

# VIACIALDINI

## Marinella, anima inglese e partenopea

**Marinella, il sarto delle cravatte pensa agli States e moltiplica le collaborazioni. Un gruppo in salute, che impiega 70 addetti e prevede nuove assunzioni.**

*di Elena Passeri , Edoardo Meliado*



Da piccola realtà sartoriale a vero e proprio impero dell'accessorio moda. È la parabola di Marinella, storico marchio napoletano celebre nel mondo per le sue cravatte, che ha festeggiato a Firenze, in occasione di Pitti Uomo 96, i suoi 105 anni di attività con l'ingresso in azienda del figlio del titolare, Alessandro Marinella, e il lancio della prima collezione realizzata con i tessuti green della startup siciliana Orange Fiber.

Il 24enne e neolaureato, Alessandro, incontrato da FashionNetwork.com nell'elegante cornice della Limonaia di Giardino Corsini, si occupa della parte gestionale e organizzativa dell'azienda (magazzino, ordini, personale) che, da qualche tempo, sta portando avanti un progetto di espansione retail globale. "Nel breve termine puntiamo ad aprire un monomarca negli USA, a New York, dove al momento abbiamo solo una distribuzione wholesale, mentre continuiamo a guardare ad Europa ed Asia", ci ha spiegato.

Marinella è un gruppo in salute, che impiega 70 addetti e prevede nuove assunzioni nei reparti produttivi, nonostante "oggi sia sempre più difficile reperire figure tecniche come quella del sarto", avverte Alessandro.

Sorto agli inizi del '900 come piccolo angolo d'Inghilterra nel cuore di Napoli dall'intuito del bisnonno di Alessandro, cultore dello stile d'Oltremania, Marinella iniziò ad usare tessuti italiani in seguito al blocco commerciale durante la Seconda guerra mondiale.

Ancora oggi le sue collezioni sono ispirate da una doppia anima, inglese e partenopea, prodotte nei laboratori napoletani e stampate, rigorosamente a mano, da una delle più antiche stamperie britanniche, Adamley Textiles, di cui Marinella ha rilevato una quota di minoranza pari al 10% del capitale a marzo 2018.

Una grande tradizione che il gruppo vuole declinare e aggiornare anche nel segno della sostenibilità, grazie all'intesa con il nuovo volto della moda green, Orange Fiber, con cui ha lanciato un prototipo di cravatta realizzata con tessuti ricavati dagli scarti delle arance. Non poteva mancare l'incursione nello streetwear, apprezzabile nella co-lab con M1992 presentata in occasione della sfilata del marchio a Milano Moda Uomo.

Marinella sviluppa e commercializza accessoristica maschile (cravatte, foulard, scarpe, camicie) e non esclude la possibilità di ampliare la gamma anche ai capispalla in ottica total look, mentre a breve potrebbe vedere la luce il suo primo progetto femminile in collaborazione con uno stilista specializzato nel mondo donna.

Oggi Marinella realizza 18 milioni di euro di fatturato e stima di crescere tra il 2-5% nel

2019 “con l’intento di aumentare Ebitda e marginalità”. Il gruppo gestisce direttamente tre negozi a Milano, due a Tokyo, uno a Roma e uno a Napoli. L’Italia è il suo primo mercato di sbocco, con una quota del 60/70% sul fatturato, seguita da resto d’Europa e Giappone. Il marchio è inoltre distribuito anche nelle più importanti piazze dalla moda mondiale all’interno di department store come Le Bon Marché a Parigi e Liberty a Londra. ( <https://it.fashionnetwork.com> - [Marinella](#) )

di Elena Passeri, Edoardo Meliado  
(24/06/2019)

ViaCialdini è su <https://it-it.facebook.com/viacialdini> e su Twitter: [@ViaCialdini](#) - Sito internet: [www.viacialdini.it](http://www.viacialdini.it)