



Questo non lo scriva
 Intervista classica

Patrizio Bertelli

«Nel mondo della moda, l'ansia è il peggior nemico»

L'invidia (che non conosce), l'impulsività (che ammette), l'età che avanza, i concorrenti, i giornalisti, il rapporto con la moglie **Miuccia**. L'amministratore delegato del gruppo **Prada** racconta di sé, dei toscani (che ama) e di Maria Elena Boschi (che difende).

E confessa cosa ha fatto anni fa con un martello

di **Beppe Severgnini**

foto di Massimo Zingardi

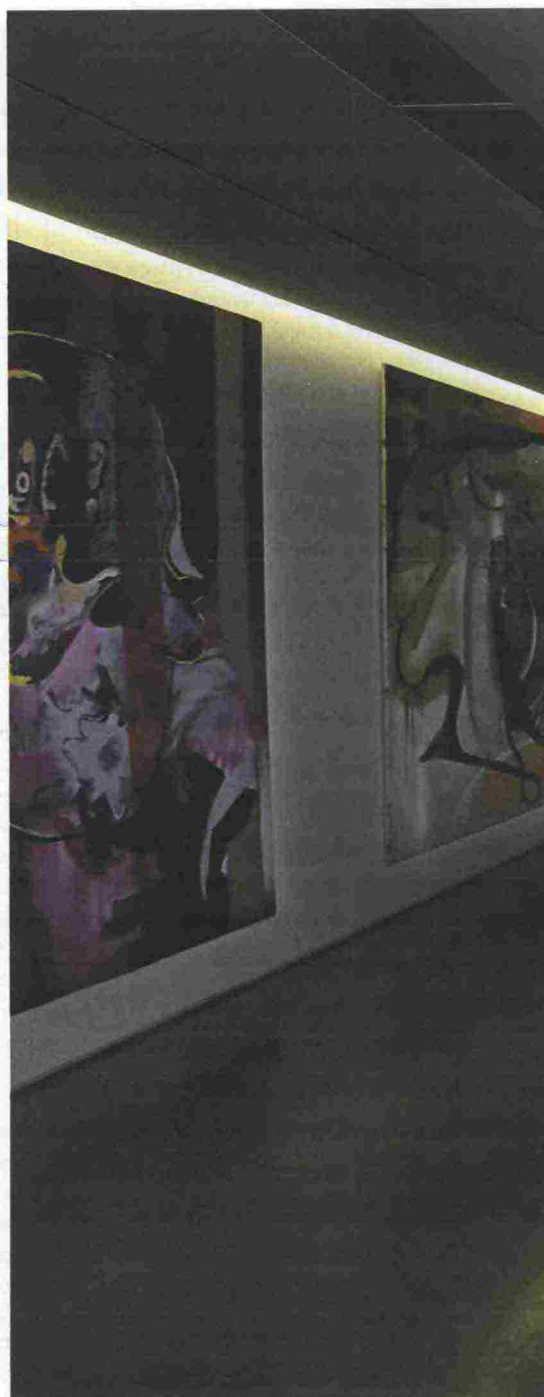
BERTELLI (da lontano) «... e che mi dice di questo c*** di politica?»

SEVERGNINI (avvicinandosi) La prima domanda avrebbe dovuto essere: «Lei è un tipo focoso?». Ma a questo punto passiamo direttamente alla seconda domanda.

«Mi sta dicendo che adesso potete scrivere c*** sul Corriere?»

Perché no? Magari mettiamo tre asterischi.

«Ho fama di essere uno focoso? Ma sì, è anche vero. L'importante è essere anche riflessivi. Essere focosi e reattivi non vuol dire non avere la capacità di riflettere».



IN UFFICIO

Patrizio Bertelli nel quartier generale di **Prada** a Milano. Alle sue spalle, una parte della sua collezione privata di arte contemporanea



PASSAPORTO

nome: **Patrizio Bertelli**

nato a: **Arezzo, 6 aprile 1946**

professione: **amministratore delegato del gruppo Prada,**

presente in 75 Paesi con cinque marchi

sposato con: **Miuccia Prada dal 1987**

passioni: **è velista e patron di Luna Rossa**

fatturato 2016 gruppo **Prada:**
3.184 milioni di euro.

Nei primi sei mesi del 2017, 1.442 milioni di euro

punti vendita: **620**

dipendenti: **12.579**

stabilimenti: **18 di proprietà, di cui quindici in Italia e tre all'estero**

Questo non lo scriva Intervista classica

→

Quindi la storia dell'amministratore delegato di Prada che lancia dalla finestra una borsa che non gli piace è una leggenda metropolitana?

«Una leggenda metropolitana».

Peccato. Non era male.

«Non male, sì. C'è un'altra leggenda metropolitana: quella secondo cui avrei rotto i fanali di alcune macchine posteggiate male. Invece quella è vera. Perché le piazzavano sempre davanti all'ingresso della fabbrica! Mettevo i biglietti, educato: "Si prega di non posteggiare", "non posteggiare", "non posteggiare". Niente da fare. Così una volta ho preso un martello...»

Quante macchine?

«Non so, due o tre; i soliti che arrivavano la mattina presto e la mettevano davanti all'ingresso. Una fabbrica che, tra le altre cose, è diventata un deposito. Ma si parla di vent'anni fa, venticinque anni fa».

Quanti negozi avete adesso?

«620 negozi in 75 Paesi, tra Prada, Miu Miu, Church's e Carshoe».

Quanti stabilimenti?

«Diciotto stabilimenti di proprietà, di cui quindici in Italia e tre all'estero: uno in Francia, uno in Gran Bretagna e uno in Romania».

Quanti dipendenti?

«Più di 12mila».

Domanda di uno che non è del mestiere: come fa uno a gestire questa complessità? In un settore volubile come la moda, oltretutto.

«Mah, prima di tutto io penso che si impari con gli anni. Poi bisogna restare sereni; non si deve avere l'ansia. Nel mondo della moda, l'ansia è il peggior nemico».

È indiscutibile che Prada abbia conosciuto un periodo di successo prolungato. L'impressione è che questo sia però il momento di Gucci – come esposizione, notorietà, fatturato.

«Sì».

Come vive queste cose? Pensa che la moda, in fondo, è come il calcio, e giocate tutti insieme? Oppure soffre i concorrenti?



«L'esempio del calcio è perfetto. C'è un gruppo di brand che fanno la Champions, e quindi partecipano a questo gioco al massimo livello. Nel 2011, 2012 e 2013 noi abbiamo avuto il boom della Galleria, in Borsa... Mi sembra che queste situazioni si avvicinano, per il gruppo di testa. E poi, di volta in volta, ci sono gruppi emergenti. Lei ha usato il verbo "soffrire". È un vocabolo giusto. Il problema di questo lavoro è che qualcuno vorrebbe evitare i concorrenti. Vorrebbe che non ci fossero. A me invece non creano nessun problema. Sono stato io stesso un concorrente quando sono nato, per quelli che c'erano. Rifiutare l'idea che possa esserci concorrenza agguerrita sul mercato sarebbe un errore gravissimo».

Star dietro ai cambiamenti del gusto e del costume: mica facile.

«Un consumatore che aveva trent'anni nel 2000 adesso ne ha quasi cinquanta. Un brand vuole accompagnare i clienti da quando li ha presi fino in fondo – non dico fino alla morte, perché non va bene – ma fino alla maturità e oltre? Oppure vuole cambiare di continuo la propria clientela?»

Ci sono molte invidie nel mondo della moda?

«Penso che ci siano persone fortemente invidiose, non so chi sono, ma comunque percepisco questo stato d'animo. Io non sono invidioso.

«Non sono invidioso. Guardo sempre i miei concorrenti per cercare di capire quello che sanno fare meglio di me. Non penso all'invidia. Penso alla qualità del lavoro»

Guardo sempre i miei concorrenti per cercare di capire quello che sanno fare meglio di me. Non penso all'invidia. Penso alla qualità del lavoro». **Sul Corriere abbiamo pubblicato un'intervista di Michela Proietti a Stefano Gabbana. Ha detto cose molto personali: sul rapporto di coppia, sulla sessualità. Lei e sua moglie Miuccia daresti un'intervista così?**

«Io trovo che ognuno rispecchi il proprio essere, anche in un'intervista. Evidentemente lui ha sentito la necessità di dire certe cose. Bisogna



CHRISTIAN JUNGEBLOTT/ARF / CONTRASTO

CHE COPPIA! Bertelli insieme alla moglie Miuccia Prada. Sono sposati dal 1987. Nella foto piccola a sinistra, intervistato e intervistatore

rispettare il pensiero degli altri».

Voi due non parlate della vostra vita privata, ho notato.

«Sì, abbiamo sempre evitato».

Ogni tanto vi arrabbiate con giornali e giornalisti? Per 7 ho incontrato Marco Bizzarri di Gucci. Mi ha confessato che ogni tanto gli viene voglia di levare la pubblicità ai giornali. Poi si pente, e si convince che non è il caso.

«Mi è capitato di arrabbiarmi quand'ero ragazzo, quando avevo 35-40 anni. Ma devo dire che non ho mai pensato di togliere la pubblicità, mai una volta. E devo dire anche questo: tante volte, dietro le affermazioni ingrate o scabrose di un giornalista si nasconde una verità. Un giornalista, anche quando sceglie la forma sbagliata, è lo specchio di un punto di vista. Rappresenta la realtà esterna; che non conosce tutti i meccanismi, vede solamente una parte. Per questo non

è da sottovalutare».

Tutte le coppie che funzionano – coppie sentimentali, coppie sul lavoro, coppie di amici – sono formate da una volpe e da un riccio. La volpe è più estroversa ed emotiva. Il riccio più metodico e concentrato. È d'accordo?

«Io sono la volpe e la Miuccia il riccio, è molto semplice».

Lei è toscano, di Arezzo. Esistono, secondo lei, i caratteri regionali?

«Esistono, eccome se esistono. Noi toscani ci riconosciamo nella nostra toscanità, come si riconoscono i napoletani, i siciliani, e così via. Anche se dire toscani... Bisogna distinguere i fiorentini e i senesi, per esempio...»

E i livornesi e i pisani...

«Arezzo – dove sono nato io – è una cittadina alla periferia della toscanità, come Grosseto. Ma diciamo che uno è cosciente di avere degli avi

Questo non lo scriva Intervista classica

→

che hanno costruito il Rinascimento».

Fin quando è rimasto ad Arezzo?

«Sempre, vado avanti e indietro. La città non la frequento, però frequento le fabbriche».

E quante fabbriche avete in Toscana?

«Quattro, cinque».

È toscano il nostro ex-presidente del Consiglio, Matteo Renzi. È toscana Maria Elena Boschi. A proposito: cosa pensa di quanto le sta succedendo?

«Povera Boschi, la bastonano a sangue, cosa c'entra lei poraccia... non capisco. Trovo che c'è un... accanimento. Prima di tutto perché è una donna intelligente. Intelligente, perspicace e veloce. Caratteristiche della toscana che probabilmente disturbano».

In vita sua è mai stato tentato, magari per un quarto d'ora, di fare politica?

«Senza cultura sono dolori. Non si può pensare di affermarsi e di esprimere concetti solo facendo di se stessi uno strumento di comunicazione. Ci vogliono i contenuti»

«Mai».

C'è qualche talento che potrebbe diventare la Miuccia Prada del 2040? Le butto lì un nome: Chiara Ferragni. S'è inventata un paradigma, in fondo. Come sua moglie, che è partita da un negozio a Milano ed è diventata un'icona globale.

«La Ferragni io non la conosco. La Miuccia, oltre a essere una persona intelligente e di cultura, ha saputo sempre dare alle cose la sua umanità. Sicuramente ci saranno altre persone che un giorno nasceranno e cresceranno, ma la cultura... senza cultura sono dolori. Non si può pensare di affermarsi o di esprimere concetti solo facendo di se stessi uno strumento di comunicazione».

Si riferisce alla Ferragni?

«No, non alla Ferragni. In generale. La Ferragni è brava. Allargavo il discorso. Il mondo magari ti giudica per come comunichi, dopo però ci vogliono i contenuti. Non sono sufficienti gli strumenti». **Avete investito soldi, tempo e passione nell'arte (Fondazione Prada, il cinema) e nello sport**

(la vela, Luna Rossa). Rifarebbe tutto?

«Sì, ma di più».

Perché queste cose vi hanno riempito la vita o perché si sono rivelate strumenti efficaci per far conoscere i vostri prodotti?

«Il punto di partenza è sempre non razionale, quindi è sempre stato fatto sull'onda della passione, della novità, dell'idea del fare. Poi sono stati anche impegni molto gravosi sul piano economico, sul piano dell'impegno fisico, però li rifarei uguali senza nemmeno un... non ho un dubbio su niente».

Dolce & Gabbana, sud e italianità. Versace, provocazione e sensualità. Armani, linee e rigore. Gucci, oggi, colore e invenzione. Se dovesse associare due parole a Prada 2018?

(lunga pausa) «Due parole... Sicuramente fantasia, perché noi siamo persone di fantasia. E realismo, direi».

Il 20 novembre, quando ha ricevuto il Master of Business Administration honoris causa della Fondazione CUOA, lei ha detto: «In Italia dobbiamo smettere di piangerci addosso». Perché le è venuta fuori quella frase?

«Il problema di fondo è che noi prendiamo l'Italia, che sta nel centro del Mediterraneo, e la vogliamo confrontare con un mondo che ha radici e strategie completamente diverse».

Il mondo tedesco e nordeuropeo?

«No, cinese. Oppure indiano. Non possiamo misurare tutto in funzione del conto economico, del debito, del Pil, di quello e di quell'altro. In Italia la persona più umile ha dentro di sé la storia. Ha un senso critico ed estetico completamente diverso da altre popolazioni. La luce, il sole, il mare, le opere d'arte. Un bambino di sei anni esce da casa, va alla scuola elementare e passa davanti a un duomo, passa davanti a un monumento: qualcosa gli rimane attaccato. Tutto questo dobbiamo metterlo come contrappeso di tutte le inefficienze».

Siamo i migliori nell'inimitabile e siamo mediocri nel replicabile. Spicchiamo per il senso della bellezza e cadiamo su banali inefficienze quotidiane. Non è irritante?

«Io invece proprio in queste incoerenze trovo la forza dell'Italia. Coerenza! Mi domando spesso cosa voglia dire».

Non le piace la parola "coerenza"?



DOPOLAVORO Appassionato di vela, Bertelli nel 2012 è diventato il primo italiano iscritto nell'albo d'oro del trofeo America's Cup

«No, non mi piace assolutamente, perché non so mai da dove si parte e dove si arriva. La coerenza è un termine che va usato in un tempo determinato, in un breve periodo. Riferito al percorso di una vita di una persona, non ha molto senso».

Oltre alle persone coerenti ci sono altri tipi

«Non possiamo misurare tutto in funzione del conto economico, del debito, del Pil, di quello e di quell'altro. In Italia la persona più umile ha dentro di sé la storia»

umani di cui diffida?

«Mi piacciono molto più le persone incoerenti di quelle coerenti, sa perché? Perché mentre le persone coerenti possono diventare improvvisamente incoerenti, le persone incoerenti restano incoerenti. In qualche modo, sono coe-

renti». (ride).

Penultima domanda: lei è del 1946, come Donald Trump. Cosa pensa del suo coetaneo?

«Trovo che Trump rappresenti più la pancia americana, rispetto alla Clinton. Trovo che l'America, da Reagan in poi, è sempre stata se stessa. Ha sempre rispecchiato la propria immagine popolare, qualunque sia stato il Presidente. Se poi Trump lascerà un segno, non so».

Lei compirà 72 anni e ha un lavoro impegnativo. Cosa la spinge ad alzarsi al mattino?

«Gli impegni che ho preso. E poi la condizione fisica: se uno sta bene, non ha bisogno di guardare la carta d'identità. Mi sento di dare un consiglio a chi ha sessant'anni: fate il conto alla rovescia e pensate a quanto vi rimane di vita. Il trenta per cento? Non è male. È un esercizio abbastanza duro, ma consolante».

 @BEPPESEVERGNINI