

ECCELLENZE ITALIANE



ES

# Marinella

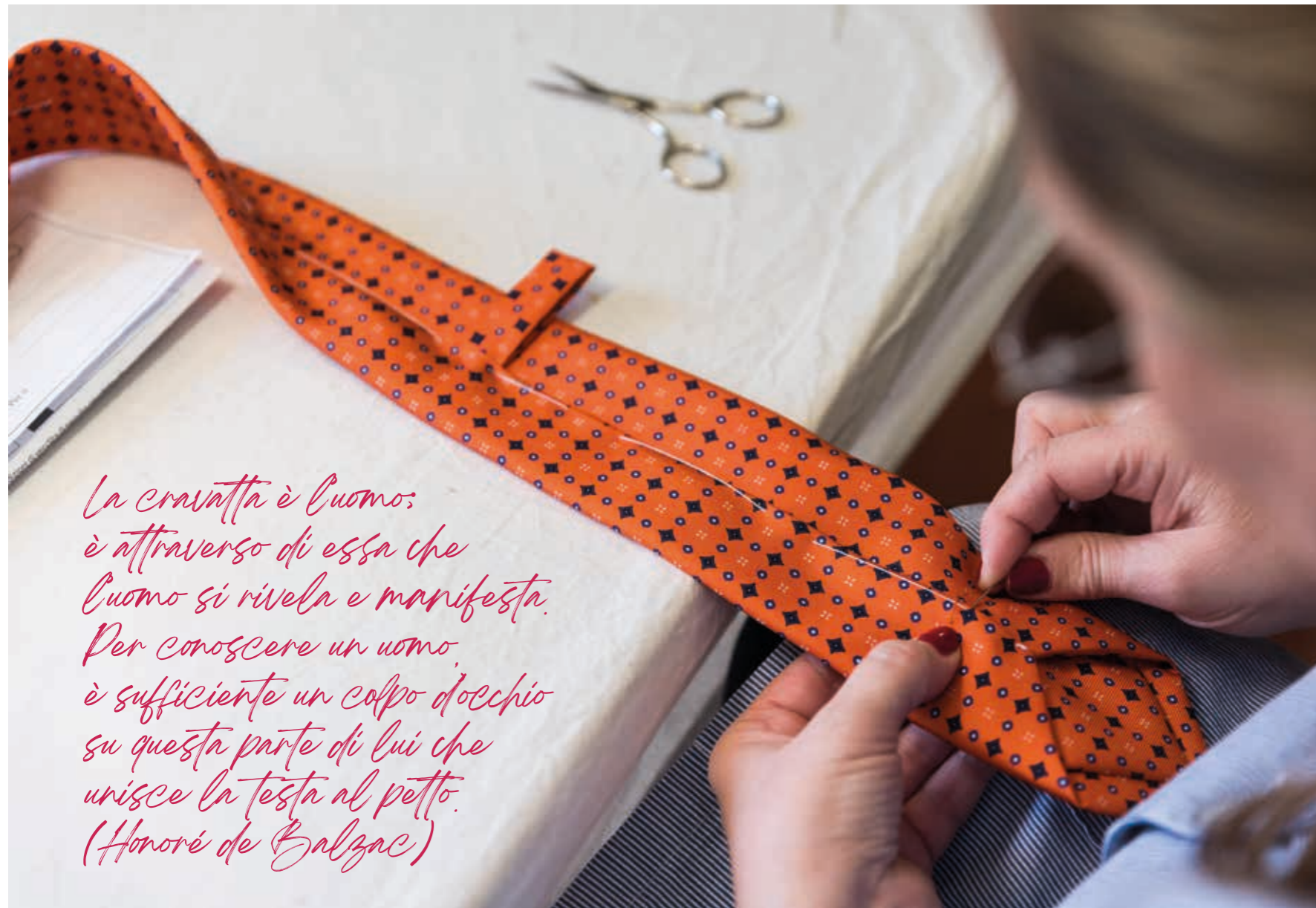
scrigno di classe per  
cravatte napoletane

di Alessandra Piubello

THERE IS A TIE SHOP THAT HAS BEEN SUSPENDED IN TIME SINCE 1914. A STYLISH TREASURE TROVE. YOU CAN BREATHE THE CRAFTSMANSHIP AND THE NEAPOLITAN SPIRIT. IT WAS FOUNDED BY DON EUGENIO MARINELLA, WHO PERSONALLY CHOSE THE ARTISAN SILK FACTORIES IN GREAT BRITAIN. HERE THE TIES ARE MADE TO MEASURE, CUT AND HAND SEWN BY SKILLED SEAMSTRESSES. MAURIZIO, THE THIRD GENERATION, HAS BEEN ABLE TO CONTINUE IN THAT ATMOSPHERE OF FAMILIARITY, CARE AND ABSOLUTE DEDICATION TO THE CUSTOMER. JUST AS IT WAS 107 YEARS AGO, AT 6.30 IN THE MORNING, HE RAISES THE SHUTTERS ON A WORLD OF SUPERB CRAFTSMANSHIP, WELCOMING YOU WITH A COFFEE, A SFOGLIATELLA (PASTRY) AND A SMILE.

*Più partenopee  
di San Gennaro  
ed esposte  
al MoMa  
di New York*





*La cravatta è l'uomo:  
è attraverso di essa che  
l'uomo si rivela e manifesta.  
Per conoscere un uomo,  
è sufficiente un colpo d'occhio  
su questa parte di lui che  
unisce la testa al petto.  
(Honoré de Balzac)*

“Altri nascono con la camicia, io sono nato con la cravatta”. Scherza Maurizio Marinella: sorriso aperto, buonumore contagioso, modi eleganti ed empatici. A 8 anni il nonno, don Eugenio, il fondatore del negozio di cravatte nel 1914, lo prende da una parte a un pranzo familiare con fare solenne. Gli posa la mano sulla spalla e gli annuncia che dall'indomani avrebbe dovuto raggiungerlo in bottega. Ad aspettarlo trova una sedia. Da lì osserverà, ascolterà, senza mai parlare se non interpellato. Assorbirà il mondo Marinella, fatto di accoglienza, di attenzioni e cura verso il cliente. Per 67 anni quel locale di venti metri quadrati sarà la sua vita, il fulcro di tutta la sua inesauribile passione. Studierà, si laureerà in economia e commercio, ma sempre lavorando in negozio. Un accogliente salotto d'élite. Gli stessi arredi d'inizio secolo, l'armadio che diventa camerino, le vetrine bombate, il tempo che sembra sospeso. La storia è passata da qui. Tutti i capi di stato italiani, da Enrico De Nicola a Mattarella. “Siamo stati al collo di tutti i presidenti americani da Kennedy in poi, ma anche di Schröder, Kohl, Boris El'cin, Putin, Mitterrand, Chirac, Sarkozy, Macron, Netanyahu, Churchill. E di teste coronate, come re Juan Carlos, ma anche Carlo di Borbone, Alberto di Monaco e Carlo, Principe di Galles. Il rapporto con i napoletani De Filippo e Totò era speciale. Totò si fece insegnare da nonno Eugenio come annodare il papillon (adesso basta agganciarlo, ma una volta non

era così). E poi i più importanti uomini d'affari e celebri politici. Senza dimenticare Mastroianni, Rossellini, Scialoja”. Quest'ultimo, nel film *Maccheroni*, fa dire a Mastroianni, a un Jack Lemmon in partenza per l'America, che non può andarsene senza essere stato da Marinella. E, sempre in tema di film, nel 2012 Marinella ha preso per il collo anche 007, nel film *Skyfall*, con Daniel Craig. Marinella è anche l'unica azienda italiana a essere invitata al MoMA tre anni fa all'esposizione “Item: is fashion modern?” dedicata ai prodotti iconici che hanno segnato il mondo della moda tra ventesimo e ventunesimo secolo. E quando Klaus Davi fa un sondaggio a Napoli, chiedendo ai partenopei il primo nome che assocerebbero alla loro città, dopo Maradona e Totò appare Marinella, prima di San Gennaro, che si deve accontentare di un quarto posto. Marinella è riuscita a fare il miracolo di mettere d'accordo politici, artisti, sportivi, intellettuali, registi, attori, teste coronate, uomini d'affari e di spettacolo. “Napoli è importante per Marinella e viceversa: è un senso di appartenenza che non si è mai spezzato in 107 anni. Siamo esempio di una Napoli positiva e operosa. Qui restiamo a dare il nostro contributo, pronti nel futuro a passare il testimone a mio figlio Alessandro”. Dal 2001 in poi Napoli non è più l'unico punto vendita, il marchio si espande sia in Italia (Roma e Milano) sia all'estero (Tokyo e poi corner shop a New York, Barcellona, Parigi, Praga, Shanghai, Bruxelles, Amsterdam,

Principato di Montecarlo, e in varie città del Messico, Stati Uniti, Germania e Svizzera). Maurizio Marinella continua comunque a presentare le sue due collezioni primavera/estate e autunno/inverno personalmente ai suoi clienti, (a parte lo stop dovuto al Covid-19) viaggiando in Italia e all'estero, perché il rapporto umano per Marinella è fondamentale. Ho intervistato Marinella a lungo, ridendo degli aneddoti, emozionandomi con lui a certi ricordi, stupendomi di come riesca a raccontare quest'incredibile storia di alto artigianato partenopeo in modo umile, leggero, quasi sdrammatizzandone l'importanza. Ma avete mai provato a regalare una cravatta Marinella ad un uomo che ha stile? Vedrete accendersi nei suoi occhi una luce particolare e il sorriso diventerà radioso. E dirà: “Una volta mio padre mi raccontò di una cravatta che brilla come il sole e che dura una intera vita. Ho una piccola collezione di cose importanti: finalmente anche una cravatta Marinella”. E dunque, il segreto? Venite con me, cominciamo dall'inizio. Poco prima dello scoppio della prima guerra mondiale un sarto napoletano sceglie di aprire negozio di fronte a Villa Royal, dove i nobili dell'epoca si recavano a passeggio o a cavallo. Da allora ad oggi le serrande si alzano sempre alle 6.30 del mattino. Matilde Serao, celebre scrittrice che visse a lungo a Napoli, paragonò il locale a una farmacia di paese, perché era un luogo d'incontro di vari personaggi di ceto medio alto che si riunivano per vari motivi, alla ricerca di un consiglio, di un momento di umanità. Il rito del caffè e della sfogliatella al mattino, un modo per dare il benvenuto nel microcosmo artigiano di Via Chiaia non mancava mai, né allora né oggi. Eugenio, consapevole che la moda per l'uomo al tempo era quella inglese, parte per trovare le sete giuste per le sue cravatte. Le trova a Macclesfield, dove il microclima dà una morbidezza e una brillantezza peculiare alle sete, in una seteria con un archivio che parte dal 1722: l'esclusiva sarà per Marinella. Le serigrafie sono fatte tutte a mano, su disegni che i Marinella propongono. Dell'allora seteria David Evans, oggi Adamley Textiles, i Marinella rilevano una percentuale nel 1918. E poi, il laboratorio, a pochi passi dal negozio. Sarte che realizzano tutto a mano. Ogni cravatta è studiata su misura. In era pre-Covid il cliente

poteva ordinare la seta preferita e andare al laboratorio e vedere le sarte lavorare per 45 minuti alla realizzazione della sua cravatta. Se ne producono 150 al giorno, anche se ci sarebbe richiesta per 300. Ma si perderebbe tutto il meticoloso lavoro artigiano necessario per creare quell'opera unica. “Abbiamo attivato l'e-commerce, – racconta Marinella – questa pandemia ha cambiato molte cose. Però io sono sempre al negozio per

fornire assistenza e consigli sia dal vivo, sia al telefono”. Ultimamente i Marinella hanno anche collaborato con Argiano, marchio del Brunello e presto inizieranno con Feudi di San Gregorio, altro conosciuto brand del vino. Questa di Marinella è la storia vera, come cantava De André. Una stella, che brilla intensa da più di cent'anni e che auguriamo, com'è nei sogni del suo patron, che arrivi almeno ai duecento.

