Scelto da alcuni tra più influenti uomini del pianeta, da personalità di spicco della politica e dell’imprenditoria, della nobiltà, dell’arte e del mondo degli affari. Tra i suoi adepti ha annoverato uomini come Gianni Agnelli, Aristotele Onassis, Bill Clinton, Mitterand, Chirac e Sarkozy, Alberto di Monaco e Carlo Principe di Galles; i nostri presidenti della Repubblica, da De Nicola a Mattarella, da Cossiga, che lo ha eletto a dono speciale da portare ai capi di stato, fino a Napolitano, Leone e Scalfaro. Il **brand E. Marinella**, ha celebrato i suoi 105 anni lo scorso 26 giugno, allestendo una boutique a cielo aperto nella terrazza dell’Aleph Hotel a Roma, -una delle più esclusive della capitale- con tanto di sarte impegnate a confezionare cravatte per gli ospiti.

Con noi **Maurizio Marinella**, la terza generazione a capo del marchio ripercorre la storia di una nascita e narra di questo “miracolo” di famiglia.

Marinella cravatte – terza e quarta generazione

Signor Maurizio, come nasce la storia di E. Marinella?

La storia del marchio E. Marinella risale al 1914, quando mio nonno Eugenio Marinella decise di aprire un negozio in Piazza Vittoria, nella elegante Riviera di Chiaia a Napoli. All’epoca la moda maschile si ispirava principalmente a quella inglese così lui decise di ricreare nel piccolo spazio di appena 20 mq un angolo d’Inghilterra. Iniziò ad importare brand come Acquascutum, Briggs, i profumi di Penalygons e Floris e acquistò due laboratori per la realizzazione di camicie e cravatte, con sarti esperti, che realizzavano a mano e su misura i capi.

Il negozio è passato attraverso avvenimenti storici importanti che hanno cambiato anche il

corso della sua storia: le due guerre mondiali, il declino dell’antica nobiltà, la comparsa della nuova borghesia e l’avvento dei prodotti americani che hanno portato sostanziali mutamenti nella moda. In quest’epoca è mio padre Luigi a portare avanti con grande determinazione la produzione e le scelte del padre, mantenendo alti il nome e la reputazione della casa Marinella.

La vera crescita si ha negli anni Ottanta, quando Francesco Cossiga, allora Presidente della Repubblica, diventa un vero e proprio ambasciatore del marchio prendendo l’abitudine di portare in dono ai Capi di Stato, nelle visite ufficiali, una scatola contenente cinque cravatte Marinella. Il marchio comincia così a fare il giro del mondo. Il G7 organizzato a Napoli nel 1994 spalanca definitivamente le porte al di là dei confini italiani. Gli organizzatori decidono, infatti, di offrire a tutti i Capi di Stato presenti, una scatola contenente sei cravatte Marinella, facendo, così, un’enorme pubblicità al marchio.

Ad oggi, grazie al lavoro delle due generazioni precedenti alla mia e della quarta che è attualmente con me in campo, il marchio E. Marinella è conosciuto anche all’estero, dagli Stati Uniti al Giappone. Si è lavorato per conservare la scrupolosa attenzione alla qualità delle materie prime (le sete sono stampate a mano in Inghilterra secondo metodi tradizionali) e la fattura è sempre rigorosamente artigianale. La consacrazione del lavoro svolto è arrivata quest’anno (Ott. ’17 – Gen. ‘18) dal MoMa – The Museum of Modern Art di NY, che ha esposto quattro nostre cravatte iconiche nell’ambito di ***“Items: Is Fashion Modern?”****. La cravatta Marinella come archetipo, innovazione e prototipo.*

Aprite bottega da 105 anni alle 6.30 del mattino. Ci narri degli esordi di questa vostra antica tradizione

Il piccolo negozio fu inaugurato dalla scrittrice e giornalista Matilde Serao che nella sua rubrica

Marinella cravatte – il negozio a Napoli

“Api, Mosconi e Vespe” lo definì “una farmacia di paese”, per il modo in cui i clienti amavano fermarsi a socializzare, chiacchierare e discutere di tutto. Cosa che si ripete ancora oggi, grazie all’apertura quotidiana del negozio alle 6.30 del mattino. E’ una parte consolidata del mio lavoro, un tipo di rapporto diverso con il cliente che è ormai un amico, dove la vendita del prodotto è secondaria. Fino alle 9.00 del mattino si vive questo commercio certamente più rilassato, dove ci si può concedere anche una chiacchiera e una colazione. Dalle 9.00 si tratta di un commercio più veloce, quasi meccanico, le persone hanno fretta.

Offrite caffè e sfogliatelle ai vostri amici clienti, ci descriva questo rituale

Tutto rientra nella filosofia Marinella. Questo è il nostro modo di fare accoglienza, di coccolare il nostro cliente che aspetta anche pazientemente in fila durante il periodo natalizio.
Ci sembra un modo corretto di accogliere le persone offrendo cose tradizionali che rappresentano Napoli. Lo faccio spesso anche durante i periodi natalizi, laddove possibile. Offrire un buon caffè è sempre un gesto apprezzato.

Seguaci di ieri e di oggi: differenze e analogie

Siamo fortunati, il nostro lavoro ci ripaga con una clientela che si tramanda di padre in figlio. La clientela più giovane oggi vuole cose nuove, più veloci, come le cravatte larghe 7

cm. Ma, in generale, devo dire, che chi ama indossare la cravatta, esprime tramite questo accessorio anche una sua personalità, il suo carattere, il suo modo di essere, e questo nel tempo non è mai cambiato.

Da quale paese provengono i vostri maggiori clienti?

Certamente l’Italia resta il paese dove abbiamo la maggior parte dei nostri clienti, ma segue subito il Giappone, dove amano l’artigianato e il fatto a mano. Abbiamo una buona fetta di clienti giapponesi che viene a trovarci in Italia, ma che è anche cliente nei nostri negozi a Tokyo. Ci sono anche i Francesi e gli inglesi che apprezzano il nostro stile, così come il mercato americano che sta crescendo.

Le viene in mente una richiesta molto originale fattale da un cliente?

Cerchiamo di soddisfare tutte le richieste dei clienti e siamo sempre disponibili per un consiglio. Ricordo di un cliente che ci ha chiesto una cravatta con due punte, così come una cravatta realizzata con due fantasie, sia nella parte anteriore che in quella posteriore. Laddove possibile, cerchiamo di accontentare.

Motto aziendale, se ne avete uno

C’è certamente una filosofia Marinella che riguarda tutto il rituale di accoglienza e di attenzione al cliente. Poi, anche se non è proprio un vero motto, io spesso mi ritrovo a definirci un ***Miracolo****!*
La frase che mi accompagna da sempre è quella che un giorno mi disse mio padre che mi spingeva a far capire a tutti, con il mio lavoro, che si possono fare cose buone partendo da Napoli, ma soprattutto -restando- a Napoli. Credo che questo possa essere definito il leitmotiv della mia vita lavorativa, tutto ciò per cui mi sono sempre impegnato.

Immagini di osservare un dipinto che riassuma l’essenza di Marinella, cosa vede rappresentato?

Una cascata tutta colorata che ricorda le tante fantasie e colori che da sempre proponiamo alla nostra clientela.

Processo di realizzazione di una cravatta firmata Eugenio Marinella

Le nostre sete sono tagliate una ad una dalle nostre maestre sarte, qui nel laboratorio di Napoli. I vari pezzi tagliati sono poi assemblati. Si inserisce l’anima e si chiude la cravatta con una prima imbastitura che è poi eliminata dopo che la sarta ha provveduto, sempre in modo manuale, a rifinire il tutto con una cucitura invisibile. Una caratteristica, per le cravatte foulard, è che la parte retrostante alla punta frontale è foderata con lo stesso tessuto. Da sempre, per scelta, non foderiamo con un tessuto in tinta unita. Questo consente, anche laddove la cravatta dovesse muoversi e girarsi, di dare sempre un’immagine molto armoniosa.
Tutti coloro che hanno visitato il nostro laboratorio hanno potuto vedere che tutto è fatto a mano, grazie alla maestria delle nostre signore e che non è presente alcun macchinario di tipo industriale per la produzione delle nostre cravatte.

Ci racconti della vostra seta: dove la prendete e dove viene disegnata?

La seta, per motivi storici e di tradizione, è stampata a mano in Inghilterra secondo metodi tradizionali. La stamperia inglese con la quale collaboriamo da anni e anni e della quale da

circa un anno abbiamo acquistato una quota, stampa le sete su lunghi telai ai lati dei quali si posizionano due persone di simile corporatura e altezza che passano da un lato all’altro una spugna, imprimendo la stessa pressione.

Quante cravatte producete di media al giorno?

La produzione giornaliera, se parliamo solo di cravatte classiche, è di circa 150 unità, che aumentano un po’ durante il periodo natalizio. Se ci sono lavorazioni più laboriose, i numeri calano leggermente.

Come l’introduzione del web e delle nuove tecnologie ha influito sul vostro lavoro?

Siamo un Brand certamente tradizionale e il cambiamento digitale l’abbiamo assorbito molto gradualmente. Dichiaro spesso di essere felicemente poco tecnologico, ma, ovviamente, sono cosciente di come i tempi siano cambiati e di come la comunicazione digitale sia immediata e parli un linguaggio differente, che arriva anche ai giovani.
Queste considerazioni hanno portato dapprima alla realizzazione di un sito web che ci raccontasse e successivamente, abbiamo inserito una serie di prodotti acquistabili. La scelta fino ad oggi è stata però di non procedere con un classico e-commerce, ma di lasciare che i clienti chiamassero e fossero seguiti da persone anche in grado di consigliare. Questa opzione è stata dettata dall’idea di non perdere il contatto con il cliente, la relazione umana, parte integrante della filosofia Marinella che vuole il cliente accompagnato, prima, durante e anche dopo l’acquisto con tutta una serie di servizi.
Con l’arrivo di mio figlio Alessandro, quarta generazione, che si occupa anche della comunicazione e del digitale, stiamo facendo dei passi avanti. Abbiamo anche da poco iniziato un e-commerce in Europa

Cosa è la creatività?

Ogni giorno far nascere una nuova idea. Lasciarsi ispirare da ciò che ci circonda e ci accade, anche saper ascoltare le proprie emozioni. E’ un insieme di cose, esperienze, sensazioni che confluiscono e si traducono in qualcosa di nuovo.

Una sua giornata tipo

Mi sveglio tutti i giorni intorno alle 5.00 del mattino per essere molto presto in negozio. Alle 6.00/6.10 la nostra saracinesca è già aperta e si iniziano le attività di riordino per poi accogliere i clienti. Alle 6.30, anche qualche minuto prima, siamo pronti per accogliere i clienti.
La mia giornata trascorre, salvo viaggi per motivi di lavoro o altri pochi e sporadici impegni, per lo più in negozio, dove mi piace stare. Mi concedo solo una breve pausa per il pranzo e vado via solo a chiusura.
La dedizione al lavoro è un valore che mi hanno trasmesso mio nonno prima e mio padre poi. Ma non mi dispiace, non lo vivo come un sacrificio. Per me è stare a casa.

La sua azienda tra 100 anni ….

E’ stato il mio pensiero una volta compiuti i primi 100!
Mi auguro che la Marinella affronti un nuovo secolo con la stessa solidità e forza con cui ha vissuto i suoi primi 100 anni. Stiamo lavorando per questo. Siamo un’azienda familiare e crescendo è importante anche strutturarsi, senza snaturarsi, ma creando quel giusto supporto organizzativo che va consolidato sempre di più.
La quarta generazione è già sulla buona strada per intraprendere questi nuovi cento anni e sono certo lo farà conservando i valori e le tradizioni della nostra famiglia, che ci hanno

fatto conoscere nel mondo.