

DIE WELT

23 luglio 2023

L'EREDE DI MIUCCIA

Lorenzo Bertelli è il figlio di una stilista geniale ed è destinato a raccogliere le redini di Prada. Nel frattempo, si impegna per salvare gli oceani.

Una sottile fessura nell'altezza del muro lascia intravedere il giardino giapponese all'interno dell'ampio parco dell'Unesco, Parigi. A destra, pochi passi sarebbero sufficienti per immergersi direttamente nel mondo zen, ma la stretta visuale rende il tutto più intrigante. Ed è proprio di focus che si discute questo pomeriggio in occasione della conferenza della Intergovernmental Oceanographic Commission dell'Unesco, che si occupa di ricerca ed educazione per la protezione dell'oceano.

Si può dire che l'ospite d'onore di oggi sia Lorenzo Bertelli, 35 anni, il più grande dei due figli di Miuccia Prada, nonché futuro CEO dell'azienda italiana del lusso che da decenni segna lo spirito del tempo. Oggi Bertelli ricopre il ruolo di Marketing Director e Responsabile della Corporate Social Responsibility. Già nel 2019 Prada aveva lanciato con Unesco IOC il programma "Sea Beyond", che si propone di sensibilizzare le nuove generazione sul tema della sostenibilità e in particolar modo della preservazione del mare.

"Si tratta di un cambiamento culturale, e la chiave è l'educazione" spiega Bertelli, abito in cotone color grigio chiaro, camicia bianca senza cravatta, anello d'argento al dito, il tutto a creare un look elegante e disinvolto. Nel frattempo si fa portavoce dell'impegno di Prada di investire l'1% dei ricavi futuri della collezione Re-nylon per sostenere Sea Beyond. L'1%? E si deve a questo la dichiarazione in pompa magna? Bertelli sorride. "Re-nylon è una delle nostre principali linee, registra un fatturato di centinaia di milioni..."

Mentre parla, i suoi occhi sono molto diretti. Dice le cose come stanno. Se non può o non vuole dire qualcosa, semplicemente non lo fa. Si ferma a distanza ravvicinata. In passato era pilota professionista. Come ha influito su di lui questa esperienza? "Nelle corse la tensione è alta, ma anche a livello manageriale bisogna saperla gestire. Nel rally è tutto veloce; nel business le cose si muovono più lentamente." Nello sport ci si misura ogni giorno con la concorrenza; in un'azienda i risultati si vedono solo dopo anni e poi non si può più tornare indietro. "Però lo sport ti aiuta a imparare la concentrazione, e questo è utile nel lavoro."

I motori sono oramai diventati un hobby. La sua prossima sfida sarà quella di prendere in mano uno dei più noti gruppi del lusso, mentre i genitori stanno considerando pian piano di redistribuire parte delle loro responsabilità in azienda. Qualche anno fa Miuccia Prada ha ingaggiato Raf Simons per ricoprire il ruolo di co-designer, mentre Patrizio Bertelli ha nominato CEO l'ex direttore di Luxottica Andrea Guerra fino al momento in cui Lorenzo non sarà pronto per guidare l'azienda.

Ma oggi è ancora la madre a fare da protagonista sulla scena della moda. È bello osservarla mentre siede accanto al marito dopo essersi lasciata alle spalle il solito trambusto del backstage, fra le mani un bicchiere di champagne, immersi in una chiacchierata. Come se non ci fosse più alcuna fretta. Lorenzo, che ha avuto la fortuna di crescere bene seguendo le loro orme, preferisce non apparire, nemmeno insieme alla sua dolce fidanzata tedesca. Non è un animale da palcoscenico, ma quando gli capita, come in occasione del summit Unesco, sa trovare le giuste parole. E quando va a cena con amici come il super surfer Hugo Vau, il fotografo Enzo Barracco, la scienziata Kerstin Forsberg, il Segretario generale della IOC Vladimir Ryabinin, l'influencer ambientalista Valentina Gottlieb e

l'“acquanauta” e avventuriero Fabien Cousteau, come è successo lo scorso anno a Lisbona, è in grado di intrattenere con elegante autorità.

Per molti aspetti, il ragazzo dai ricci voluminosi impersona il role model di una nuova generazione di manager. È cool, intelligente, prudente, ha le idee chiare. È meglio, dice lui stesso, testare qualcosa e commettere degli errori piuttosto che non fare nulla: “Il successo economico e gli interessi ambientali sono amici, non nemici”. È in grado di trovare armonia fra gli opposti, gareggiare come pilota e guidare il team di Sea Beyond. E crede che servano i forti per aiutare i più deboli. Per dirla in modo romantico: “Per essere un buon cuoco, occorrono ingredienti di qualità. Anche se il proprio piatto preferito restano gli spaghetti al pomodoro”.

Gli ingredienti di qualità c'erano già quando ha fatto il suo ingresso in Prada nel 2017. “Quando sono entrato in azienda, era già stata studiata insieme all'azienda Aquafil una soluzione sostenibile per la nostra produzione di nylon. Ho semplicemente portato avanti il progetto, facendo sì che fosse possibile continuare a lavorare solo con nylon rigenerato. Se c'è una possibilità di sfruttare l'economia circolare, occorre sfruttarla. E il nylon è proprio il materiale di Prada per eccellenza, perciò in questo risulta essere perfetto”. E si adatta perfettamente ad un'epoca nella quale le giovani generazioni di consumatori sono sempre più attente alla sostenibilità. Sea Beyond promuove l'educazione all'oceano in tutto il mondo e Bertelli sostiene: “L'obiettivo ultimo è trovare un equilibrio fra le attività dell'uomo e il pianeta, e rendere la sostenibilità sempre più efficace. Anche nella moda non tutto va come dovrebbe, ma le cose iniziano a muoversi e questo è l'importante.” Bertelli crede che Sea Beyond non debba rimanere un'iniziativa portata avanti esclusivamente da Prada. Altri brand potranno farne parte.

“Ci siamo chiesti come Re-nylon potesse ricollegarsi all'aspetto culturale, alla componente umana. Pensiamo che la strada giusta sia lavorare per il futuro insieme ai bambini e ai giovani di oggi.” Alla base di Sea Beyond vi è l'idea di “formare le nuove generazioni: è l'unico modo per avere un impatto sul futuro”. In genere i politici pensano a breve termine: “la domanda da porsi è: come si può trasformare un obiettivo a breve-medio termine in una strategia a medio-lungo termine? E noi vogliamo dare un piccolo contributo a questo progetto, altrimenti l'azione intrapresa non sarà efficace e sarà sempre troppo tardi.”

Ma Lorenzo Bertelli è uno che agisce e che spera. È solito raccontare: “Mi trovavo in New Jersey e mi sono imbattuto in una decina di bambini lungo il fiume Hudson. Stavano mettendo delle ostriche nel fiume affinché lo potessero ripulire. Sono rimasto impressionato nel vedere ragazzini di età compresa fra i 12 e i 14 anni trascorrere un sabato pomeriggio in questo modo, anziché dedicarsi ai videogames. Mi ha dato speranza.”

05/07/2023

LORENZO BERTELLI IN CORSA VERSO LA VETTA

Responsabile del Marketing e della strategia di Responsabilità Sociale di Impresa, l'ex pilota automobilistico è chiamato a dirigere Prada, la maison di famiglia che i suoi genitori – Patrizio Bertelli e Miuccia Prada – hanno portato ai vertici della moda.

Di OLIVIA DÉTROYAT

“La gestione di una società, soprattutto se a controllo familiare, non è mai priva di sfide... Tuttavia, rispetto ad altre storie di passaggio generazionale, posso assicurarle che qui le cose procedono in maniera piuttosto naturale.” Alla fine di giugno, Lorenzo Bertelli è in visita a Parigi per annunciare il rafforzamento della partnership tra Prada e Unesco sull'educazione all'oceano e la sensibilizzazione dei bambini alla protezione del mare. Indossa un completo grigio e una camicia bianca impeccabile e da' inizio all'estate rovente che si preannuncia con una delle battaglie che più gli stanno a cuore: quella dell'educazione delle giovani generazioni alle sfide climatiche. Con la promessa che, a partire dal 2023, verserà l'1% dei ricavi della collezione Re-Nylon del marchio italiano al programma Sea Beyond, creato due anni fa insieme alla celebre organizzazione internazionale.

Da tre anni si occupa del marketing e della strategia di responsabilità sociale dell'azienda di famiglia, ma si prepara a guidare uno dei marchi della moda più in voga. Più precisamente dal 2021, quando è entrato nel consiglio di amministrazione della griffe fondata dal bisnonno Mario Prada, e che i suoi genitori – Patrizio Bertelli e Miuccia Prada – hanno fatto diventare un gigante internazionale presente in 70 paesi con un volume d'affari di 4,2 miliardi di euro. “Solo nel 2017, quando ho cominciato a lavorare nel gruppo, ho davvero capito che avrei avuto un ruolo importante per il futuro dell'azienda. Sapevo che avrei iniziato una curva di apprendimento che mi avrebbe infine portato a gestire la transizione con i miei genitori.” Tracciata apparentemente in anticipo, la sua traiettoria non si può tuttavia definire lineare. A 20 anni il giovane erede, che ha frequentato le scuole pubbliche e ha ereditato dal padre la passione per la vela, si lancia nelle corse da professionista. E non sul mare come il fratello Giulio, ma sulla terraferma: diventa infatti pilota automobilistico. “Il mare mi ha sempre attratto e inizialmente il rally era solo ‘un divertimento’. Ma ben presto è diventato qualcosa di più serio. Per me non è stato difficile farne un lavoro, dato che i nostri genitori ci hanno sempre lasciato massima libertà di scelta... anche se mia madre si è sentita molto sollevata quando ho smesso” commenta.

Mentre altri eredi prendono le distanze dalla famiglia, la sua passione per le sfide lo porta a cambiare rotta. E a considerare l'idea di rilevare il gioiello di famiglia. “Una delle opzioni possibili era quella di dirigere un giorno Prada. E l'ho scelta, forse per senso di

responsabilità, forse anche senza rifletterci troppo perché mi sarei sentito paralizzato. Ma sapevo di avere ancora molto da imparare.” In gennaio, la transizione ha avuto un’accelerazione con la nomina nel ruolo di CEO di Andrea Guerra, arrivato da LVMH per facilitare il passaggio di testimone. Un momento che spesso coincide – nei gruppi familiari – con varie tensioni. O con la vendita. “Spesso, scherzando, dice che è una forma di sollievo non avere più suo padre come capo. E in questa frase c’è del vero,” sottolinea una persona che gli è vicina. “Se pensa che è già complicato lavorare con uno dei genitori, figuriamoci con entrambi...” mi confida sorridendo Bertelli.

Va detto che il futuro volto di Prada ha avuto un’ottima scuola tra un padre, Patrizio, noto tanto per il suo carattere forte, quanto per il suo genio commerciale, e una madre, Miuccia, che è considerata la “papessa” del marchio e una grande intellettuale. “Ho imparato molto dai miei genitori, ma è sano avere lo sguardo neutro di una persona esterna alla società. Il gruppo Prada non sfugge a qualche discussione in famiglia, benché riguardino sempre argomenti secondari e mai problemi strategici,” ammette Lorenzo Bertelli. Schietto nel momento di definirsi a confronto con i genitori, lui, che ha studiato filosofia, è comunque sicuro del suo tono. “Il vantaggio di crescere in questo ambiente è che, fin dall’infanzia, si sviluppa il dono di riuscire a capire precisamente chi ti sta accanto per interesse e chi no.”

Assicurare lunga vita a Prada

Nella sua ascesa in Prada, a volte capita che Lorenzo Bertelli scappi per correre qualche rally. Oppure tra le montagne, dove rimane sempre colpito dall’urgenza di misure contro il cambiamento climatico. “Come molti giovani manager, comprende in tutte le sfumature la posta in gioco rispetto a questi problemi, una comprensione che è assente nelle generazioni più mature,” spiega Francesca Santoro esperta della commissione oceanografica dell’Unesco. A rischio di muoversi troppo in fretta? “Quando il Covid ci ha spinti a rivedere il calendario dei nostri progetti, abbiamo percepito la volontà di non smettere di accelerare. A volte ci sono stati rallentamenti, ma siamo riusciti a progredire conservando una grande ambizione,” confessa nei corridoi dell’istituzione. Lui stesso ammette di dover coltivare l’arte della pazienza. “Contrariamente a quanto avviene nello sport, il ritorno sugli investimenti è spesso più lento nel mondo degli affari. Io non primeggio là dove primeggiano i miei genitori, ma posso trasmettere loro la forza dello spirito di squadra, fondamentale nella sfida ai competitors.” Alla fine del 2022 l’annuncio che Raf Simons, co-stilista di Prada dal 2020, avrebbe chiuso la propria griffe ha fatto pensare a un’ulteriore scalata dello stilista nella direzione artistica di Prada. Per accelerare la svolta minimalista della griffe? “Prada non è mai stato un marchio esuberante,” riflette Bertelli. “È anzi l’incarnazione del lusso discreto al quale aspirano i clienti di oggi. Il concetto di ‘quiet luxury’ non si esprime tanto nella forma di un abito o nei colori di una collezione, quanto nella discrezione del logo.”

Il metodo ha fatto centro. Lascia che sia Andrea Guerra a commentare più nel dettaglio i risultati di business. Ma la progressiva ascesa di Bertelli intriga tutto il settore del lusso. “È una personalità formidabile, da sempre cresciuto con il DNA di Prada. Sarà lui a consolidare il legame con le nuove generazioni, sia sul digitale, sia sui social,” afferma un alto dirigente di un gigante della cosmesi. Di fronte a “giganti” da quattro a venti volte più grandi di lui (LVMH, Chanel, Kering...), il ragazzo avrà l’arduo compito

di garantire lunga vita della maison di famiglia. “L’indipendenza di per sé è priva di interesse. L’obiettivo finale del gruppo Prada, del resto, non è solo quello di essere un’azienda di moda. Se si potessero realizzare cose come la Fondazione Prada senza vendere borse, probabilmente lo faremmo.” Già al comando del digitale, poi del marketing del gruppo, è anche coinvolto nella realizzazione di numerosi progetti. Come, nel 2019, l’apertura di Prada verso il settore del *beauty*, con licenza a L’Oréal, che si è concretizzata nel 2022 con il successo del profumo *Prada Paradoxe*. Indice forse della volontà di ampliare ulteriormente il marchio? “Questo genere di diversificazione è semplicemente tattico, quasi un passaggio obbligato nel settore. Ma la vera missione del gruppo è quella di comunicare un punto di vista diverso sulle cose e sul mondo contemporaneo,” conclude, con una nostra visione personale.