

# Fast fashion

Prada CEO Patrizio Bertelli doesn't like to play it safe, and now his yacht is competing in the most challenging of sailing events, the America's Cup. He tells Robert Johnston how he got his wife, designer Miuccia Prada, on board, how his crew knocked out Ben Ainslie, and why it pays to take risks – in fashion, art and sport

The America's Cup is Formula 1 on water, where hi-tech yachts achieve once-unimaginable speeds while competing for the oldest international sports trophy in the world – known affectionately as the 'Auld Mug'. And for the past four years Patrizio Bertelli, billionaire co-CEO of global fashion group Prada, has had his fingers crossed that the Luna Rossa Prada Pirelli team will, after 20 years of competing, finally sail to victory.

Bertelli, now 74, was born in Arezzo in Tuscany, and since his youth has been a passionate sailor. 'It

all started back in the 1970s,' he says, 'with a group of friends at the sailing club in Castiglione della Pescaia on the Tyrrhenian Sea.' Before the pressures of business made it impossible, he used to try to spend two months a year sailing. He has competed across Europe and still races in vintage 12-metre regattas.

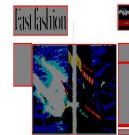
His involvement with the America's Cup, though, only dates back to 1997. 'I was talking to the Argentinian racing-yacht designer Germán Frers, who was designing a new boat for my family, when he told me, "You are exactly the sort of person who should be thinking about the America's Cup."'

Up until then, the race had been merely a casual interest, but as Frers had already created an America's Cup yacht, *Il Moro di Venezia*, for an Italian team – sponsored by the late industrialist Raul Gardini – that had been runner-up in 1992, Bertelli was confident that he knew what he was talking about. The figures involved were, unsurprisingly, breathtaking. Gardini was said to have sunk \$200 million (£146 million) in today's money into his attempt. 'So I went back home and to the company to try and work out if it was even financially viable,' says Bertelli, who is sporting a black polo-neck, a signature Prada look.

The most important person to persuade was his wife and co-CEO, Miuccia Prada. The couple had first met at a trade fair in Milan in 1978, when Bertelli was the owner of a leather factory in Arezzo and Prada was an ambitious young designer at her family's leather-goods business. Prada was looking for a manufacturer for her bags, and when she arrived at her future husband's stand she realised he was the perfect man to work with. It seems that it was business at (nearly) first sight, and love at second.

Together, they built an empire, and today Prada is





one of the most successful luxury conglomerates on the planet. The Prada Group also owns Miu Miu, Church's, Car Shoe and Marchesi 1824. The Prada brand itself is valued at \$4.5 billion (£3.2 billion), according to Interbrand, and Prada Holding owns 80 per cent of the business. Hardly surprisingly, *Time* magazine has named them one of the most influential couples in the world.

'When we first discussed the America's Cup,' recalls Bertelli, 'the main difficulty was that it all seemed so far away. The race was to be held in New Zealand in 2000, and it felt like it was going to the Moon.'

But he found his wife was willing to listen. 'I wouldn't say Miuccia is difficult, more curious,' he says. 'As a company we are always willing to experiment, and she wants to move forward all the time, so we decided to go for it.'

They had already been willing to take a risk when, in 1993, they set up the Fondazione Prada, a spectacular arts project in Milan. (The couple are among the world's biggest art collectors.) It was in the middle of Italy's 'Clean Hands' scandal, where the cosy relationship between government and some industrialists was being revealed as corrupt. 'The country was in big trouble,' he says. Indeed, the previous Italian America's Cup competitor, Raul Gardini, died in disgrace that year, having ended up billions in debt.

The permanent cultural complex and exhibition was given shape by Miuccia Prada's favourite architect, Rem Koolhaas, the designer of the flagship Prada stores in New York and LA – as well as creator of the sets for the label's catwalk shows. When the eye-catching gold-leaf-clad building opened in 2015, it immediately became an essential stop on any tour of Milan. Prada knows what she wants and is willing to go all out to achieve it. It took all her persuasive powers to induce *The Grand Budapest Hotel* film director, Wes Anderson, to design the Fondazione's cafe, Bar Luce.

'And like the Fondazione Prada, we were passionate and brave enough to go through with the America's Cup. Both are examples of how Miuccia and I want to go through the big adventure of life with our business. The competition is a huge financial commitment, but we partner with Pirelli so the burden is shared.'

When Bertelli makes up his mind about something he doesn't waver, and his commitment to 'made in Italy' is total. He is a notorious perfectionist and a tough man to please. When Prada opened an office in New York, he

insisted that everything be imported from Italy, including the desks, the chairs, the pens and pencils – and even, reportedly, the staples.

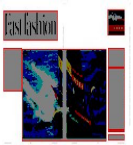
This year the race will again be held in New Zealand – the previous winner has the privilege of hosting – and the sailing will be in the Hauraki Gulf, north-east of Auckland. It's all about big numbers: Team Luna Rossa Prada Pirelli alone has a crew of over 100, including Bertelli's son Giulio there in support, and the technology involved is phenomenal. 'The America's Cup is about newness and designing boats that are more and more extreme. We have yachts that literally fly. This would have been unthinkable when we started 20 years ago.'

The new 75ft AC75-class yachts, such as *Luna Rossa*, that are competing in the 36th America's Cup are monohulled and equipped with tilting side foils. It is these that allow the boats to 'fly' above the waves like a hydrofoil and reach speeds of over 50 knots. 'In a normal yacht,' explains Bertelli, 'you feel the ocean and the power of the waves against the hull, but when *Luna Rossa* lifts up, and this doesn't take much wind, you are suspended in mid-air and can no longer feel the water. The sounds are different and you feel this sensation of weightlessness. You really experience the speed when you are exposed to the wind while travelling at 60 miles per hour. It's like riding a motorbike without a helmet. It is very sexy.'

Nature still plays a big part in the final result. 'These boats are specifically targeted. *Luna Rossa* performs well in light winds, whereas the UK entry, skippered by Olympic gold-winner Sir Ben Ainslie, and the US boats perform better in stronger conditions, so it all comes down to the day. We are in the hands of the gods. But it is better to be in the hands of the gods than to be a hostage to fortune.'

For Bertelli, however, it isn't just about the winning – or losing – it is also about sustainability, particularly when it comes to the *Luna Rossa* crew's uniform, versions of which are on sale to the public. The pieces are made mostly with natural fibres such as wool and cotton, which are renewable and biodegradable, thus avoiding the use of synthetic fibres, which, during washing, can release highly polluting microplastics into the water. It has been estimated that around a third of the microplastics in the world's seas comes from synthetic materials used in the clothing industry, and a recent study by the University of Manchester has calculated that up to 1.7 million tons of these microfibrils





are released into the ocean every year. Bertelli points out that the infamous 'waste island' in the North Pacific is now three times the size of France.

In his opinion, Generation Z's sensitivity around environmental issues marks a huge cultural shift, and one that fashion companies such as Prada have to confront. 'It reminds me of the Summer of Love that took place in the 1960s in California. It's a similar movement. It's about mental freedom, and the freedom we are seeking is to go back to nature, to put the human race back at the centre of the world, but in a position of responsibility not power. We are going back to something more primitive but, ironically, we will need technology to achieve this. It's pretty subtle.'

The Luna Rossa range also reflects the fact that, increasingly, fashion is informed by sport, technology and comfort. 'This is part of an ongoing cultural shift. What we wear goes hand in hand with our lives. Covid has made our daily lives stop – no restaurants, no clubs

At the time of talking, thanks to Covid, Bertelli wasn't sure he would make it to Auckland – and he was yet to have his vaccine. 'We'll see. At the moment you have to quarantine for two weeks when you arrive in New Zealand. That's not ideal. But the morale of the team is high,' Bertelli says. 'After all, they are living in an incredible place that is paradise compared to Europe right now. You don't even have to wear masks. I'm a big fan of Prime Minister Jacinda Ardern. It's a small country, of course, but she enforced a real lockdown and it worked. China managed it too, but in a rather different way,' he says, laughing.

As *Luxury* went to press, Luna Rossa Prada Pirelli had just won a resounding victory against Ben Ainslie's Ineos Team UK in the Prada Cup Final – the event that decides which challenger team will compete against the defender, Emirates Team New Zealand, for the America's Cup itself. That match starts today and runs until 21 March. So Bertelli is in touching distance of the Auld Mug.

Covid aside, he already had a good start to the year, when, on 20 January, Amanda Gorman wore head-to-toe Prada to read a poem at Joe Biden's inauguration, making the 23-year-old LA native a worldwide superstar in the process. She has long been a Prada favourite, having appeared in the front row of its shows in Milan, and

– so we have become more casual. It is also about intimacy. Take the hoodie: it is very cosy but also very intimate. Most importantly, however, it is about comfort.'

For Bertelli, the America's Cup project is largely about pushing technology forward. 'It is like Formula 1, in that the innovations filter down,' he says. 'In the past it was all about conquering something and breaking records; now it is a process of discovery and really thinking about the objectives.' Already, the Swedish company Wallenius Marine has announced that it is building a cargo vessel known as *Oceanbird* that will be powered by wind and capable of carrying 7,000 cars across the Atlantic, while cutting emissions by up to 90 per cent.

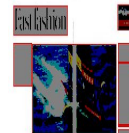
Bertelli hopes Italy will be as ecstatic as Australia was in 1983, when Alan Bond's team won the trophy – the first time the Americans had been defeated in the challenge since it was launched in 1851. Then-prime minister Bob Hawke suggested that every Australian should be given the day off work. Though whether Bertelli will give his entire workforce a holiday is another question.

she spoke at its Shaping a Sustainable Future Society conference in 2019. Perhaps this is an example of Bertelli and Miuccia Prada's ability to pick a winner, and to discover an authentic face to appeal to a new generation of fashion aficionados. 'People tend to recognise each other,' says Bertelli, 'and Prada mirrors her personality.'

When he does eventually win the America's Cup,

*'It's like riding a motorbike without a helmet. It is very sexy'*



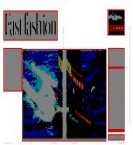


► 6 marzo 2021



LEFT *Luna Rossa*, the yacht that the Prada Pirelli team hope will win them the America's Cup. ABOVE Patrizio Bertelli (on right) on board during a training session



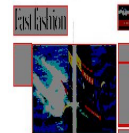


► 6 marzo 2021



FROM TOP In 2015  
Fondazione Prada's new  
Milan home was unveiled,  
designed by Rem  
Koolhaas. Patrizio Bertelli  
and Miuccia Prada





► 6 marzo 2021



FROM TOP Luna Rossa Prada Pirelli racing Ineos Team UK (helmed by Sir Ben Ainslie) in Auckland on 15 January, day one of the Prada Cup. Eventually, *Luna Rossa* won seven races out of eight against *Britannia*, Ineos's yacht, in the Prada Cup Final, ensuring its place as the challenger in this month's America's Cup presented by Prada. Poet Amanda Gorman in top-to-toe Prada at President Joe Biden's inauguration on 20 January



## Moda veloce

L'AD di Prada Patrizio Bertelli non ama tenersi dalla parte della ragione e adesso il suo yacht partecipa al più impegnativo degli eventi velici, l'America's Cup. Racconta a Robert Johnston come ha convinto sua moglie, la stilista Miuccia Prada, ad appoggiare il suo progetto, come il suo equipaggio abbia sbaragliato Ben Ainslie, e perché correre rischi sia una scelta premiante – nella moda, nell'arte e nello sport

L'America's Cup è la Formula 1 sull'acqua, dove gli yacht ultratecnologici raggiungono velocità un tempo inimmaginabili mentre si contendono il più antico trofeo sportivo internazionale del mondo – chiamato affettuosamente l'“Auld Mug” (il vecchio tazzone). E negli ultimi quattro anni Patrizio Bertelli, miliardario co-amministratore delegato del gruppo internazionale di moda Prada, ha tenuto le dita incrociate nella speranza che il team Luna Rossa Prada Pirelli, dopo 20 anni di gare, veleggi finalmente verso la vittoria,

Bertelli, adesso 74enne, è nato ad Arezzo, e fin da giovane è un appassionato velista. “È cominciato tutto negli anni 1970”, racconta, “con un gruppo di amici al circolo velico di Castiglione della Pescaia sul Mar Tirreno”. Prima che le pressioni dell'azienda glielo rendessero impossibile, cercava di passare due mesi all'anno in barca a vela. Ha gareggiato in tutta Europa e partecipa ancora a regate di barche d'epoca di 12 metri.

Il suo impegno in America's Cup, però, risale soltanto al 1997. “Stavo chiacchierando con il designer argentino di yacht da regata German Frers, che stava progettando una nuova barca per la mia famiglia, quando mi disse, “Tu sei proprio il genere di persona che dovrebbe pensare all'America's Cup”.

Fino ad allora, la gara era semplicemente stata un interesse occasionale, ma dato che Frers aveva già creato uno yacht per l'America's Cup, *Il Moro di Venezia*, per un team italiano – sponsorizzato dallo scomparso industriale Raul Gardini – che si era classificato secondo nel 1992, Bertelli era sicuro che sapesse quel che diceva. Come prevedibile, le cifre in ballo erano da togliere il fiato. Si dice che Gardini, per il suo tentativo, abbia sborsato 200 milioni di dollari (146 milioni di sterline) in denaro di oggi. “Così tornai a casa e in azienda per cercare di capire se fosse finanziariamente fattibile” racconta Bertelli, che sfoggia una polo nera, un look inconfondibilmente Prada.

La persona più importante da convincere era sua moglie nonché co-amministratore delegato, Miuccia Prada. I due coniugi si erano conosciuti a una fiera commerciale a Milano nel 1978, quando Bertelli era proprietario di una pelletteria ad Arezzo e Prada era una giovane stilista ambiziosa che lavorava nell'azienda di famiglia. Prada cercava un produttore per le sue borse, e quando arrivò allo stand del suo futuro marito capì che era l'uomo perfetto con cui lavorare. A quanto pare furono affari (quasi) a prima vista, e amore in seguito.

Insieme, hanno costruito un impero, e oggi Prada è uno dei gruppi del lusso di maggior successo del pianeta, Il Gruppo Prada controlla anche Miu Miu, Church's, Car Shoe e Marchesi 1824. Il solo marchio Prada è valutato 4,5 miliardi di dollari (3,2 miliardi di sterline), secondo Interbrand, e Prada Holding controlla l'80 per cento della società. Non stupisce quindi che la rivista *Time* li abbia inseriti tra le coppie più influenti del mondo.

“Quando parlammo per la prima volta dell'America's Cup”, ricorda Bertelli, “la principale difficoltà era che sembrava tutto molto lontano. La gara si sarebbe svolta in Nuova Zelanda nel 2000, e sembrava di andare sulla Luna”.

Ma scoprì che sua moglie era disposta ad ascoltare. “Non direi che Miuccia sia difficile, più curiosa” racconta. “Come azienda siamo sempre pronti a sperimentare, e lei vuole sempre andare avanti, per cui decidemmo di partecipare.”

Avevano già dato prova della propensione a correre rischi quando, nel 1993, avevano costituito la Fondazione Prada, uno spettacolare progetto artistico a Milano. (I due coniugi sono tra i più grandi collezionisti d'arte al mondo.) In Italia si era in pieno scandalo “Mani pulite”, nell'ambito del quale stava venendo alla luce che lo stretto rapporto tra il governo e alcuni industriali era corrotto. “Il paese era in guai grossi”, dice Bertelli. In effetti, il precedente concorrente italiano dell'America's Cup, Raul Gardini, morì quell'anno in disgrazia, dopo aver contratto debiti per miliardi.

Il complesso culturale-mostra permanente ha preso forma grazie all'architetto preferito di Miuccia Prada, Rem Koolhaas, che ha progettato i flagship store Prada di New York e Los Angeles – e crea anche le scenografie delle sfilate del marchio. Da quando ha aperto i battenti, nel 2015, l'accattivante edificio ricoperto con foglia d'oro è subito diventato una tappa fondamentale di qualsiasi visita di Milano. Prada sa quello che vuole ed è decisa a fare tutto il possibile per ottenerlo. Ci sono voluti tutti i suoi poteri persuasivi per convincere il regista di *Grand Budapest Hotel*, Wes Anderson, a progettare il caffè della Fondazione, il Bar Luce.

“E come con la Fondazione Prada, era una passione e siamo stati così coraggiosi da andare avanti con l'America's Cup. Sono due esempi di come io e Miuccia vogliamo vivere la grande avventura della vita con la nostra azienda. Il

trofeo è un enorme impegno finanziario, ma abbiamo unito le forze con Pirelli per cui ci dividiamo il peso”.

Quando Bertelli decide una cosa non ha più esitazioni, e il suo impegno per il “made in Italy” è totale. È notoriamente un perfezionista, difficile da accontentare. Quando Prada ha aperto un ufficio a New York, ha preteso che tutto fosse importato dall'Italia, comprese le scrivanie, le sedie, le penne e le matite – e anche, a quanto si dice, le graffette. Quest'anno la gara si disputerà di nuovo in Nuova Zelanda – il vincitore precedente ha il privilegio di ospitare – e le regate si svolgeranno nel Golfo di Hauraki, a nord-est di Auckland. È tutta questione di numeri importanti: il solo Team Luna Rossa Prada Pirelli ha un equipaggio di oltre 100 persone, compreso il figlio di Bertelli, Giulio, a dare una mano, e la tecnologia in gioco è fenomenale. “L'America's Cup è questione di novità e di progettare barche che sono sempre più estreme. Abbiamo yacht che volano letteralmente. Sarebbe stato impensabile quando abbiamo iniziato 20 anni fa”.

I nuovi yacht classe AC75 da 75 piedi come *Luna Rossa*, che partecipano alla 36a America's Cup sono monoscafo e dotati di foil laterali inclinabili. Sono questi che permettono alle barche di “volare” sulle onde come un aliscafo e raggiungere velocità superiori a 50 nodi. “In una barca normale”, spiega Bertelli, “senti l'oceano e la forza delle onde contro lo scafo, ma quando *Luna Rossa* si solleva, e non ci vuole molto vento, sei sospeso a mezz'aria e non senti più l'acqua. I rumori sono diversi e hai la sensazione dell'assenza di peso. Avverti veramente la velocità quando sei esposto al vento e viaggi a quasi 100 chilometri all'ora. È come andare in moto senza casco. È molto sensuale”.

La natura gioca ancora un ruolo importante nel risultato finale. “Queste barche hanno uno specifico obiettivo, *Luna Rossa* va bene con venti leggeri, mentre il concorrente britannico, capitanato dal vincitore di un oro olimpico Sir Ben Ainslie, e le barche statunitensi si comportano meglio con condizioni di vento più forte, per cui dipende tutto dalla giornata. Siamo nelle mani degli dei. Ma è meglio essere nelle mani degli dei che in balia della sorte”.

Per Bertelli, tuttavia, non è solo questione di vincere – o perdere – ma anche di sostenibilità, in particolare quando si tratta della divisa dell'equipaggio di *Luna Rossa*, una versione della quale è in vendita al pubblico. I capi sono fatti principalmente di fibre naturali come lana e cotone, che sono rinnovabili e biodegradabili, evitando così l'uso di fibre sintetiche che, durante il lavaggio, possono rilasciare nell'acqua microplastiche altamente inquinanti. Si è stimato che circa un terzo delle microplastiche presenti nei mari del mondo provenga dai materiali sintetici utilizzati nell'industria dell'abbigliamento, e uno studio recente della University of Manchester ha calcolato che ogni anno vengono rilasciate nell'oceano fino a 1,7 milioni di tonnellate di queste microfibre. Bertelli sottolinea che la famigerata “isola di rifiuti” nel Pacifico del Nord è ora grande tre volte la Francia.

A suo parere, la sensibilità della Generazione Z per le tematiche ambientali è un enorme cambiamento culturale, con cui le aziende di moda come Prada devono confrontarsi. “Mi ricorda la Summer of Love negli anni 1960 in California. È un movimento simile. È questione di libertà mentale, e la libertà che cerchiamo è tornare alla natura, rimettere al centro del mondo la razza umana, ma in una posizione di responsabilità e non di forza. Stiamo tornando a qualcosa di più primitivo ma, paradossalmente, avremo bisogno della tecnologia per riuscirci. È molto sottile”.

La linea Luna Rossa rispecchia anche il fatto che, sempre di più, la moda è influenzata dallo sport, dalla tecnologia e dal comfort. “Fa parte di un cambiamento culturale in corso. Quello che indossiamo va di pari passo con la nostra vita. Il Covid ha fatto fermare la nostra vita quotidiana – niente ristoranti, niente locali – e così siamo diventati più casual. È anche questione di intimità. Prendete la felpa col cappuccio: è molto comoda ma anche molto intima. La cosa più importante, comunque, è che è questione di comfort”.

Al momento in cui abbiamo parlato, a causa del Covid, Bertelli non sapeva bene se sarebbe riuscito ad andare ad Auckland – e doveva ancora essere vaccinato. “Vedremo. Al momento devi stare in quarantena per due settimane quando arrivi in Nuova Zelanda. Non è proprio l'ideale. Ma il morale del team è alto”, dice Bertelli. “Dopo tutto, vivono in un posto incredibile che in questo momento è un paradiso rispetto all'Europa. Non devi neanche portare la mascherina. Sono un grande fan del Primo Ministro Jacinda Ardern. È un paese piccolo, certo, ma ha imposto un vero lockdown e ha funzionato. Anche la Cina c'è riuscita ma in modo decisamente diverso”, osserva ridendo.

A parte il Covid, l'anno è già partito bene quando, il 20 gennaio, Amanda Gorman si è vestita Prada da capo a piedi per leggere una poesia alla cerimonia di insediamento di Joe Biden; la 23enne originaria di Los Angeles è diventata così una superstar mondiale. È da tempo una beniamina di Prada, essendo comparsa in prima fila alle sue sfilate a Milano e ha parlato alla sua conferenza *Shaping a Sustainable Future Society* nel 2019. Forse è un esempio della capacità di Bertelli e di Miuccia Prada di scegliere un vincente, e di scoprire un volto autentico per affascinare una nuova generazione di appassionati di moda. “Le persone tendenzialmente si riconoscono” dice Bertelli, “e Prada rispecchia la sua personalità”.

Mentre *Luxury* andava in stampa, Luna Rossa Prada Pirelli aveva appena riportato una sonora vittoria contro Ineos Team UK di Ben Ainslie nella Finale della Prada Cup – l'evento che decide quale challenger si batterà contro il defender, Emirates Team New Zealand, per l'America's Cup. La sfida inizia oggi e andrà avanti fino al 21 marzo. Quindi per



Bertelli l'Auld Mug è così vicina da poterla toccare.

Per Bertelli, il progetto America's Cup è soprattutto questione di progresso tecnologico. “È come la Formula 1, nel senso che le innovazioni filtrano in altri ambiti”, spiega. “In passato era tutta questione di conquistare qualcosa e di battere dei record; adesso è un processo di scoperta e di pensare veramente agli obiettivi”. L'azienda svedese Wallenius Marine ha già annunciato che sta costruendo una nave cargo chiamata *Oceanbird* che sarà azionata dal vento e capace di trasportare 7.000 automobili attraverso l'Atlantico, riducendo le emissioni fino al 90 per cento.

Se dovesse finalmente vincere l'America's Cup, Bertelli spera che l'Italia sarà estatica come lo fu l'Australia nel 1983, quando il team di Alan Bond vinse il trofeo – la prima volta che gli americani erano stati sconfitti nella competizione dal lancio nel 1851. L'allora primo ministro Bob Hawke suggerì che venisse concessa una giornata di ferie a tutti gli australiani. Ma se Bertelli lascerà fare vacanza a tutta la sua forza lavoro è un'altra questione.

[in risalto]

*“È come andare in moto senza casco. È molto sensuale”*

[didascalie]

A SINISTRA, Luna Rossa, lo yacht che il team Prada Pirelli spera vincerà l'America's Cup. Sopra, Patrizio Bertelli (a bordo) durante un allenamento

DALL'ALTO Nel 2015 è stata inaugurata la nuova sede milanese della Fondazione Prada, progettata da Rem Koolhaas. Patrizio Bertelli e Miuccia Prada

DALL'ALTO Luna Rossa Prada Pirelli contro Ineos Team UK (capitanato da Sir Ben Ainslie) a Auckland il 15 gennaio, primo giorno della Prada Cup. Alla fine, Luna Rossa ha vinto sette regate su otto contro il Britannia, lo yacht di Ineos, nella finale della Prada Cup, assicurandosi il posto di challenger nell'America's Cup presented by Prada. La poetessa Amanda Gorman vestita Prada da capo a piedi alla cerimonia di insediamento del presidente Joe Biden, il 20 gennaio

C  
O  
M  
E  
L  
Y

W  
I  
T  
H

In the hypercompetitive sport of America's Cup racing, Prada's Luna Rossa pits science and human ingenuity against nature's most fickle element, the wind. The result is... elevating. By Nick Sullivan

M  
E



**MODERN SAILBOATS FLY. THIS IS** not a metaphor for their grace. They literally lift off the water. As these seventy-five-foot yachts glide around the course, the men pilot them to “windward” and “leeward,” words that hail from sixteenth-century English. This is one of the peculiarities of the America’s Cup, the Super Bowl of professional sailing and the oldest competitive trophy in existence: It is a mash-up of hypermodern science and ancient traditions. It is also becoming one of the world’s most thrilling sports.

The boats fly because of a technique called foiling, in which the entire hull of the yacht rises up on spindly looking hydrofoils. Friction is drastically reduced, and the potential pace is mind-bending: three times the speed of **the wind, topping out at more than fifty knots, almost sixty miles per hour. Tremendous strength and stamina are required to maintain this speed in ever-shifting conditions. This can mean constant, physical grinding for a half hour at a time. In other words, there’s very little lounging, as there was in the past—the crew needs to be fit.**

Naturally, all that velocity can lead to spectacular crashes, which make for great TV. But it also means peril. In 2013 a British sailor, Andrew Simpson, died after the capsize of his Swedish challenge yacht at around thirty knots in San Francisco Bay.

“What was unimaginable twenty years ago today is already commonplace,” says Patrizio Bertelli, CEO of Prada and founder of Luna Rossa Challenge, a racing team established in 1997 and sponsored by the Italian fashion giant. This March, Luna Rossa competed against **Emirates Team New Zealand, the defending champion, for the America’s Cup title. “In the America’s Cup, you win or lose; there is no half measure,”** he says. “It is rather brutal and merciless, but it has been part of the fascination.”

Bertelli isn’t speaking in hyperbole. The first Cup took place in 1851, when a consortium of New York moneybags and their boat, *America*, raced a fleet of cocksure British yachts. The route was a loop around the Isle of Wight, off the southern coast of England. The Brits lost. As the Yanks romped home in first place, Queen Victoria, who watched the race from the royal yacht, asked, “Who is second?” The answer has defined the Cup ever since: “Your Majesty, there is no second.”

For more than a century, the competition was strictly a Brits versus North Americans affair, held approximately every four years. And the Americans won every time. In the 1960s, other countries began to field teams. A number of them would compete to become the official challenger; that team would then take on the current holder of the Cup. It was twenty years before Australia beat the U.S., in 1983. In all, American crews have won twenty-nine of the last thirty-six America’s Cups.

The wealthy have fueled the sport. An obsession to win, combined with national **pride, has separated generations of rich men from their fortunes and produced some of the most beautiful yachts in history. J. Pierpont Morgan, Harold S. Vanderbilt, Ted Turner, and Larry Ellison** have all spent vast sums. They made the America’s Cup glamorous but exclusive—a world of blazers and gin and tonics that left many cold. And for all but the most enthusiastic sailing types, the America’s Cup was boring to watch.

That began to change around the turn of the last century. Rules were relaxed, allowing multinational crews, which leveled an uneven field and heated up the competition. It started looking more like Formula 1 than anything regatta-like. Faster races and advances in digital technology—led, in part, by the work of Luna Rossa—have transformed the America’s Cup and drawn more television viewers. To watch America’s Cup sailing does not require a great deal of sailing knowledge these days. Novice-friendly coverage by NBC Sports Gold, featuring onboard cameras and heli-cams, makes the race a cinematic experience.

The America’s Cup is not about fashion, but Prada brought its expertise to bear in the team’s new uniforms. The sailing jackets—available in limited quantities to the public and already highly collectible—are made with an unlikely material: wool. With Woolmark, the Milan-based

representative of the merino woolgrowers of Australia, Prada developed wind-resistant and rainproof spray jackets that look every bit as technical as the yachts. Instead of using 100 percent nylon, the lightweight sail jacket is 54 percent merino wool. It’s one of the finest natural—and sustainable—fibers known to man and surprisingly light and comfortable, even in the heat of a New Zealand summer.

New Zealand is where Bertelli’s team trained, in the waters off Auckland, from the start of this year, preparing for the Cup, which ran from March 6 to March 17.

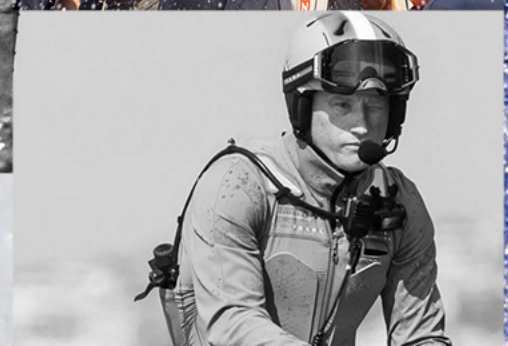
Luna Rossa had been there before. In its first attempt, in 2000, the team fought its way into the America’s Cup against **Team New Zealand and lost. This year marked the second time that Luna Rossa had clinched a place in the final, but it lost to New Zealand once again in a tight race. After twenty-five years, and even in defeat, it seems unlikely that this is the last time we’ll see a Luna Rossa challenge.**

“I want to win the America’s Cup to bring it to Italy and give the Italians something to be proud of,” said Bertelli earlier this year. He **pointed to a letter that Sir Peter Blake, a New Zealander** considered the greatest competitive sailor to have ever lived, sent to the Luna Rossa team in 2000, after its first loss to New Zealand. “Winning the America’s Cup is almost impossible; almost but not completely,” he wrote.

“It is the difficulty that gives meaning to any adventure.” ☐



Clockwise from top left: Francesco Bruni, port helmsman; Patrizio Bertelli, CEO of Prada and chairman of Luna Rossa Challenge, who has spearheaded the challenge six times in the past twenty years; Max Sirena, team director and skipper; dockside celebrations in February after the team won the Prada Cup; Australian Jimmy Spithill, starboard helmsman and the only non-Italian on the sailing team.



COURTESY PRADA - PHIL WALTER/GETTY IMAGES (SIRENA)

Esquire, 01.04.2021

## **Vieni a volare con me**

Nello sport ultracompetitivo dell'America's Cup, Luna Rossa di Prada combatte con la scienza e l'ingegno umano contro il più volubile degli elementi, il vento. Il risultato fa librare in volo.

Di Nick Sullivan

Le moderne barche a vela volano. Non si tratta di una metafora per esprimerne la grazia, si sollevano letteralmente sull'acqua. Mentre questi yacht di settantacinque piedi scivolano sul percorso, gli uomini le pilotano "windward" (sopravento) e "leeward" (sottovento), termini che risalgono all'inglese del Cinquecento. È una delle peculiarità dell'America's Cup, il Super Bowl della vela professionistica e il più antico trofeo esistente: una miscela di scienza ultramoderna e di antiche tradizioni. Sta anche diventando uno degli sport più elettrizzanti al mondo. Le barche volano grazie a una tecnica denominata foiling, per cui tutto lo scafo dello yacht si solleva su hydrofoil che sembrano lunghe zampe. L'attrito è drasticamente ridotto e la velocità potenziale è incredibile: tre volte quella del vento, con punte massime di oltre cinquanta nodi, quasi sessanta miglia all'ora. Occorrono una forza e una tempra eccezionali per mantenere questa velocità in condizioni che cambiano continuamente. Può voler dire lavorare fisicamente e costantemente ai winch per mezz'ora per volta. In altre parole, ci sono pochi tempi morti rispetto al passato – l'equipaggio deve essere in forma. Naturalmente, tutta quella velocità può causare incidenti spettacolari, ottimi per la televisione. Ma è anche un pericolo, nel 2013 un velista britannico, Andrew Simpson, morì dopo la scuffia del challenger svedese a una velocità di circa trenta nodi nella Baia di San Francisco. "Quello che vent'anni fa era inimmaginabile oggi è già la norma", commenta Patrizio Bertelli, AD di Prada e fondatore di Luna Rossa Challenge, un racing team costituito nel 1997 e sponsorizzato dal colosso italiano della moda. Nel marzo di quest'anno, Luna Rossa ha gareggiato contro Emirates Team New Zealand, il campione in carica, per il titolo dell'America's Cup. "Nell'America's Cup, si vince o si perde; non ci sono mezze misure", precisa Bertelli. "È abbastanza brutale e spietato ma è una parte del fascino". Non è un'iperbole. La prima Coppa è stata disputata nel 1851, quando un consorzio di ricconi newyorchesi e la loro barca, *America*, gareggiarono contro una flotta di yacht britannici eccessivamente baldanzosi. Il percorso era un anello intorno all'Isola di Wight, al largo della costa meridionale dell'Inghilterra. I britannici persero. Mentre gli Yankees tornavano a casa vincitori facendo una gran cagnara, la Regina Vittoria, che guardava la regata dallo yacht reale, chiese, "Chi è secondo?" La risposta ha definito la Coppa da allora: "Vostra Maestà, non c'è un secondo". Per più di un secolo, la gara si è disputata rigorosamente tra britannici e nordamericani, più o meno ogni quattro anni. E gli americani hanno sempre vinto. Negli anni 1960, altri paesi iniziarono a far partecipare un loro team. Alcuni gareggiavano per diventare il challenger ufficiale; quel team avrebbe poi affrontato il detentore della Coppa. Ci vollero vent'anni perché l'Australia riuscisse a battere gli USA, nel 1983. In tutto, gli equipaggi americani hanno vinto ventinove delle ultime trentasei edizioni dell'America's Cup. Sono stati i ricchi a sostenere lo sport. Un'ossessione per la vittoria, abbinata all'orgoglio nazionale, ha indotto generazioni di uomini ricchi a separarsi dal loro patrimonio e ha prodotto alcuni degli yacht più belli della storia. J. Pierpont Morgan, Harolds, Vanderbilt, Ted Turner e Larry Ellison hanno tutti speso somme enormi. Hanno reso l'America's Cup entusiasmante ma esclusiva – un mondo di blazer e gin tonic che lasciava freddi molti. E per chiunque a parte i velisti più appassionati, l'America's Cup era noiosa da guardare. Le cose hanno iniziato a cambiare verso la fine del secolo scorso. Le regole sono state allentate, consentendo la partecipazione di equipaggi multinazionali, che hanno livellato un settore impari e infiammato la competizione. Il trofeo ha iniziato a sembrare più la Formula 1 che una regata. Le gare più veloci e i progressi della tecnologia digitale – grazie, in parte, al lavoro di Luna Rossa – hanno trasformato l'America's Cup e richiamato più telespettatori. Attualmente per guardare le regate dell'America's Cup non c'è bisogno di molte conoscenze veliche. Grazie alla copertura della NBC Sports Gold, pensata per chi non conosce questo sport, con telecamere a bordo delle barche e riprese dall'elicottero, la gara è un'esperienza cinematografica. L'America's Cup non è solo questione di moda, ma Prada ha messo a frutto la sua competenza nelle nuove divise del team. Le giacche da vela – disponibili al pubblico in quantitativi limitati e già diventate articoli da collezione – sono fatte di un

materiale improbabile: la lana. Con Woolmark, che rappresenta a Milano i produttori di lana merino dell'Australia, Prada ha sviluppato giacche antivento e antipioggia che sembrano in tutto e per tutto tecniche come gli yacht. Invece di utilizzare nylon al 100 per cento, la leggerissima giacca da vela è al 54 per cento in lana merino. È una delle fibre naturali più pregiate e sostenibili che l'uomo conosca ed è sorprendentemente leggera e comoda, anche nel caldo dell'estate neozelandese.

È in Nuova Zelanda, al largo di Auckland che il team di Bertelli si è allenato dall'inizio di quest'anno, in preparazione della Coppa, che si è svolta dal 6 al 17 marzo.

Non era la prima volta per Luna Rossa. Al suo primo tentativo, nel 2000, il team si contese la partecipazione all'America's Cup con Team New Zealand e perse. Quest'anno era la seconda volta che Luna Rossa si conquistava un posto in finale, ma ha perso di nuovo contro la Nuova Zelanda in una gara molto combattuta. Dopo venticinque anni, e anche dopo la sconfitta, sembra improbabile che sia l'ultima volta che vedremo una Luna Rossa Challenge.

“Voglio vincere l'America's Cup per portarla in Italia e dare agli italiani qualcosa di cui essere orgogliosi”, ha detto Bertelli nei mesi scorsi. Ha citato una lettera scritta a Luna Rossa dal neozelandese Sir Peter Blake, considerato il più grande regatista che sia mai vissuto, nel 2000 dopo la prima sconfitta degli italiani contro la Nuova Zelanda. “Vincere l'America's Cup è quasi impossibile, quasi ma non completamente”, aveva scritto. “È la difficoltà che dà senso all'avventura”.

[didascalie]

In senso orario dall'alto a sinistra: Francesco Bruni, timoniere di babordo, Patrizio Bertelli, AD di Prada e presidente di Luna Rossa Challenge, che ha capitanato la challenge sei volte negli ultimi vent'anni. Max Sirena, direttore del team e skipper; festeggiamenti sul molo a febbraio dopo che il team vinse la Prada Cup; l'australiano Jimmy Spithill, timoniere di dritta e unico non italiano del sailing team

# WWD

Fashion. Beauty. Business.



## Still Committed

Saks Fifth Avenue continues to plan to open at American Dream despite the mall's financial woes.

Page 2



## Reviving A Legend

Pauline Trigère was a fashion innovator in her time, and her designs are being revived as a made-to-order brand.

Page 7



## Ready to Sail

Patrizio Bertelli talks about his Luna Rossa boat's unsuccessful bid for the America's Cup – and how he can't wait for the next race.

Page 25



# Go Long, Go Short

Designers showed two polar opposite silhouettes for fall: maxi or mini. The long channeled evening silhouettes into daytime, often in elegant knit renditions, as seen here in Missoni's striped number. The short was seen in party-ready cocktail dresses or miniskirts influenced by the Swinging Sixties, like the Courrèges look here, or styles reminiscent of those Pop Princesses of the early Aughts. *For more on the trends, see pages 8 to 14.*

BY WWD FASHION DEPARTMENT

## FASHION

# LVMH Prize Seeks Public's Assistance In Picking Finalists

- The 20 semifinalists are to present their creations via a digital showroom from April 6 to 11.

BY MILES SOCHA

**In tune with** the fact that everyone has a voice in the social media age, the LVMH Prize is to invite the general public to help choose 2021's finalists.

"Everyone will be able to vote for their favorite candidate. This year, the public will become an expert in the LVMH Prize," Delphine Arnault said in revealing the 20 semifinalists for the eighth edition of the LVMH Prize

CONTINUED ON PAGE 22

## BUSINESS

# Assessing Xinjiang Cotton Fallout

- At least six H&M stores have been shut in China, and Huawei removed Nike and Adidas from its app store over the weekend.

BY TIANWEI ZHANG

**LONDON** – China's crackdown on companies that decline to back down from the issue of Xinjiang cotton continued to brew over the weekend.

H&M's blackout treatment – which spanned e-commerce, mapping and ride-hailing platforms – now encompasses at least six physical stores closed in cities such as Urumqi, Yinchuan, Changchun and Lianyungang, with several of the malls citing it as landlord decisions. In a video circulating on Weibo, H&M's billboards can be seen being removed from a mall's facade, and the brand's storefront logos being covered with A4 paper. The Swedish brand had 505 stores in China as of Nov. 30.

Huawei on Monday said it has suspended downloads of sportswear brands Nike and Adidas from its app store, but Chinese users

CONTINUED ON PAGE 21





Patrizio Bertelli and a model of the Luna Rossa AC75.

EYE

# Prada's Patrizio Bertelli on Luna Rossa Challenging Next America's Cup

- Bertelli is not straying from his goal to win the America's Cup and reveals he has his wife Miuccia Prada's full support.

BY LUISA ZARGANI

**MILAN** — Prada chief executive officer Patrizio Bertelli does not give up easily and he certainly isn't disowning his dream of winning the America's Cup.

Bertelli and plenty of Italians were cheering on as Luna Rossa Prada Pirelli in February won the Prada Cup in the waters off Auckland, New Zealand, sealing a 7-to-1 win over team Ineos U.K. Seven points were required to win the Challenger Selection Series and the right to challenge the Emirates Team New Zealand in the America's Cup match.

Earlier this month, after 10 hard-fought regattas, Emirates Team New Zealand succeeded in defending the 36th America's Cup with a 7-to-3 victory over Luna Rossa.

This was the sixth America's Cup challenge for Bertelli — and he's already looking ahead to the next competition.

The Luna Rossa team was established in 1997 by Bertelli, an avid sailor, and the team won the Louis Vuitton Cup in 2000, with a record of 38 victories over 49 races. It also competed in 2003 and in 2007, when it reached the Louis Vuitton Cup final.

The entrepreneur has confirmed he invested 65 million euros in the latest effort. Luna Rossa is now 100 percent privately owned by Bertelli.

The development of Luna Rossa's AC75 model, built by Persico Marine, employed more than 90 people, of which 37 were designers, for almost two years for a total of 78,000 working hours. To create the hull, they used 7,000 square meters of

carbon fiber and 400 square meters of aluminum in a honeycomb structure. The carbon foil arms, each weighing 500 kilos, are designed to support a maximum weight of 27 tons. A soft wing is another innovation of the AC75, with two parallel mainsails. This latest model was unveiled in September 2019, and Bertelli's wife Miuccia Prada for the ninth time acted as godmother to a Luna Rossa boat.

Here, Bertelli reveals just how passionate the designer herself is about the sailing effort, his own determination to one day win the America's Cup and his frustration in not being able to be closer to the races in New Zealand, given the travel restrictions related to the pandemic.

**WWD: First of all, congratulations on the results achieved and on succeeding in making many Italians dream with you. Now that all is said and done, how do you view Luna Rossa, the team and the performance? Are you disappointed or satisfied nonetheless?**  
**Patrizio Bertelli:** Certainly not embittered, but not completely satisfied either. Our goal has always been, and still remains, to win the cup. The outcome of this challenge is overall positive, and the final score, that is still among the best achieved by a non-winning challenger in the history of the America's Cup, shows the team's true value and its ability to have stood up to a very strong defender. Many have judged our crew as being the best in this America's Cup.

**WWD: What most impressed you in watching Team Emirates New Zealand and their boat?**

**P.B.:** Team New Zealand had the option to sail a very low and fast mode, but Luna Rossa had a very effective high mode.

I believe that these were the biggest differences.

**WWD: Can you confirm your intention to participate in the next America's Cup? Is it true that you will not sponsor the Challenger's Cup?**

**P.B.:** I have declared it publicly and I confirm our participation, although we are waiting for more information from the Defender and Challenger of Record. Based on this, we will also evaluate our involvement in the challenger selection regattas.

**WWD: What did you personally learn from the latest America's Cup experience?**

**P.B.:** This event confirmed what I had already learned from previous editions: to grow and develop the performance of boat and crew you have to race and compete with your opponents. In the semifinals, we improved a lot and fine-tuned our maneuvers and on-board communication.

**WWD: What was it like to be in Italy and not in Auckland? Did you manage to see the races in real time?**

**P.B.:** Of course I saw them all! It was very frustrating to watch without being there....

**WWD: Your wife Miuccia Prada has christened all the different versions of Luna Rossa. How did she experience this edition of the cup?**

**P.B.:** Miuccia is our number-one supporter!

She is very passionate, even though she doesn't express it so openly. She also watched every single race on the live broadcast.

**WWD: What will happen now to Luna Rossa? Will the boat sailing in the next America's Cup be a different version? Do you believe the team will remain the same? Will skipper and team director Max Sirena stay on?**

**P.B.:** The next America's Cup will be raced with the same boat class, the AC75. In all likelihood, the class rule will be optimized and will undergo some changes, as happens in all new classes, therefore the next Luna Rossa will be an evolution of the boat that participated in this edition.

The team will probably undergo some small changes as well, but the core will remain intact, as is my confidence in Max Sirena.

**WWD: Do you think Woolmark and Panerai will continue to sponsor Luna Rossa? Or Pirelli?**

**P.B.:** It is their decision. We have had a very positive feedback from all of them and I believe that, aside from the passion and enthusiasm that [Pirelli CEO] Marco Tronchetti Provera has always showed us, Pirelli can also consider this participation as very rewarding.

**WWD: Have you already drawn any conclusion on the technical clothing worn for this edition of the cup? Do you already know about any evolution, will we see new outfits or collections influenced by the technical fabrics and the team's outfits? Do you already have any example?**

**P.B.:** We have gathered a lot of interesting data and information that we will analyze and evaluate.

**WWD: I know that you are motivated by your own passion for sailing in endorsing the America's Cup, but do you already have any information on the feedback the Prada brand has received thanks to the visibility of the Prada Cup and the America's Cup?**

**P.B.:** The Nielsen agency has been commissioned a worldwide research that analyzes the visibility of the events and brands, both of the teams and event sponsors, through all media, including social media and the internet. We expect the result of this report in about six weeks, but the first indicators are very positive.

**WWD: In terms of communication and social media, are there details you can share?**

**P.B.:** We worked in synergy on three channels, each of which amplified the message to a different audience: Prada, Luna Rossa and the America's Cup. Here again the feedback has been very positive, considering that we brought together worlds that in many cases are very distant from each other.



Auckland (NZL) 36th America's Cup presented by Prada Cup 2021, prize-giving ceremony with the Luna Rossa Prada Pirelli team on Feb. 23, 2021.

# WWD

## Prada's Patrizio Bertelli on Luna Rossa Challenging Next America's Cup

**Bertelli is not straying from his goal to win the America's Cup and reveals he has his wife Miuccia Prada's full support.**

By [Luisa Zargani](#) on March 29, 2021



Auckland (NZL) 36th America's Cup presented by Prada America's Cup Match - Race Day 7 on March 17, 2021, with Emirates Team New Zealand and Luna Rossa Prada Pirelli team.  
©ACE | Studio Borlenghi

**MILAN** — Prada chief executive officer Patrizio Bertelli does not give up easily and he certainly isn't disowning his dream of winning the America's Cup.

Bertelli and plenty of Italians were cheering on as Luna Rossa [Prada](#) Pirelli in February won the [Prada](#) Cup in the waters off Auckland, New Zealand, sealing a 7-to-1 win over team Ineos U.K. Seven points were required to win the Challenger Selection Series and the right to challenge the Emirates Team New Zealand in the America's Cup match.

Earlier this month, after 10 hard-fought regattas, Emirates Team New Zealand succeeded in defending the 36th America's Cup with a 7-to-3 victory over Luna Rossa.

This was the sixth America's Cup challenge for Bertelli — and he's already looking ahead to the next competition.

The Luna Rossa team was established in 1997 by Bertelli, an avid sailor, and the team won the Louis Vuitton Cup in 2000, with a record of 38 victories over 49 races. It also competed in 2003 and in 2007, when it reached the Louis Vuitton Cup final. Luna Rossa was a finalist in the Louis Vuitton Cup also in 2013 in San Francisco.

The entrepreneur has confirmed he invested 65 million euros in the latest effort. Luna Rossa is now 100 percent privately owned by Bertelli.

The development of Luna Rossa's AC75 model, built by Persico Marine, employed more than 90 people, of which 37 were designers, for almost two years for a total of 78,000 working hours. To create the hull, they used 7,000 square meters of carbon fiber and 400 square meters of aluminum in a honeycomb structure. The carbon foil arms, each weighing 500 kilos, are designed to support a maximum weight of 27 tons. A soft wing is another innovation of the AC75, with two parallel mainsails. This latest model was unveiled in September 2019, and Bertelli's wife Miuccia Prada for the ninth time acted as godmother to a Luna Rossa boat.

Here, Bertelli reveals just how passionate the designer herself is about the sailing effort, his own determination to one day win the America's Cup and his frustration in not being able to be closer to the races in New Zealand, given the travel restrictions related to the pandemic.



Auckland (NZL) 36th America's Cup presented by Prada Cup 2021, prizegiving ceremony with the Luna Rossa Prada Pirelli team on Feb. 23, 2021. © Luna Rossa Prada Pirelli | Carlo Borlenghi

**WWD: First of all, congratulations on the results achieved and on succeeding in making many Italians dream with you. Now that all is said and done, how do you view Luna Rossa, the team and the performance? Are you disappointed or satisfied nonetheless?**

**Patrizio Bertelli**: Certainly not embittered, but not completely satisfied either. Our goal has always been, and still remains, to win the cup. The outcome of this challenge is overall positive, and the final score, that is still among the best achieved by a non-winning challenger in the history of the America's Cup, shows the team's true value and its ability to have stood up to a very strong defender. Many have judged our crew as being the best in this America's Cup.

**WWD: What most impressed you in watching Team Emirates New Zealand and their boat?**

**P.B.:** Team New Zealand had the option to sail a very low and fast mode, but Luna Rossa had a very effective high mode. I believe that these were the biggest differences.

**WWD: Can you confirm your intention to participate in the next America's Cup? Is it true that you will not sponsor the Challenger's Cup?**

**P.B.:** I have declared it publicly and I confirm our participation, although we are waiting for more information from the Defender and Challenger of Record. Based on this, we will also evaluate our involvement in the challenger selection regattas.

**WWD: What did you personally learn from the latest America's Cup experience?**

**P.B.:** This event confirmed what I had already learned from previous editions: to grow and develop the performance of boat and crew you have to race and compete with your opponents. In the semifinals, we improved a lot and fine-tuned our maneuvers and on-board communication.

**WWD: What was it like to be in Italy and not in Auckland? Did you manage to see the races in real time?**

**P.B.:** Of course I saw them all! It was very frustrating to watch without being there....

**WWD: Your wife Miuccia Prada has christened all the different versions of Luna Rossa. How did she experience this edition of the cup?**

**P.B.:** Miuccia is our number-one supporter! She is very passionate, even though she doesn't express it so openly. She also watched every single race on the live broadcast.

**WWD: What will happen now to Luna Rossa? Will the boat sailing in the next America's Cup be a different version? Do you believe the team will remain the same? Will skipper and team director Max Sirena stay on?**

**P.B.:** The next America's Cup will be raced with the same boat class, the AC75. In all likelihood, the class rule will be optimized and will undergo some changes, as happens in all new classes, therefore the next Luna Rossa will be an evolution of the boat that participated in this edition.

The team will probably undergo some small changes as well, but the core will remain intact, as is my confidence in Max Sirena.

**WWD: Do you think Woolmark and Panerai will continue to sponsor Luna Rossa? Or Pirelli?**

**P.B.:** It is their decision. We have had a very positive feedback from all of them and I believe that, aside from the passion and enthusiasm that [Pirelli CEO] Marco Tronchetti Provera has always showed us, Pirelli can also consider this participation as very rewarding.

**WWD: Have you already drawn any conclusion on the technical clothing worn for this edition of the cup? Do you already know about any evolution, will we see new outfits or collections influenced by the technical fabrics and the team's outfits? Do you already have any example?**

**P.B.:** We have gathered a lot of interesting data and information that we will analyze and evaluate.

**WWD: I know that you are motivated by your own passion for sailing in endorsing the America's Cup, but do you already have any information on the feedback the Prada brand has received thanks to the visibility of the Prada Cup and the America's Cup?**

**P.B.:** The Nielsen agency has been commissioned a worldwide research that analyzes the visibility of the events and brands, both of the teams and event sponsors, through all media, including social media and the internet. We expect the result of this report in about six weeks, but the first indicators are very positive.

**WWD: In terms of communication and social media, are there details you can share?**

**P.B.:** We worked in synergy on three channels, each of which amplified the message to a different audience: Prada, Luna Rossa and the America's Cup. Here again the feedback has been very positive, considering that we brought together worlds that in many cases are very distant from each other.



Patrizio Bertelli and a model of the Luna Rossa AC75. Courtesy Prada Cup/Studio Borlenghi

WWD, 30.03.2021

## **Patrizio Bertelli di Prada parla della sfida di Luna Rossa alla prossima America's Cup**

Bertelli non rinuncia all'obiettivo di vincere l'America's Cup e rivela di avere il pieno sostegno di sua moglie, Miuccia Prada.

Di LUISA ZARGANI

**MILANO** — L'amministratore delegato di Prada Patrizio Bertelli non si arrende facilmente e di certo non rinnega il sogno di vincere l'America's Cup.

Bertelli e molti italiani hanno esultato quando Luna Rossa Prada Pirelli ha vinto a febbraio la Prada Cup nelle acque al largo di Auckland, Nuova Zelanda, chiudendo con una vittoria per 7 a 1 sul team Ineos U.K. Occorrevano sette punti per vincere le Challenger Selection Series e guadagnarsi il diritto di sfidare Emirates Team New Zealand nella finale dell'America's Cup.

Nelle settimane scorse, dopo 10 regate molto combattute, Emirates Team New Zealand è riuscito a difendere la 36a America's Cup con una vittoria per 7 a 3 su Luna Rossa.

È stata la sesta sfida in America's Cup per Bertelli — che sta già guardando alla prossima edizione.

Il team Luna Rossa è stato costituito nel 1997 da Bertelli, velista appassionato, e ha vinto la Louis Vuitton Cup nel 2000, con un record di 38 vittorie su 49 gare.

Ha anche partecipato nel 2003 e nel 2007, quando è arrivato alla finale della Louis Vuitton Cup. L'imprenditore ha confermato di aver investito 65 milioni di euro nell'ultimo sforzo. Luna Rossa è ora controllata privatamente al 100 per cento da Bertelli.

Lo sviluppo del modello AC75 di Luna Rossa, costruito da Persico Marine, ha occupato oltre 90 persone, di cui 37 progettisti, per quasi due anni, per un totale di 78.000 ore lavorative. Per creare lo scafo, sono stati utilizzati 7.000 metri quadrati di fibra di carbonio e 400 metri quadrati di alluminio in una struttura a nido d'ape.

I bracci dei foil in carbonio, che pesano ognuno 500 chili, sono fatti per sostenere un peso massimo di

27 tonnellate. La soft wing è un'altra innovazione dell'AC75, con due rande parallele.

Quest'ultimo modello è stato presentato nel settembre 2019, e la moglie di Bertelli, Miuccia Prada, è stata per la nona volta madrina della barca Luna Rossa.

Qui, Bertelli rivela quanto appassionata sia la stilista stessa dell'avventura velica, della determinazione a vincere un giorno l'America's Cup e della frustrazione per non aver potuto essere più vicino alle gare in Nuova Zelanda, a causa delle restrizioni sui viaggi correlate alla pandemia.

- 1. Signor Bertelli, complimenti comunque per aver fatto sognare tanti Italiani e i risultati raggiunti. Che giudizio dà a Luna Rossa e al team? E' amareggiato o comunque soddisfatto?**

Certamente non amareggiato, ma neppure pienamente soddisfatto in quanto il nostro obiettivo è sempre stato e rimane la vittoria. Ma il risultato di questa sfida è nel complesso positivo e il

punteggio finale, comunque tra i migliori raggiunti da una sfidante non vincitore nella storia dell'America's Cup, sottolinea il valore del team e la sua capacità di aver tenuto testa a un Defender di altissimo livello. E sono stati in molti a giudicare il nostro equipaggio come il migliore di questa America's Cup.

**2. Cosa l'ha colpito maggiormente del team Emirates New Zealand e della loro barca?**

Il Team New Zealand aveva la possibilità di andare bassa e veloce, Luna Rossa con angoli più stretti.

Ritengo che queste siano le differenze

**3. Mi può confermare l'intenzione di partecipare alla prossima America's Cup? Ho letto però che non pensa di sponsorizzare la coppa degli sfidanti? E' vero?**

Come ho dichiarato, confermo la nostra partecipazione, anche se aspettiamo di avere maggiori indicazioni da parte del Defender e del Challenger of Record. In base a queste valuteremo anche il nostro coinvolgimento nelle regate di selezione degli sfidanti.

**4. Cosa ha imparato personalmente dall'esperienza dell'ultima America's Cup?**

Ho avuto la conferma di quanto già imparato nelle precedenti edizioni: per crescere e sviluppare barca ed equipaggio bisogna regatare, misurarsi con gli avversari. Nelle semifinali abbiamo migliorato tantissimo e messo a punto le manovre e la comunicazione di bordo.

**5. Come ha vissuto il fatto di essere in Italia e non ad Auckland? Riusciva a guardare le gare in diretta?**

Certo, le ho viste tutte ! Soffrendo di non poter essere presente...

**6. Sua moglie Miuccia Prada ha battezzato tutte le versioni di Luna Rossa, come ha vissuto questa edizione della Cup?**

Miuccia è la nostra prima tifosa ! E' molto appassionata, anche se forse non lo dà a vedere. Anche lei ha seguito tutte le regate in diretta.

**7. Adesso cosa succederà a Luna Rossa? Sarà un'altra versione quella che parteciperà alla prossima America's Cup? Crede che il team sarà lo stesso? Rimarrà Max Sirena?**

La prossima America's Cup si correrà nuovamente con la stessa classe di imbarcazioni, gli AC 75.

Con ogni probabilità la regola di stazza sarà ottimizzata e subirà qualche variazione, come



succede in tutte le nuove classi, e quindi la prossima Luna Rossa sarà un'evoluzione della barca che ha partecipato a questa edizione.

Anche il team subirà probabilmente qualche piccola variazione fisiologica, ma il nucleo rimarrà intatto, così come lo è la mia fiducia nei confronti di Max Sirena.

**8. Pensa che Woolmark e Panerai sponsorizzeranno ancora Luna Rossa? O Pirelli?**

Sta a loro decidere. Abbiamo avuto un riscontro molto positivo da entrambi e credo che, oltre alla passione e all'entusiasmo che Marco Tronchetti Provera ci ha sempre dimostrato, anche Pirelli possa ritenersi soddisfatto di questa sua partecipazione.

**9. Avete già tratto delle conclusioni sull'abbigliamento tecnico utilizzato per questa edizione? Sa già quali evoluzioni ci potranno essere, vedremo qualche nuovo capo o collezione influenzato dai tessuti tecnici e dall'abbigliamento del team? Ha già qualche esempio?**

Abbiamo raccolto dati e informazioni interessanti che andranno esaminati e valutati.

**10. So che Lei è mosso dalla sua passione per la vela, ma avete già delle informazioni sul riscontro che il marchio Prada ha ottenuto con la visibilità della Prada Cup e dell'America's Cup?**

E' stata commissionata all'agenzia Nielsen una ricerca a livello mondiale che analizza in tutti i media, compresi i social media e internet, la visibilità degli eventi e dei marchi, sia dei team che degli sponsor degli eventi. Il risultato di questo rapporto è atteso tra circa sei settimane, ma i primi indicatori sono molto positivi.

**11. Dal punto di vista della comunicazione e social media c'è qualche dettaglio che ci può dare?**

Abbiamo lavorato in sinergia su tre canali, ognuno dei quali amplificava il messaggio su di una audience diversa: Prada, Luna Rossa e America's Cup. Anche in questo caso il riscontro è stato molto positivo in quanto abbiamo avvicinato mondi in molti casi distanti tra loro.