

# I Personaggi del ROMA



di Mimmo Sica

## Ernesto Aruta, dalla musica all'imprenditoria

«Sono sempre stato autodidatta: mi piace osservare, imparare e poi fare da me»

L'intervista ripercorre la carriera di Ernesto Aruta, partendo dal suo lavoro giovanile nel negozio di famiglia e come dj, fino alla fondazione della sua prima agenzia di viaggi, Planet Travel. Vengono esplorate le sue passioni per i viaggi e il design, la sua lunga relazione con la moglie Daniela Barbaro, dalla quale ha avuto i figli Manuel Mario, Allegra Chiara e Carlotta Chiara, e la successiva espansione nel settore dell'intrattenimento notturno con la creazione dei club "White" e "VOGA". Il focus principale è la creazione e l'espansione del brand "Fresco", nato da un'intuizione di mercato e fondato su un concept unico che unisce design innovativo e tradizione culinaria napoletana. Il progetto "Fresco" ha anche il grande merito di avere riunito la famiglia perché da circa 6 anni Ernesto, suo fratello Paolo e la sorella più piccola Antonella (laureata con il massimo dei voti in ingegneria gestionale) lavorano insieme con passione e sinergia.



«Nasco a Napoli dove ho vissuto inizialmente a via Scipione Capece. Casa nostra, però, era troppo distante dal Vomero dove, in via Luca Giordano, mio padre Mario era il titolare del negozio di abbigliamento creato da nonno Ernesto. Rientrava la sera molto tardi e per questo motivo ci siamo trasferiti nel centro Vomero, in via Merliani. Dopo le scuole inferiori frequentate al Denza, mi sono iscritto al Mario Pagano e ho acquisito il diploma in ragioneria con una specializzazione in informatica. Fin dalle medie giocavo a calcio alla scuola di Gianni Improta, a Posillipo. Ho militato in Prima Categoria con la squadra "Piedi-grotta" il cui presidente era il famoso attore Benedetto Casillo».

**Contemporaneamente coltivava la passione per la musica.**

«È sbocciata a 14 anni e rappresenta il fil rouge che sottende tutta la mia vita anche se con modalità diverse. Ho iniziato organizzando serate e vendita di biglietti. Poi mi sono cimentato come dj in diversi locali cittadini creandomi precocemente una rete di relazioni sociali molto ampia che mi è servita negli sviluppi futuri della mia vita lavorativa e professionale che ha avuto i prodomi nel mio primo viaggio importante, a 18 anni, tra Stati Uniti e Caraibi».

**Quando si è calato nella realtà dell'azienda di famiglia?**

«Ufficialmente dopo il diploma, a 18 anni, ma avevo già fatto "gavetta" durante i saldi. Ho ricoperto un ruolo chiave, quello di buyer e curatore estetico. Decidevo l'allestimento delle vetrine e facevo le campagne acquisti fuori dal perimetro tradizionale di papà perché avevo un occhio particolare per la scelta di capi "fuori comfort" ispirati al mio gusto e all'innata fantasia: li consideravo asset distintivi. Progressivamente in azienda sono stati coinvolti anche mamma, Anna Virnicchi, e mio fratello minore Paolo, nel settore specificamente amministrativo».

**Fino a quando si è occupato dell'abbigliamento?**

«Sono stato impegnato per 10 anni a partire dal 1988, poi ho cambiato. Il nodo causale è semplice: la mia spinta identitaria verso musica/viaggi ha reso il perimetro del retail familiare un "satellite" e non un "centro" della carriera; la scelta di uscire nel 1998 allinea energia,

tempo e talento con il mio driver interno perché avevo capito che il mio vero capitale motivazionale è costituito dal gusto che possiedo e dalla capacità di attivare domanda attraverso estetica e relazioni: questi asset avevano bisogno di trovare un campo più congruente, quindi mi sono dedicato a esperienze e servizi legati al viaggio, dove la differenziazione si gioca su curatela e relazione più che su stock e stagionalità. Comunque l'attività di famiglia non l'ho mai abbandonata del tutto e continuo ancora oggi ad accompagnare mio padre e mia madre quando bisogna fare gli acquisti».

**Quando si è affacciato nel mondo dei viaggi?**

«L'ispirazione decisiva è nata, come detto prima, nel 1988 durante il mio primo grande viaggio tra Stati Uniti e Caraibi. È stata un'esperienza che ha acceso in me un amore profondo per la scoperta di nuove culture. Mi sono innamorato di Miami e ho alloggiato al Delano Hotel di questa città, il cui arredamento è stato curato dal famoso designer Philippe Starck, che ha rappresentato una mia seconda fonte di ispirazione per il design d'interni. Noto come il pioniere del "design democratico", quando aveva appena 31 anni fu definito il primo star-designer della storia. Da allora, ogni estate, ho fatto itinerari tipo New York-Miami-Caraibi-New York, spesso visitando 2-3 isole. In inverno andavo alle Mauritius per 7-8 giorni. L'idea di trasformare questa passione in un'attività imprenditoriale si è poi, concretizzata durante una conversazione con il mio carissimo amico e futuro socio Diego Marengo. Ci siamo detti: "viaggiamo tanto, perché non apriamo un'agenzia?". Su segnalazione di mio fratello Paolo abbiamo trovato un locale in via Aniello Falcone e abbiamo fondato nel 1998 l'agenzia Planet Travel. Il suo successo è stato immediato e si è basato su un modello di business innovativo: invece di vendere pacchetti da catalogo, ho messo a disposizione la mia vasta esperienza diretta, offrendo consulenze dettagliate e costruendo viaggi su misura. Grazie a una solida rete di contatti locali ("corrispondenti"), Planet Travel era, come è, in grado di offrire esperienze uniche, dal viaggio culturale a quello di puro intrattenimento, distinguendosi per la capacità di far viaggia-

re i clienti non come semplici turisti».

**Alla fine del 2000, forte dell'esperienza maturata come pr e organizzatore, ha deciso di diversificare le sue attività entrando prepotentemente nel mondo dell'intrattenimento notturno.**

«Insieme mio fratello Paolo e a Diego Marengo, coronò il sogno di passare da organizzatore a proprietario di un locale. Ispirato da un club visto a Miami, creò il "White", un innovativo club situato a Vico Satriano. Il concept era rivoluzionario per l'epoca: un ambiente esclusivo, interamente bianco, dove al posto dei tradizionali tavoli c'erano dei grandi letti ("bed") su cui i clienti potevano accomodarsi. Il locale, accessibile prevalentemente a soci, si concentrava unicamente sul beverage di alta qualità, diventando rapidamente un punto di riferimento della movida napoletana. Durante questo periodo, l'agenzia Planet Travel continuava a operare parallelamente».

**Dopo il successo del "White", ha ideato un'ulteriore espansione nel mondo della nightlife.**

«Con un amico commercialista, Paolo di Paolo, mio fratello Paolo, Diego Marengo e Gennaro Varriale ha preso corpo un nuovo, ambizioso progetto: "Voga Club", un luogo estivo, a Coroglio, caratterizzato da elementi di design come jacuzzi sul prato e gazebo sullo stile dei beach club di Miami. Ho definito questo periodo come i "4-5 anni d'oro" vissuti tra i due locali, il primo invernale e il secondo estivo».

**Il 2008 ha segnato un punto di svolta cruciale: la nascita della sua terza figlia e quasi contemporaneamente quella dei due gemelli del suo socio storico Diego Marengo.**

«Avevamo 30 anni e, di fronte a queste nuove responsabilità familiari, le nostre mogli sollecitarono un cambiamento, spingendoci ad abbandonare progressivamente il settore delle discoteche per intraprendere un nuovo percorso professionale. L'idea fu quella di aprire un ristorante».

**Perché proprio un ristorante?**

«Volevo colmare un vuoto nel mercato della ristorazione napoletana, che offriva o trattorie tradizionali o ristoranti di lusso, senza una proposta intermedia. Già da un paio d'anni avevo coinvolto Alfredo Forgione, detto il cavaliere, un amico pizzaiolo, per fare le pizze al Voga. Durante l'estate del 2008, notai un locale in via Partenope e decisi di prenderlo per sviluppare il nuovo progetto e ho creato "Fresco" il cui nome deriva da un'espressione colloquiale usata da me fin da bambino per indicare qualcosa di bello e nuovo. Il concept era creare una "trattoria futuristica": un involucro dal design sofisticato, ispirato a Philippe Starck e definito "barocco rivisitato", con arredi di alto livello e soluzioni innovative come il soffitto in tela tesa Barisol. Questo ambiente avveniristico era volutamente messo in contrasto con una "mise en place" da classica trattoria, con bicchieri e stoviglie semplici, per creare un'esperienza unica».

**Fresco aveva uno slogan molto particolare: "Fondata nel 2020". Può spiegarci questa scelta?**

«Fu un'idea per sottolineare il carattere futuristico del progetto. Dato che volevo creare la "trattoria del futuro", abbiamo deciso di proiettarci avanti nel tempo,

e su suggerimento del compianto amico Geppy Marotta, indicammo come data di fondazione il 2020, anche se eravamo nel 2008. Fu una mossa che fece parlare molto. Quando poi è arrivato il 2020, abbiamo scherzosamente cambiato la data in "Fondata nel 2050", capovolgendo semplicemente il 2 facendolo diventare un 5, prima di rimuoverla definitivamente durante un restyling del logo».

**Il successo iniziale del brand qual è stato?**

«La riscoperta di ricette iconiche, assenti dai menù napoletani dell'epoca. Traendo ispirazione dai ricordi d'infanzia e dalle gite in barca con la famiglia, ho recuperato due piatti storici insieme al mio chef, Rosario Pigneri: lo "Scarpariello", secondo l'antica ricetta di Nunzio del ristorante Clipper a Ischia, e lo spaghetti alla "Nerano" di Maria Grazia».

**Qual è la filosofia di "Fresco"?**

«Si basa su quattro pilastri fondamentali dettati dalle mie esigenze personali: qualità assoluta dei prodotti (al punto da gettare il cibo non venduto), servizio impeccabile, climatizzazione efficiente e assenza di odori sgradevoli nel locale».

**Come si è evoluto il progetto originario?**

«Abbiamo creato una Spa con mio fratello, Diego e con i soci amici Cristiano Visocchi, Alberto Visocchi e Giancarlo di Luggo denominata "DRAV". Ad oggi il brand conta 25 locali distribuiti tra Italia, Londra (5 locali), Oman (2 locali) e Svizzera (1 locale)».

**Quanto è importante sua moglie Daniela nella sua vita privata e professionale?**

«È stata ed è la compagna fondamentale con la quale ho condiviso e condiviso ogni tappa della mia esistenza. Mi ha accompagnato in tutti i viaggi e le mie "avventure". Senza di lei sicuramente non avrei realizzato tutto quanto, e poi oltre a essere una superlativa imprenditrice nel mondo della moda, è una madre premurosa, grande educatrice e sempre presente. Ci siamo conosciuti nell'inverno del 1984 ed il 6 agosto dello stesso anno ci siamo fidanzati: da quel giorno siamo sempre insieme».

**Ha in atto una nuova sfida?**

«Creare una clubhouse. L'ispirazione per questa nuova avventura nasce da un'esperienza vissuta in una clubhouse privata a Londra, che ha acceso in me il desiderio di replicare un modello simile a Napoli: un luogo esclusivo con un servizio di altissimo livello. Un primo tentativo di realizzare questo sogno presso un circolo di tennis non è andato a buon fine a causa di ostacoli burocratici. Tuttavia, l'idea è rimasta viva e l'obiettivo dichiarato è creare un vero e proprio club esclusivo, portando qualità e funzionalità nell'offerta ristorativa, ma con un occhio al design moderno, ispirato a beach club di alto livello come quelli in stile Nikki Beach Nobu o Armani».

**Oltre all'imprenditoria, coltiva qualche passione?**

«Sono un grande appassionato di musica, in particolare lounge e deep house e mi è sempre piaciuto molto ascoltarla. Inoltre, a 16 anni, nel 1986, mi diletavo con la fotografia arrivando anche a sviluppare i miei scatti».

**Qual è la sua caratteristica particolare?**  
«Sono sempre stato un autodidatta: mi piace osservare, imparare e poi fare da me».