

# I Personaggi del ROMA



di Mimmo Sica

## Luciano Cimmino, self made man vomerese

Il patron dei marchi Yamamay e Carpisa: «Ho dedicato tutto alla mia famiglia, anche se le ho sottratto troppo tempo»

**È** un imprenditore ed è il presidente della Pianoforte Holding, società controllante imprese che operano nel settore dell'abbigliamento a cui fanno capo i marchi Carpisa e Yamamay. Deputato dal 2013 al 2015, Luciano Cimmino (nella foto) è appassionato di sport, da ragazzo ha praticato canottaggio come socio sportivo del Circolo Posillipo del quale poi è diventato socio fondatore. Per almeno 15 anni, a partire dal 1986, è stato sponsor della pallanuoto del sodalizio rossoverde, quella degli anni d'oro con Paolo De Crescenzo allenatore della prima squadra. Nel tempo ha sponsorizzato anche altri dei cosiddetti sport minori. È commendatore dell'Ordine del Rio Branco della Repubblica del Brasile e cavaliere del Lavoro della Repubblica Italiana. È sposato dal 1968 con Carmelita Antinolfi, laureata in giurisprudenza. Dalla loro unione sono nati Barbara, laureata in scienze politiche, e Gianluigi, laureato in marketing strategico con una specializzazione negli Stati Uniti che a loro volta li hanno resi nonni per cinque volte. Il nipote più grande ha 25 anni, il più piccolo due mesi.

«Sono nato in casa, come si usava un tempo, a via Scarlatti 60, nel cuore del Vomero. La mia famiglia, dal lato materno, affonda le radici nel "Vomero vecchio", in via Belvedere, la cui storia è iniziata 2200 anni fa e rappresenta il punto di contatto fra l'antico e il nuovo. Ho trascorso un'infanzia felice della quale conservo ricordi gioiosi. Tra questi l'indimenticabile quotidiano coppedito di panzarotti e pastecresciute che acquistavamo alla friggitoria di piazza Fuga (esiste ancora), all'uscita della scuola media Viale delle Acacie, le partite di pallone nel campo dell'oratorio dei Salesiani, le lunghe passeggiate nella Floridiana con qualcuno di noi che teneva teneramente per mano la prima "fidanzatina". Ho frequentato tutte le scuole nel quartiere collinare a partire dall'asilo a Maria Ausiliatrice alle superiori al Diaz, nella succursale di via Aniello Falcone, dove mi sono diplomato in ragioneria. In quell'istituto ho fatto un'esperienza che è stata molto importante nella mia formazione di adolescente. Al terzo anno fui mandato alla succursale di vico Zuroli, nel cuore di Forcella. Per me vomerese l'impatto fu forte ma il disagio durò veramente poco perché mi trovai in un contesto di ragazzi educati e diligenti, nonostante fossero di origini modeste. Mi hanno insegnato molto sul piano umano e sociale».

**Dopo il diploma si iscrisse alla facoltà di economia e commercio ma in seguito abbandonò. Per quale motivo?**

«Mio padre era un agente di commercio con un forte carisma arricchito da una cultura a tutto campo che si era formato da solo ed era anche un divoratore di libri e un abile conversatore. Subivo il suo fascino e mordevo il freno per potermi accompagnare a lui per imparare il mestiere. Da uomo pratico e concreto capì che insistere sul discorso universitario alla lunga mi avrebbe penalizzato e mi prese con lui come "apprendista". È stato il mio mentore e il mio maestro insegnandomi sul campo quanto mai avrei potuto imparare sui testi universitari. Oggi posso affermare che con la maieutica riuscì a farmi prendere coscienza della mia spiccata attitudine per il marketing».

**Di che cosa si occupava?**

«Era profondamente inserito nel segmento di mercato che trattava gli articoli per le mercerie che erano, a quei tempi, linfa vitale per il settore tessile. Il consumismo non aveva ancora imposto le sue regole, non esistevano gli spechi. Basti pensare che i calzini si rammendavano e si sostituivano gli elastici slabbrati in un certo tipo di intimo. Quando sono nate le fabbriche di maglieria le mercerie si sono avviate sulla strada del tramonto. L'ultima ad abbassare definitivamente la saracinesca al Vomero è stata Abbronzino, a via Scarlatti, preceduta da Chigi, un altro negozio storico sempre nella stessa via».

**Quanti anni ha lavorato con suo padre?**

«Ho iniziato nel 1962, a diciotto anni, e ho smesso quando lui è venuto a mancare prematuramente nel marzo del 1975, stroncato in soli due anni dalla Sla, un male ancora poco conosciuto sotto il profilo scientifico che non offre prospettive di guarigione. Il 1975 ha rappresentato l'anno della mia svolta professionale».

**Perché?**

«Nel novembre io e mio fratello più piccolo di due anni diventammo rappresentanti del prestigioso marchio Bassetti, azienda leader nel tessile in Italia. Avevo appena trent'anni e tutti si chiesero come fosse stato possibile per due



giovannissimi raggiungere un traguardo di così grande prestigio. Tutto dipese dal fatto che avemmo la fortuna di incontrare un direttore dell'azienda, napoletano, che apprezzò le nostre qualità professionali e la nostra educazione. Quella rappresentanza ci diede grande prestigio sociale ed economico e poco tempo dopo diventammo anche rappresentanti della Stefanel, che era la concorrente diretta della Benetton».

**L'esperienza nella Bassetti, soprattutto, e anche quella nella Stefanel, le consentirono di ideare e poi realizzare nel 1983 il suo progetto di vita: creare Original Marines, un marchio tutto suo. Ci racconti.**

«Mentre mio fratello continuava nell'attività di famiglia, quella delle rappresentanze, io pur rimanendo socio, mi dedicai anima e corpo al mio progetto la cui realizzazione ha una storia molto strana perché il marchio Original Marines è nato da una maglietta bianca realizzata in Brasile. Me la portò a vedere il proprietario di una piccola fabbrica di maglieria intima napoletana, che poi è diventato mio socio. Il rapporto qualità-prezzo di quel prodotto era talmente interessante che decisi di contattare il produttore. Lo feci in tempo reale perché ero uno dei pochi a Napoli ad avere il telex. Il 18 giugno 1983 partimmo in quattro in missione per il Brasile. Fu un viaggio avventuroso e pieno di imprevisti tra cui guidare con la mia patente, che non sapevo fosse scaduta, perché ero l'unico a possederla e l'arresto improvviso dell'auto presa a noleggio perché era terminata la benzina (riuscimmo ad acquistarne un poco prendendola direttamente dal serbatoio dell'automobile di un brasiliano che fortunatamente si era fermato a riposare proprio nella piazzola dove eravamo noi in panne). Insomma impiegammo quindici ore per un viaggio che ne richiedeva poco più di cinque. Giunti a destinazione scoprimmo che dietro quella t-shirt c'era un mondo completamente inatteso e affascinante che si trovava a Blumenau, una cittadina di 200mila abitanti nello stato di Santa Catarina, a 600 km a sud di San Paolo e 1.000 km a sud di Rio de Janeiro, quasi al confine con l'Argentina. Era abitata quasi esclusivamente da famiglie tedesche che avevano messo su una industria del tessile formata da fabbriche di 12/14mila operai ciascuna: una vera Fiat della maglieria. Iniziammo un rapporto molto importante, principalmente con la Hering che era la famiglia più rappresentativa, basato esclusivamente sulla parola e sulla fiducia, quindi niente di scritto. Nel corso degli anni abbiamo comprato circa 25 milioni di pezzi. Acquistai anche degli splendidi teli da spiaggia caratterizzati da una particolare policromia che, tornati a Napoli, andarono letteralmente a ruba. Paskal, a via dei Mille, ne usò alcuni per fare da sfondo alla sua vetrina. Entrammo in concorrenza con la Fruit of the Loom in gran voga da noi in quegli anni e, superate alcune difficoltà iniziali, Original Marines prese un volo irrefrenabile. Nel 1989 scriverai Pelè come testimonial del marchio».

**Grazie a questa sua attività e ai rapporti che si erano creati con gli industriali di Blumenau ottenne un riconoscimento molto importante.**

«Nel 1988 andai a Brasilia dove fui ricevuto al palazzo presidenziale insieme a un gruppetto di 4/5 stranieri e il presidente dell'epoca, José Sarney, mi conferì la Commenda dell'Ordine del Rio Branco. È l'equivalente della Legion d'Onore francese e solitamente si dava ai cittadini stranieri più meritevoli. Fu una grandissima soddisfazione e

presi consapevolezza di essere più apprezzato all'estero che in Italia per la mia attività imprenditoriale».

**Che poi venne premiata con il conferimento della benemerita di cavaliere del Lavoro.**

«Sì, ma dopo molti anni, nel 2012. Anche questo riconoscimento è motivo di orgoglio e ne vado fiero».

**Ritorniamo alla storia del suo marchio. Per quanto tempo è stato nella Original Marines?**

«Circa venti anni nel corso dei quali convinsi i miei soci ad aprire anche punti vendita al dettaglio. La mia sfida risultò vincente ancora una volta perché in quattro anni i negozi diventarono 300. Ad oggi il loro numero si è quasi raddoppiato».

**Perché nel 2001 decise di uscire dalla società?**

«Erano nate divergenze di vedute con mio fratello il quale subiva la mia forte personalità e si sentiva un'anatra zoppa. Preferii farmi da parte per troncarsi qualsiasi contrasto che cominciava a intaccare anche rapporti affettivi. Mi feci liquidare le mie quote e decisi di ricominciare da capo insieme ai miei due figli, Barbara e Gianluigi, e a mio genero Francesco Pinto che proveniva dall'ufficio legale della Procter & Gamble dove aveva maturato una importante esperienza di livello mondiale. In questa nuova e difficile sfida ancora una volta fu di fondamentale importanza la presenza, l'entusiasmo e l'incoraggiamento sempre forti e costanti di mia moglie Carmelita».

**Nacque così il marchio: Yamamay.**

«La "gestazione" non fu delle più semplici perché fui liquidato con una somma che mi avrebbe consentito di vivere di rendita, ma dopo dodici mesi, l'entrata in vigore dell'euro dimezzò il suo valore facendomi correre il rischio che quel patrimonio si sbriciolasse. La caparbia, la ferrea volontà e le capacità di tutti noi lo impedì e il progetto ideato principalmente da mio figlio, che era forte dell'ottima esperienza fatta con il marchio "Intimissimi", andò in porto. Per dare il suo contributo alla "causa" di famiglia rinunciò a un contratto milionario propostogli dal board di Intimissimi che lo voleva responsabile per tutto il Sud dell'Italia».

**Che cosa significa Yamamay?**

«È il nome di un baco da seta giapponese e precisamente del "baco delle montagne". Era un pomeriggio piovoso ed eravamo riuniti per trovare il nome da dare al marchio. Non riuscivamo a trovarne uno che andasse bene a tutti o che non fosse registrato. Io e Carmelita cominciammo a sfogliare un vecchio libricino che mio padre portava sempre con sé e che io ho conservato gelosamente come un vangelo. È un manuale destinato ai direttori dei setifici, scritto nel 1920 ed edito dalla Hoepli. Ci balzò agli occhi quel nome, dal suono molto dolce e palindromo, quindi orecchiabile e comprensibile anche per chi legge da destra verso sinistra. A Gianluigi non piaceva molto ma alla fine fummo tutti d'accordo e registrammo il nome».

**Poco tempo dopo questo suo secondo successo decise di cogliere la possibilità di investire in un progetto nascente a Napoli, quello delle valigie e delle borse Carpisa.**

«Entrammo come soci per poi proseguire insieme questo percorso. Oggi Yamamay è socia al 50% di Carpisa e questa lo è al 50% di Yamamay. Siamo partiti nel 2001 a poche settimane di distanza l'uno dall'altro. Yamamay aprì il suo primo negozio una settimana dopo l'attentato dell'11 settembre alle Torri Gemelle di New York e l'anno prossimo compirà ventuno anni».

**Oggi riveste la carica di presidente della Pianoforte Holding, la società che possiede entrambi i marchi. Anche questo nome è decisamente originale.**

«L'ho scelto per due ragioni: il pianoforte si può suonare a quattro mani e poi è uno strumento duttile. Quindi due società che si possono muovere con ritmi diversi a seconda delle esigenze».

**Dal suo autorevole punto di osservazione, che cosa ci aspetta nei prossimi mesi?**

«Sono momenti difficili e sta cambiando la storia del mondo. Per quanto riguarda in particolare il nostro paese, i dati rilevati dall'Ocse indicano una situazione economica preoccupante. Una seconda ondata di Covid-19 potrebbe davvero metterci in ginocchio. Mi auguro con tutto il cuore che ciò non accada, perché altrimenti passeremmo un testimone molto gravoso ai nostri figli e alle generazioni future».