

I Personaggi del ROMA



di Mimmo Sica

Enzo Varriale, l'arredatore delle "atmosfere"

«Amo le arti visive e ho la capacità di sviluppare equilibrio di volumi e di colori»

Enzo Varriale (nella foto) è un self made man che in circa quarant'anni di attività imprenditoriale nel settore dell'arredamento è diventato un punto di forza del prestigioso marchio parigino Roche Bobois.

«Sono nato a Piscinola, alla periferia di Napoli. Era un quartiere bello. Ho un fratello al quale voglio un grandissimo bene, Massimo, che ha dieci anni meno di me. Da piccoli abbiamo fatto lo stesso percorso: studiare, frequentare l'Azione Cattolica e giocare a pallacanestro con i coetanei. Siamo vissuti in un contesto dove i valori umani venivano prima di ogni cosa. Frequentavo il liceo scientifico Cuoco e un giorno mia madre mi chiese se ero disposto ad aiutarla nella conduzione di un negozietto di arredamenti che aveva intenzione di aprire nel nostro quartiere. Aveva sempre avuto uno spirito imprenditoriale. Volevo continuare gli studi e, dopo il diploma, iscrivermi all'università. Mi interrogai a lungo per capire se realmente avessi la capacità di fare entrambe le cose e alla fine decisi per il sì».

Quale facoltà scelse?

«Un mio professore mi ripeteva che avevo una particolare predisposizione per il disegno e la storia dell'arte e che sicuramente avrei avuto ottimi risultati se avessi fatto architettura. Seguì il suo consiglio. Ma gli studi universitari erano ben altra cosa rispetto a quelli del liceo. La facoltà era a palazzo Gravina, distante da casa, e poi c'era l'obbligo di frequenza per alcune materie. Mi resi conto che non avrei mai potuto mantenere l'impegno preso con mamma che, senza il mio aiuto, avrebbe dovuto chiudere il negozio. Non ce lo potevamo permettere e lasciai l'università».

Quando si rese indipendente?

«A 23 anni aprii un piccolo negozio a via Nicolardi, ai Colli Aminei. Vendevo mobili soprattutto per le coppie di fidanzati che volevano sposarsi. Le difficoltà erano molte perché la mia giovane età e il negozio piccolo mi rendevano poco credibile e affidabile per i rappresentanti dei marchi importanti. Nonostante ciò ho sempre tenuto duro e giorno dopo giorno riuscii a crearmi il mio piccolo spazio in quel difficile segmento di mercato».

Qual è stato il suo segreto?

«La correttezza, l'onestà, il rispetto verso le persone a prescindere dal ruolo che occupano nella società e dal loro censo. Questi principi mi sono stati inculcati dai miei genitori e, insieme a mia moglie Rosaria, li abbiamo trasmessi ai nostri due figli, Salvatore e Giuseppe. Viviamo il nostro quotidiano secondo queste regole che per noi sono inderogabili. Poi le persone mi hanno riconosciuto alcune qualità, prima fra tutte il gusto. Ho sempre amato le arti visive e ho una particolare capacità di sviluppare equilibrio di volumi e di colori. Amo la natura in tutta la sua molteplice e variegata declinazione e, quando è possibile, cerco di trasferire nell'arredamento alcune sue "manifestazioni"».

Cosa significa per lei arredare?

«Soddisfare il cliente rispettando le aspettative dettate dal suo gusto. Sicuramente questo è il momento più difficile del nostro mestiere perché spesso si cade nell'errore di imporre le proprie idee».

Ma non c'è contraddizione con quanto ha detto prima?

«Nella maniera più assoluta. L'arredatore è anche "educatore" e deve sapere consigliare nel modo migliore possibile il pro-



prio cliente su come personalizzare gli ambienti che andrà a vivere nel quotidiano. In maniera irriverente faccio riferimento, per analogia, alla maieutica socratica. Quando un cliente viene da me perché vuole farsi arredare la casa, gli faccio delle opportune domande tese a fare venire fuori la sua "verità", quella che tiene dentro e non riesce a esprimere, su come vuole che sia la sua casa. Va da sé che ogni persona è differente dall'altra nelle proprie esigenze, nei gusti, nel modo di conciliare praticità ed estetica. Occorre, perciò, avere molta pazienza e prestare la massima attenzione altrimenti si corre il rischio di urtare la suscettibilità dell'interlocutore che si ha di fronte o, addirittura, di offenderlo. Diventa sempre più frequente che l'architetto che accompagna il cliente delega a me il suo compito di consulente sicuro che la mia proposta progettuale corrisponderà perfettamente alle aspettative del suo "assistito"».

Ritorniamo al suo percorso professionale. Quando c'è stata la svolta?

«Sono un creativo e avevo la necessità di esprimere al meglio il mio lavoro. Per fare questo mi occorrevo spazi più ampi. Li trovai in via Iannelli. Si trattava di un negozio di 400mq con undici vetrine. Lo occupava Felice Consonni, venditore di mobili della Brianza. Era anziano e senza figli, un gran signore. Gli feci una proposta che accettò e rilevai la sua attività. Ristrutturai interamente i locali e trasferii il mio nuovo esercizio commerciale "Prestige". Feci una mostra di alto livello, con i marchi più importanti nel panorama italiano. La clientela cominciò non solo ad aumentare, ma anche a cambiare. Mi avvicinavo alla fascia medio-alta anche se alcuni fedelissimi mi vennero dietro in questa escalation. Sicuramente aveva giocato un ruolo importante l'idea che avevo realizzato già a via Nicolardi, e cioè l'assistenza al cliente nel dopo vendita».

Ci spieghi.

«A via Iannelli siamo diventati un team di 12 persone tra cui due architetti che progettavamo con me, una squadra di 4 persone che pensavano a ogni cosa dal trasporto al montaggio, all'assistenza nel post vendita e, naturalmente, mia moglie, madre esemplare e insostituibile "collaboratrice". Eravamo una macchina e riuscivamo a fare tutto, dalla vendita di una lampada all'arredamento completo di un appartamento. La migliore pubblicità per me è stato il passaparola e il marchio che prendevamo. Nel commercio si dice: "ci vuole una vita per conquistare un cliente e un at-

timo per perderlo". Però non ero soddisfatto del tutto».

Perché?

«Vendevo pezzi sempre raffinati e di qualità, ma erano marchi che trattavano anche altri colleghi. Mi impegnavo moltissimo ma la concorrenza mi metteva in difficoltà sia sul piano della gratificazione personale che su quello economico. Cercavo qualcosa di diverso, di più originale, di esclusivo. Volevo diventare monarca di prestigio».

Quindi?

«Cercai un'azienda che potessi trattare in esclusiva e che comunque rispondesse ai requisiti che io cercavo, primo fra tutti la qualità. Sfogliando la rivista AD Architectural Digest, vidi la foto di un arredamento. Rimasi colpito dall'atmosfera che quell'immagine faceva vivere. Lessi che la casa produttrice si chiama Roche Bobois ed era di Parigi. Mi documentai e appresi che questa azienda è nota nel mondo per il suo stile particolare ed esclusivo. Nasce nel 1960 dall'unione di due artigiani del mobile, ognuno con alle spalle anni di esperienza in questo settore, i quali divennero specialisti nella produzione di divani in pelle e in tutto ciò che riguarda il salotto. Nel tempo le creazioni si sono ovviamente moltiplicate fino a distinguersi, oggi, in due stili principali: Les provinciales e Les contemporains. Avevano negozi a Roma, Milano Bassano e Torino. Oggi è quotata nel borsino di Parigi. Chiamai la direzione a Bologna, chiesi del responsabile e fissai un appuntamento. Gli piacqui e venne a Napoli insieme al rappresentante della direzione francese per vedere se i locali erano adeguati. Mi dissero che la superficie non era sufficiente per le loro esigenze, ma poiché avevano apprezzato molto la mia persona, le mie capacità professionali, e il mio solido rating bancario, accettarono che iniziassi la mia collaborazione con loro nel negozio di via Iannelli. Posero come condizione che massimo entro tre anni trovassi locali più ampi e al centro della città».

C'è riuscito?

«Sì, ma dopo vent'anni perché il negozio in poco tempo ebbe un successo che andò ben oltre le più rosee aspettative. Questo accadde da novembre del 1999 e in città non si parlava che del negozio Roche Bobois di via Iannelli. Avevo svenduto tutto, cambiato identità e messo il nuovo marchio. Raggiunsi un fatturato tale che diventai loro esperto nella commissione della sede parigina per la valutazione delle nuove collezioni».

Quando sono scesi in campo i suoi due figli, Salvatore e Giuseppe?

«Ho preso da mia madre e come lei ho innato l'animus di imprenditore. Mentre i ragazzi ultimavano il corso di laurea, il primo in ingegneria e il secondo in economia e commercio, decisi di aprire un negozio Roche Bobois a Firenze. Forte dell'aiuto di mia moglie che curava l'esercizio di Napoli, facevo la spola con il capoluogo toscano. Appena laureati mi chiamai Salvatore e Giuseppe e chiesi loro se avevano intenzione di entrare nella società che avevo costituito, oppure erano interessati a fare altro. Non ebbero esitazioni. Allora decidemmo insieme che entrambi andassero al negozio di Firenze perché si facessero le ossa. In quattro anni lo fecero decollare come meglio non avrei potuto immaginare e desiderare».

Quando nasce il negozio di via Chiata-

mone?

«Lo abbiamo aperto l'anno scorso, dopo tre anni occorsi per perfezionare l'acquisto e realizzare la ristrutturazione».

Ci racconti.

«Dovevo mantenere l'impegno preso con la Roche Bobois e per questo ho cercato il meglio possibile. L'occasione nacque per caso quando mia moglie andò alla laurea di una nipote in una sede dell'università L'Orientale a via Chiatamone, proprio di fronte al nostro nuovo negozio. Notò un cartello vendesi e contattai l'agenzia incaricata della vendita. Mi informai sul prezzo. Naturalmente non era assolutamente alla nostra portata, ma i nostri figli, con un ragionamento pratico e responsabile, mi convinsero a chiedere un mutuo alla banca. Salvatore e Giuseppe prepararono quanto necessario e dopo lunghe trattative l'operazione andò in porto. La casa madre dice che il nostro è uno dei negozi più belli che hanno al mondo. Ne sono 250 sparsi in tutti i continenti».

E Firenze?

«Di comune accordo abbiamo deciso che, per adesso, a Firenze resta Salvatore mentre Giuseppe sta con me, tenendo sempre tutto unito in un solo gruppo familiare».

Via Iannelli era un riferimento di lusso, via Chiatamone che cosa è?

«Mantiene questa caratteristica con un quid pluris determinato da quello che via Chiatamone significa e rappresenta per la città». **Ma Napoli è così ricca da permettersi prodotti di tale qualità?**

«Offriamo una proposta alternativa agli schemi tradizionali per una clientela con possibilità economiche che rientrano nella fascia medio-alta. Bisogna però tenere presente due fattori molto importanti. Il primo è che essendo noi concessionari diretti non abbiamo passaggi intermedi che fanno lievitare i prezzi, per cui abbiamo prodotti di altissima qualità e gusto a prezzi abbastanza contenuti. Il secondo consiste nel fatto che il cliente che viene da noi, anche con alcuni pezzi riesce a dare un'impronta originale e di gran design alla sua casa, caratterizzandola con quell'"atmosfera" particolare che solo Roche Bobois sa dare».

Ha iniziato in 100 mq, poi è passato a 400 mq, ora ne ha 650 distribuiti su due livelli a pochi passi dal mare. Che cosa vuole ancora?

«Sono il riferimento per tutto il Mezzogiorno. Servo la Puglia e la Calabria. In Sicilia a Palermo c'è un negozio e anche a Salerno c'è un punto vendita. Quello che raccomando sempre ai mie figli è di tenere i piedi ben saldi a terra e mantenere un profilo basso. Quando una persona entra nei nostri negozi varca la porta della nostra casa e va trattato come uno di noi. Lei mi chiede che cosa desidero ancora: ha ragione perché ho un sogno nel cassetto».

Quale?

«Trovare un loft a livello strada e crearvi un open space come centro di progettazione. In sinergia con la Roche Bobois vorrei ospitare giovani architetti, farli lavorare sotto gli occhi dei passanti, anche per sfatare il pensiero di molti "adulti" che i giovani sono per la maggior parte dei buoni a nulla. Non c'è niente di più falso. Conosco tanti giovani preparati, desiderosi di dimostrare con i fatti le loro capacità. Voglio dare loro la possibilità di emergere. Ancora più forte in me è, poi, la voglia di fare qualcosa nel sociale per chi è stato meno fortunato».