



MARINELLA, IL NODO DEL LUSO ETICO

di ANNAMARIA SPINA

«**L**a qualità non deve essere solamente trasmessa dai prodotti belli che noi cerchiamo di fare ma anche dallo stile di vita che vogliamo trasmettere alle persone». Firmato Maurizio Marinella, patron di *Marinella*, uno dei brand più famosi del made in Italy, anzi, del *made in Naples*. Ecco la storia che voglio raccontare all'insegna del lusso etico, "la storia vera", citando la celebre canzone di Fabrizio De André, come fa scherzosamente il nostro protagonista.

Parliamo di un'eccellenza italiana nata nel 1914, grazie all'imprenditore napoletano Eugenio Marinella, in una bottega di venti metri quadrati; la stessa odierna che, nel corso del tempo, ha affrontato brillantemente anche il quarto passaggio generazionale, unendo tradizione e innovazione. Ciò che emerge è il volto di un imprenditore che ha saputo coniugare – con la modestia tipica dei grandi – la semplicità della vita di tutti i giorni (lo si vede spesso

*Un imprenditore che
ha saputo coniugare,
con la modestia
dei grandi,
la semplicità della
vita di tutti i giorni*



in negozio, pronto anche a "mettere ordine"), ai tantissimi riconoscimenti ottenuti, tra cui recentemente, il premio Leonardo, consegnato direttamente dal Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella.

Parlando degli aspetti etici dell'azienda – cari alla rubrica *Ethi-Call* – Marinella si focalizza soprattutto sulle persone, in particolar modo sui dipendenti dell'azienda. Dalla piccola bottega artigianale composta esclusivamente da uomini – dapprima c'era solo un piccolo bagno e sino al 1960 non era utilizzabile dalle donne – si è giunti a una realtà in cui la componente femminile è diventata rilevante, superando il cinquanta per cento del personale. E badate bene, non è limitata ai laboratori, estendendosi anche al settore vendite, quello organizzativo e dirigenziale. Detto chiaramente, per Maurizio Marinella «le donne sono molto più determinate e propositive».

Elemento importante per l'azienda è quello dell'impegno in ambito sociale. Sono tante le iniziative attuate, come quelle svolte all'interno delle carceri di Pozzuoli e di Santa Maria Capua Vetere, con l'obiettivo di insegnare alle detenute come si producono le cravatte, «regalando loro uno spiraglio di luce per il futuro». Maurizio Marinella è convinto che «la qualità sia anche una questione di stile di vita che riusciamo a trasmettere alle persone» e in tal senso, parla apertamente di un «codice etico non scritto che viene trasmesso dagli esempi e dal comportamento di tutti noi». Un modo di fare che si evince apertamente nei gesti quotidiani: «La cravatta viene presentata al cliente in maniera molto cortese, consigliandolo e avvolgendolo con il nostro affetto. Questa è la nostra forza, la nostra genialità napoletana che ci rende molto fieri».

Frattanto, l'azienda sta vivendo un importante passaggio di testimone e volge lo sguardo al futuro. Una fase cruciale colta dallo scatto fotografico – molto condiviso anche sui social – in cui il padre, Maurizio, allaccia il nodo della cravatta al figlio, Alessandro: «È un passaggio di consegne – ci spiega Marinella –, lo ha fatto mio padre con me, e mio nonno con lui. Per noi è come una staffetta, arrivi con il testimone e lo consegni alla persona che percorrerà il tratto di corsa dopo di te. È un nodo di fedeltà che indica un impegno a continuare. Un nodo che cerchiamo di non sciogliere mai, anche se siamo abituati a sciogliere i nodi di tante situazioni. È un modo per trasmettere i valori che abbiamo ereditato – prosegue l'imprenditore –, un impegno che ha portato risultati evidenti, testimoniando la nostra volontà di andare avanti, annodando

ancora le cravatte». La storia di Maurizio Marinella – che mi piace definire "il sarto della cravatta dal lusso etico" – fa sì che il gesto, quotidiano e routinario di annodare una cravatta, si elevi e si trasformi in un momento di altissimo valore. Indossare la cravatta diventa un atto che racchiude stile ed eleganza, un esempio concreto



Maurizio e Alessandro Marinella nella boutique di Ritratti di Chiara a Napoli.

di business etico che rispecchia in pieno la filosofia del progetto *Ethi-Call*. Una storia d'eccellenza italiana da raccontare al mondo per contribuire ad uno sviluppo economico circolare e di contaminazione etica.