte di una tradizione che mio nonno e poi mio padre mi hanno tramandato, quella di rimanere fedeli alle sorti della mia città". E se è vero che il 18 gennaio Marinella abbassò le serrande protestando che il lunedì non riavrebbe aperto, è bastata una promessa personale del commissario straordinario **Gianni De Gennaro** sulla risoluzione della crisi a ridargli fiducia sulle sorti della sua Napoli, di cui, dice, dobbiamo essere orgogliosi, nonostante tutto, e ridarle un'immagine positiva.



Maurizio Marinella