

## Prada Group's New Management Structure

The year kicks off with a succession plan mapped out for the group which, according to sources, could be eyeing a potential dual listing in Europe. BY LUISA ZARGANI

The **Prada Group** kicks off 2023 with a newly revised organization, which puts to rest speculation about the management handover at the Italian luxury company, easing the minds of analysts, who had long voiced the need to have some visibility about the future governance of the company.

In December, Lorenzo Bertelli was confirmed as future leader of the group while Andrea Guerra is expected to join the company as chief executive officer at the annual shareholders meeting for the approval of the 2022 financial statements, scheduled for Jan. 26.

At that meeting, Patrizio Bertelli, who shares the CEO role with his wife Miuccia Prada, will be recommended as chairman of the group. Current chairman Paolo Zannoni will be suggested as executive deputy chairman of the board of directors of Prada SpA and, at the same time, chairman of Prada Holding SpA.

In another development for the group, on Monday Gianfranco D'Atti took on the role of CEO of the Prada brand. D'Atti reports to the group CEO, so first to Patrizio Bertelli and then to Guerra. The appointment signals a further change since Benedetta Petruzzo has been helming the Miu Miu brand as CEO, while Bertelli and Miuccia Prada were co-CEOs of the group and of the signature brand.

D'Atti was previously president of Christian Dior Couture Americas. Earlier, he was international managing director of Jaeger-LeCoultre.

Guerra and D'Atti join the group as it continues to "invest with a long-term perspective, in creativity, industrial know-how and product innovation," and

an intensified focus on leather goods, as Patrizio Bertelli said in commenting first half sales and earnings at the end of July.

The strategy is to boost leather goods sales to 60 percent of overall revenue, which in the first half generated 51 percent of revenue, with higher prices and higher quantities sold.

Overall revenue for the period was up 22 percent to 1.9 billion euros.

The group is also working on upgrading and refurbishing its store estate worldwide, optimizing sales per square foot.

Sources in Milan see these changes as potentially leading to a second listing in Europe for the group, whose shares have been trading in Hong Kong since 2011. In November 2021, during the group's Capital Markets Day, Patrizio Bertelli admitted: "We could explore a listing in Europe. That said, we don't feel the need to now, we are OK this way." He acknowledged "certain investors" do not consider channeling their investments in Hong Kong, but, "after all, we [the family] have 81 percent of the capital."

One luxury goods analyst believes London could be favored by Bertelli, rather than Milan, given the several attempted and failed IPOs in the early 2000s in the Italian city, which, the source contended, left "a bitter taste in his mouth."

A dual listing can help diversify the risks for investors in the wake of the Russian invasion of Ukraine, which has increased the volatility of global stock markets, and given the uncertainties related to the economic and political conditions in China.

As part of the succession plan, Miuccia Prada last month was confirmed as creative director of Miu Miu and Prada, the latter together with Belgian designer Raf

Simons, and a board member. She is relinquishing her role as co-CEO.

In November, Simons, who has been co-creative director with Miuccia Prada of the company's signature line since February 2020, said he was shuttering his namesake fashion brand after 27 years. This led to growing speculation about a potential increased commitment at Prada, which has been seeing a surge in sales for a few seasons now. However, for the time being, the Italian designer is staying put. Actually, industry sources say she is increasingly involved in the design of Miu Miu, named after her nickname, and which has grown into something of a manifesto for diversity and inclusion and women's empowerment.

In a joint statement, Prada and her husband underscored that these management decisions were "a fundamental step" in the history of the company, while they remained "completely engaged" in contributing to its evolution.

They remarked on Guerra's experience "in businesses where the founders are present and engaged." To be sure, Guerra, a former LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton senior adviser and former Luxottica CEO, has worked with LVMH chairman and CEO Bernard Arnault; Eataly founder Oscar Farinetti, and the late Leonardo Del Vecchio, founder of Luxottica. This track record was not lost on analysts, who generally gave a thumbs-up to his arrival at Prada, which is seen as helpful to ease Lorenzo Bertelli into his future role helming the group.

A possible retirement of Patrizio Bertelli, who is 76, has been in the news for a while, further fueled by the executive during Prada's Capital Markets Day when he pointed to a potential generational shift in three years.

Patrizio Bertelli's choice is not a surprise as his son Lorenzo has increased his responsibilities and been a driver of change since joining the company in 2017.



Patrizio Bertelli and Miuccia Prada

He was named group marketing director in 2019 and, additionally, head of corporate social responsibility in 2020. In May 2021, he joined as a director of the board.

The relationship between Patrizio Bertelli and Guerra is a long-standing one, as Luxottica started producing the Prada and Miu Miu eyewear collections in 2003. Also, veteran Luxottica executive Massimo Vian joined Prada as chief of industrial production two years ago.

Guerra was named in early 2020 as CEO of the newly created LVMH Hospitality Excellence division, but last May he became a strategic and development senior adviser to the French group.

He left eyewear group Luxottica in September 2014 after 10 years working with Del Vecchio and becoming instrumental in the growth of the company.

After Luxottica, Guerra became a strategic adviser to former Italian Prime Minister Matteo Renzi and then joined Italian high-end food emporium Eataly as executive chairman in 2015.

## The Zegna Group's Development of Tom Ford's Fashion Business

As part of the sale of the Tom Ford brand to the Estée Lauder Cos. Inc., Zegna is venturing into new territory. BY LUISA ZARGANI



Tom Ford, spring 2023

The **Ermenegildo Zegna Group** continues to evolve and in 2023 it will begin to be responsible for all of Tom Ford's fashion business.

In November, the Estée Lauder Cos. Inc. said it was acquiring the Tom Ford brand in a transaction valuing the company at \$2.8 billion. As part of the deal, the Zegna Group and Marcolin entered long-term licensing agreements for Tom Ford fashion and Tom Ford eyewear, respectively.

Zegna has had the license for Tom Ford menswear since around 2006, but with this deal the company is venturing into new territory as it will be producing and distributing all of Ford's men's and women's fashion, accessories, underwear, fine jewelry, childrenswear, textile and home design products.

Zegna's 20-year licensing agreement with Lauder allows for an automatic renewal for an additional 10 years. As part of this transaction, Zegna is acquiring the operations of the Tom Ford fashion

business.

Led by chairman and chief executive officer Gildo Zegna, the Italian menswear giant has been increasingly changing skin, first with the acquisition of a majority stake in Thom Browne in 2018 and then publicly listing on the New York Stock Exchange in December 2021. That same year, it joined forces with Prada to buy a majority stake in cashmere firm Filati Biagioli Modesto SpA. The Zegna group has been steadily building its own textile supply chain, acquiring majority stakes in the likes of Tessitura Ubertino, a leading manufacturer of high-quality women's fabrics; in Pelle Tessuta, which specializes in the weaving of leather, and in Cappellificio Cervo, a historic men's hat brand based in Biella, among others. This strong supply chain built over the years can be channeled into the Tom Ford business.

Acquiring Tom Ford's fashion operations is expected to create synergies for Zegna, which also owned a 15 percent stake in the company, and will allow it to strengthen its womenswear segment. Gildo Zegna is expected to create an appropriate structure to fuel the brand's development.

Upon revealing the deal, Zegna described Tom Ford as one of the most "iconic and distinctive ultra-luxury brands in the world" and said this next step perfectly aligns with his strategy. "We have been partners and shareholders of the Tom Ford fashion business since its inception and I have worked with Tom

for many years and consider him an esteemed friend," the executive added. "This transaction is our first since our listing on the New York Stock Exchange in December 2021, and confirms our commitment to leverage our platform to create value for all of our stakeholders."

That said, questions about the future of the Tom Ford brand without its founder are swirling. Under the agreement with Estée Lauder, Ford, the founder and CEO of his namesake brand, will continue to serve as its creative visionary after closing and through the end of calendar 2023. Domenico De Sole, chairman of Tom Ford International, will stay on as a consultant through that period, too. The Tom and Dom partnership has been a formidable one, going back to their Gucci days, but there is no visibility yet on the potential development of the creative and managerial organization under Zegna.

To be sure, the deal is in sync with Zegna's ambitious plans.

In May last year, at its first Capital Markets Day, the group revealed its medium-term financial goals, aiming for revenues to exceed 2 billion euros and for adjusted operating profit to reach at least 15 percent of revenues.

In the three months ended Sept. 30, the Zegna group reported unaudited revenues of 357 million euros, up 27.5 percent year-over-year. Sales in the first nine months of 2022 reached 1.09 billion euros, up 22.9 percent compared with the same period in 2021.

**WWD - USA**

03/01/23

### **La nuova struttura ai vertici di Prada**

L'anno nuovo ha inizio con un piano di successione tracciato per il gruppo che, secondo le fonti, potrebbe pensare a una potenziale doppia quotazione in Europa

di Luisa Zargani

Il gruppo Prada comincia il 2023 con un'organizzazione riveduta che mette a tacere le speculazioni su un possibile passaggio di consegne alla dirigenza, alleviando le preoccupazioni degli analisti che, da tempo, sostenevano il bisogno di visibilità sulla futura governance.

In dicembre, Lorenzo Bertelli era stato confermato futuro leader del gruppo, mentre si attende che Andrea Guerra entri come amministratore delegato durante l'annuale assemblea degli azionisti per l'approvazione del bilancio 2022, prevista per il 26 gennaio.

Nel corso di quell'incontro, Patrizio Bertelli - che condivide il ruolo di amministratore delegato con la moglie Miuccia Prada - verrà proposto come presidente del gruppo. Paolo Zannoni, che al momento riveste quella carica, verrà proposto come vicepresidente esecutivo del consiglio di amministrazione di Prada SpA e, al contempo, presidente della Prada Holding SpA.

Un altro cambiamento nel gruppo riguarda Gianfranco D'Attis, che lunedì ha assunto il ruolo di amministratore delegato del brand Prada. D'Attis riferirà all'amministratore delegato del gruppo, ovvero dapprima a Patrizio Bertelli, poi a Guerra. La nomina comporta un ulteriore cambiamento da quando Benedetta Petruzzo è al timone del brand Miu Miu come amministratore delegato, mentre Bertelli e Miuccia Prada erano co-amministratori delegati del gruppo e del brand da cui ha preso il nome.

In precedenza, D'Attis era stato presidente di Christian Dior Couture Americas, e prima ancora amministratore delegato internazionale di Jaeger-LeCoultre.

Guerra e D'Attis si uniscono al gruppo che continua a "investire con una prospettiva a lungo termine in creatività, know-how industriale e innovazione del prodotto" e si concentrerà maggiormente sulla pelletteria, come ha dichiarato Patrizio Bertelli alla fine di luglio commentando le vendite e gli utili del primo semestre.

La strategia è quella di incrementare le vendite della pelletteria per arrivare al 60 per cento dei ricavi globali: nel primo semestre ha generato il 51 per cento dei ricavi, con prezzi e vendite più alti.

I ricavi globali del periodo sono aumentati del 22 per cento fino a 1,9 miliardi di euro.

Il gruppo, inoltre, sta lavorando per rinnovare e ristrutturare i negozi di proprietà in tutto il mondo, ottimizzando le vendite per metro quadrato.

Fonti milanesi ritengono che questi cambiamenti possano potenzialmente portare a una seconda quotazione in Borsa in Europa per il gruppo, le cui azioni sono quotate a Hong Kong dal 2011. Nel novembre 2021, nel corso del Capital Markets Day del gruppo, Patrizio Bertelli aveva ammesso: "Potremmo esplorare la possibilità di una quotazione in Europa. Detto questo, al momento non ne sentiamo l'esigenza, e va bene così." Ha riconosciuto che "alcuni investitori" non pensano di incanalare i loro investimenti a Hong Kong ma che "dopotutto noi [la famiglia] possediamo l'81 per cento del capitale."

Un analista del settore dei beni di lusso ritiene che Bertelli potrebbe scegliere Londra e non Milano, considerando le diverse IPO tentate e fallite all'inizio degli anni Duemila nella città italiana che, stando alla stessa fonte "gli hanno lasciato l'amaro in bocca".

Una doppia quotazione potrebbe contribuire a diversificare i rischi per gli investitori a seguito dell'invasione russa dell'Ucraina che ha incrementato la volatilità dei mercati azionari globali, e considerando le incertezze sulle condizioni politiche ed economiche in Cina.

Nel quadro del piano di successione, nell'ultimo mese Miuccia Prada è stata confermata direttore creativo di Miu Miu e Prada – per quest'ultimo unitamente allo stilista belga Raf Simons – e membro del consiglio di amministrazione. Rinuncia invece al suo ruolo di co-amministratore delegato.

In novembre Simons, che dal febbraio 2020 è co-direttore creativo della prima linea con Miuccia Prada, ha detto che avrebbe chiuso dopo 27 anni il brand che porta il suo nome. Questo ha portato a crescenti illusioni su un potenziale ampliamento dell'impegno con Prada, che nelle ultime stagioni ha visto un incremento delle vendite. In ogni caso, per il momento la stilista italiana resta al suo posto. A dire il vero, fonti del settore affermano che lei è sempre più coinvolta nel design di Miu Miu – il suo nomignolo – divenuta una sorta di manifesto di diversità, inclusione e empowerment femminile.

In una dichiarazione congiunta, Miuccia Prada e suo marito hanno sottolineato che queste decisioni sul management sono state "un passo fondamentale" nella storia dell'azienda, e che loro restavano "completamente impegnati" a contribuire alla sua evoluzione.

Hanno fatto notare l'esperienza di Guerra "in aziende nelle quali i fondatori erano presenti e partecipi". Guerra, infatti, ex consigliere senior di LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton ed ex amministratore delegato di Luxottica, ha lavorato con il presidente e amministratore delegato di LVMH Bernard Arnault, con il fondatore di Eataly Oscar Farinetti e con il defunto Leonardo del Vecchio, il fondatore di Luxottica. Questo curriculum non è sfuggito agli analisti, che in genere hanno approvato il suo sbarco da Prada, considerandolo utile per facilitare il graduale inserimento di Lorenzo Bertelli nel suo futuro ruolo al timone del gruppo.

Per un certo periodo è corsa voce di un possibile ritiro di Lorenzo Bertelli, che ha 76 anni, ulteriormente alimentata da lui stesso durante il Capital Markets Day di Prada, quando ha accennato a un possibile cambiamento generazionale fra tre anni.

La scelta di Patrizio Bertelli non è una sorpresa, dato che il figlio Lorenzo ha assunto ulteriori responsabilità e ha guidato il cambiamento da quando è entrato in azienda nel 2017. Nel 2019 è stato nominato direttore marketing del gruppo e nel 2020 ha aggiunto la carica di capo della responsabilità sociale del gruppo. Nel maggio 2021 si è unito al consiglio di amministrazione come direttore.

Il rapporto fra Patrizio Bertelli e Guerra è di lunga data, considerando che nel 2003 Luxottica ha cominciato a produrre le collezioni eyewear di Prada e Miu Miu. Due anni fa, inoltre, Massimo Vian, dirigente di lungo corso di Luxottica, è arrivato da Prada come capo della produzione industriale.

All'inizio del 2020, Guerra era stato nominato amministratore delegato della nuova divisione di LVMH Hospitality Excellence, ma nello scorso maggio era diventato consigliere senior per la strategia e lo sviluppo del gruppo francese.

Nel settembre 2014 aveva lasciato il gruppo Luxottica dopo dieci anni di lavoro con Del Vecchio, durante i quali era stato fondamentale per la crescita dell'azienda.

Dopo Luxottica, Guerra era diventato consigliere strategico dell'ex primo ministro italiano Matteo Renzi, poi nel 2015 era entrato nel gruppo italiano di empori alimentari di lusso Eataly come presidente esecutivo.

**ENTREPRISES**

# Transition en douceur à la tête de Prada

**LUXE**

**Andrea Guerra arrive à la tête du groupe de luxe italien.**

**Il devrait être l'homme fort du groupe jusqu'à la reprise en main par Lorenzo Bertelli.**

Virginie Jacoberge-Lavoué  
@V.JacobergeL

Un nouveau départ pour une nouvelle année. Le groupe italien Prada, plus que centenaire, commence 2023 sur les chapeaux de roues avec l'arrivée d'Andrea Guerra, 57 ans, à sa tête. La nomination du dirigeant italien (ex-Luxottica) en qualité de directeur général sera « recommandée » lors du prochain conseil d'administration programmé le 26 janvier, précise dans un communiqué le groupe codirigé par Miuccia Prada, 73 ans, petite-fille du fondateur, et son époux, Patrizio Bertelli, 76 ans.

Le groupe de luxe italien indépendant, qui possède également Miu Miu et Church's, a réalisé plus de 3,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2021 et possède plus de 627 boutiques dans 70 pays. Il a enregistré de lourdes pertes pendant la pandémie, avant une belle reprise dès 2021, qui s'est poursuivie l'an passé.

**Succession à l'italienne**

« Pour 2022, nous avons une estimation du chiffre d'affaires du groupe à 4,1 milliards d'euros », avance Luca Solca, analyste chez Bernstein. Au premier semestre 2022, le bénéfice de Prada Group a plus que doublé, à 188 millions d'euros, pour un chiffre d'affaires en croissance de +22 %, à 1,9 milliard d'euros sur cette période. « Ses ventes ont été dopées grâce à son activité aux Etats-Unis, où

Prada fait partie des marques les plus désirables, mais la Chine pesait alors encore sur ses résultats », observe un analyste.

Ce dernier estime que la nomination d'un nouvel homme fort dans le groupe est une manière d'organiser « une douce transition à l'italienne » jusqu'à sa reprise en main par Lorenzo Bertelli, 34 ans, pilote de rallye automobile et fils aîné du couple Miuccia Prada et Patrizio Bertelli, qui a intégré, il y a un an, le comité exécutif.

**Un couple visionnaire**

« C'est une manière d'organiser la transition en douceur d'ici à cinq ans et aussi d'assurer l'indépendance du groupe, qui n'a pas la taille des géants du luxe », déduit aussi un autre analyste. « Cette réorganisation est un signe fort », note Luca Solca. « C'est une étape fondamentale que nous avons décidé de franchir, tout en restant engagés dans l'entreprise », et afin de « faciliter la succession » ont commenté dans un communiqué, publié le 6 décembre, les époux Prada-Bertelli, connus pour leur talent visionnaire, ainsi que leur fort tempérament, voire houleux dans le pilotage du groupe. Andrea Guerra, qui avait un temps dirigé l'activité des hôtels du groupe LVMH (propriétaire des « Echos »), est une figure du secteur, dont la gestion (de 2004 à 2014) de Luxottica avait été louée comme « exceptionnelle ».

Sur cette période, le groupe lune-

tier italien avait vu son chiffre d'affaires bondir de plus de 3 milliards d'euros pour atteindre 7 milliards d'euros. La marque Prada a, de son côté, depuis le 2 janvier, un nouveau président, Gianfranco d'Attis (ex-président de Dior Etats-Unis). « Les perspectives 2023 pour Prada semblent favorables sur les marchés clés du luxe et alors que la Chine s'ouvre. L'intérêt de la clientèle chinoise est croissant », note Luca Solca.

**Questionnement sur la direction artistique**

Prada connaît un succès croissant en Asie sur les réseaux sociaux et aussi grâce à son activité dans les cosmétiques. Le 22 août, Prada, qui avait confié en 2019 sa licence Parfums à L'Oréal, a lancé avec succès une plateforme Prada Beauty avec la présentation de sa nouvelle fragrance, baptisée « Prada Paradoxe », marquant une étape clé dans sa diversification.

Dans la mode, la force de sa création est un autre atout. Depuis 2020, Miuccia Prada – qui restera directrice de la création – signe avec succès ses collections en duo avec le styliste belge Raf Simons. Ce dernier a mis un point final à sa marque du même nom en décembre, suscitant beaucoup de rumeurs. Va-t-il prendre du galon ? Partir ? Les spéculations vont bon train.

Comme pour s'illustrer à la pointe de l'innovation, Prada lancera le 5 janvier une nouvelle édi-





tion limitée de NFT Prada. L'offre prend la forme d'un cadeau d'une unité NFT proposée à l'acheteur du modèle de chemise dite « Timecapsule », pièce en édition limitée conçue à partir du travail photographique d'Enzo Ragazini. Une affaire de mode et d'innovation résolument italienne. ■

## La marque lancera le 5 janvier une nouvelle édition limitée de NFT.



Le groupe de luxe italien indépendant, qui possède également Miu Miu et Church's, a réalisé plus de 3,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2021. *Photo Mistrulli/Emblema/Ropi-RÉA*



Imprese

## **Transizione dolce al timone di Prada**

LUSSO

Andrea Guerra si insedia a capo del gruppo del lusso italiano.

Sarà l'uomo forte del gruppo finché non sarà completato il passaggio nelle mani di Lorenzo Bertelli.

Virginie Jacobberger-Lavoué

Nuovo anno, nuova partenza. Con l'arrivo di Andrea Guerra, 57 anni, al timone di Prada, gruppo italiano più che centenario, il 2023 inizia a tutta velocità. La nomina del dirigente italiano (ex Luxottica) a CEO sarà "consigliata" in occasione del prossimo consiglio d'amministrazione programmato per il 26 gennaio: è quanto si apprende da un comunicato stampa del Gruppo, al momento guidato da Miuccia Prada, 73 anni e nipote del fondatore e dal marito Patrizio Bertelli, 76 anni.

Il gruppo del lusso italiano indipendente, di cui fanno parte anche Miu Miu e Church's, ha realizzato, nel 2021, un fatturato di oltre 3,3 miliardi di euro ed è proprietario di oltre 627 boutique in 70 Paesi. La forte ripresa registrata dal 2021 e continuata anche l'anno scorso è seguita alle pesanti perdite incassate durante la pandemia.

### **Successione all'italiana**

*"Stimiamo un fatturato di 4,1 miliardi per il Gruppo nel 2022"*, afferma Luca Solca, analista presso Barnstein. Nel primo semestre 2022 gli utili del Gruppo Prada sono più che raddoppiati raggiungendo la soglia dei 188 milioni di euro a fronte di un fatturato in crescita di +22% attestatosi a 1,9 miliardi nello stesso periodo. *"Le vendite sono state drogate dalle attività negli Stati Uniti dove il marchio Prada è uno dei più desiderabili, ma, in quello stesso periodo, sui risultati pesava ancora la Cina"* osserva un analista.

Quest'ultimo ritiene che la nomina di un nuovo uomo forte permetterà di organizzare "una transizione morbida all'italiana" fino al momento in cui il gruppo verrà ripreso in mano da Lorenzo Bertelli, 34 anni, pilota di rally e figlio maggiore della coppia Miuccia Prada e Patrizio Bertelli, entrato a far parte del comitato esecutivo un anno fa!

### **Una coppia visionaria**

*"È il modo per organizzare una transizione dolce nei prossimi cinque anni e, allo stesso tempo, assicurare l'indipendenza del Gruppo che non ha le dimensioni dei giganti del lusso"* argomenta un altro analista. *"Questa riorganizzazione è un segnale forte"* nota Luca Solca. *"È un passo fondamentale che abbiamo deciso di compiere pur mantenendo il nostro impegno in seno all'azienda"* e *"per facilitare la successione"* ha dichiarato, in un comunicato diramato il 6 dicembre, la coppia Prada-Bertelli, nota per il talento visionario e il temperamento forte, per non dire turbolento, alla guida del Gruppo. Andrea Guerra, in passato a capo delle attività degli hotel del gruppo LVMH (proprietario di "Echos") è una figura di primo piano del settore la cui gestione (dal 2004 al 2014) di Luxottica era stata lodata come "eccezionale".

Sotto la sua guida il Gruppo produttore di occhiali aveva registrato un vero e proprio balzo in avanti del fatturato di oltre 3 miliardi di euro raggiungendo la soglia dei 7 miliardi. Dal 2 gennaio il brand Prada, dal canto suo, ha un nuovo presidente, Gianfranco d'Attis (ex presidente di Dior Stati Uniti). *"Le prospettive per il 2023 sembrano essere favorevoli sui mercati chiave del lusso. Inoltre, la Cina si sta aprendo e l'interesse della clientela cinese è crescente"* afferma Luca Solca.

### **Punti interrogativi sulla direzione artistica**

Prada sta registrando un successo crescente sui social network in Asia anche grazie all'attività nel settore dei cosmetici. Il 22 agosto Prada, che nel 2019 aveva concesso la propria licenza a Parfums L'Oréal, ha lanciato con successo la piattaforma Prada Beauty presentando la nuova fragranza "Prada Paradoxe" che ha suggellato una fase fondamentale nel processo di diversificazione.

Nella moda, la forza delle sue creazioni rappresenta un altro asso nella manica. Dal 2020 Miuccia Prada, che rimarrà direttore creativo, firma con successo, insieme allo stilista belga Raf Simons le collezioni. Quest'ultimo ha chiuso il brand che portava il suo nome nel mese di dicembre suscitando molte illusioni. Farà carriera? Se ne andrà? Le speculazioni si rincorrono.

Quasi a voler dimostrare di essere in prima linea sul fronte dell'innovazione, Prada lancerà il 5 gennaio una nuova edizione limitata di NFT Prada. Chi acquisterà una camicia della collezione "Timecapsule", modelli in edizione limitata realizzati con stampe del fotografo Enzo Ragazzini, riceverà in regalo il nuovo drop di NFT: un esempio della capacità tutta italiana di unire moda e innovazione.

**Il brand lancerà il 5 gennaio una nuova limited edition di NFT.**

[foto]

Il gruppo del lusso italiano di cui fanno parte anche Miu Miu e Church's ha realizzato nel 2021 un fatturato di oltre 3,3 miliardi di euro.