

COVER STORY

PRADA **SECONDO** **PRADA**

**L'infanzia? «I miei ricordi
cominciano a 15 anni». L'esordio?
«Sospeso tra due mondi».
Il segreto? «Romperne i cliché».
Il futuro? «Restare brava
molto a lungo». A tu per tu
con la stilista che ha cambiato
gli orizzonti del gusto**

di Simone Marchetti Foto di Alasdair McLellan



Foto di Art Partner Licensing/Contrasto

Miuccia Prada
ritratta nella Cisterna,
uno degli spazi
della Fondazione,
aperta dallo scorso
maggio a Milano.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 044119

COVER STORY**«Per me il fare è uno strumento del pensiero. E la Fondazione un luogo dove poter essere liberi»**

Voglio una gonna lunga, ma anche corta... L'esercizio di oggi è fare l'ovvio senza fare l'ovvio... Desidererei una cosa un po' giusta ma anche un po' sbagliata... Oggi dobbiamo lavorare per tradurre l'idea della miseria che diventa poesia». Ascoltato fuori dal contesto, rubato come quelle intercettazioni che

fuggono dai tribunali, il vocabolario intimo di Miuccia Prada è l'ennesima prova della singolarità di un mondo, quello della moda, che ai più superficiali può sembrare autoreferenziale e chiuso in se stesso. Aggiungete il classico ritratto che in molti, in troppi hanno fatto di lei: la stilista di sinistra che andava alle manifestazioni vestita Yves Saint Laurent. Invece no. Questa signora fa a pezzi ogni cliché e tutto quello che si pensa di sapere su di lei.

Certo, quando le si attribuisce qualcosa che non le corrisponde, si chiude educatamente nel suo golf, tagliandoti fuori dalla sua attenzione. Ma se intravede uno spiraglio in chi l'ascolta, allora somiglia a una bambina felice al Luna Park. Le sue idee sono giostrine, i discorsi montagne russe. Ma non si scambia la sua passione per un parco giochi: questa Disneyland dell'immaginazione oggi fattura 4 miliardi di euro, è forse il marchio di moda più ammirato del mondo e ha prodotto una Fondazione a Milano che in una manciata di mesi ha reso demodé le istituzioni museali più all'avanguardia di New York, Londra e Parigi.

Com'è nata la sua passione per la moda?

«Da un'immagine che non ha tempo: una signora in campagna, quando ero piccola, con le scarpe grosse e la caviglia sottile. Era così chic che è rimasta con me fino a oggi».

Per molti lei è la stilista che militava nel Pci. Cos'è successo prima?

«È strano, ho una specie di vuoto nella memoria fino ai 15 anni. Da bambina, tutto normale: andavo a scuola, i miei genitori mi volevano bene. Prima del liceo, è come se la mia personalità si adattasse al contesto. Ero una spettatrice. Poi è avvenuto il cambiamento: sono diventata laica e di sinistra, sono uscita dal mio mondo perché mi interessava tutto quello che era diverso da me. La scuola di mimo al Piccolo Teatro, il Partito comunista, l'Unione donne italiane. Mi sono buttata da sola in questi luoghi con la mia curiosità. Io, borghese, più o meno ricca: se lo immagino? Ci voleva coraggio, ma non mi spaventava, perché ciò che mi interessava era vedere cosa c'era là fuori».

E cosa c'era là fuori?

«Un mondo in rivoluzione. Era bellissimo. Ho scoperto di non essere per niente una solitaria. Ho capito di amare il

collettivo, che mi piaceva stare in mezzo alla gente. Ancora oggi, adoro entrare in un bar dove nessuno mi conosce. E nel lavoro è anche peggio: non sono più capace di lavorare da sola, voglio stare in gruppo, sentire le altre opinioni. Discuto, ascolto. Ma penso da sola. E quando qualcosa non mi convince, rimugino, analizzo fino all'ultimo dubbio la mattina presto, nel silenzio del mio letto».

Cosa l'ha convinta a continuare il lavoro iniziato da suo nonno, Mario Prada, fondatore del marchio?

«Iniziai a disegnare borse e qualche altro oggetto mentre la mia vita era divisa in due: da una parte c'era l'ambiente politico e culturale che frequentavo, un mondo che detestava la moda. Dall'altra c'ero io, donna, di sinistra, femminista e impegnata nel peggiore lavoro che potessi scegliere, la stilista. Non mi fraintenda: la moda mi piaceva davvero. Ma se non avessi incontrato mio marito, più tardi, non sarei andata avanti».

Patrizio Bertelli. Si dice sia il pezzo di puzzle che le mancava.

«Sì, Bertelli è il mio pezzo di puzzle. L'idea di fare le cose in grande viene da lui. Io gli dissi che non ero ambiziosa. Lui mi rispose: tu sei un mostro d'ambizione. Aveva ragione. Nel 1988 fu lui a insistere per fare una linea d'abbigliamento. Io resistevo perché non volevo esporti né raccontare troppo di me. Poi ho cambiato idea perché se non fai così non riesci proprio a comunicare. Fare una sfilata, poi, fu facilissimo: realizzai tutto quello che mi piaceva e che non trovavo. Per dieci anni mi ero vestita solo di capi vintage e di uniformi da cameriera o da militare».

Il primo show di Prada fu una rivoluzione. Apprezzata da pochi, però.

«Pochi ma intelligenti. Il problema, all'inizio, fu il concetto del brutto. Nel mio lavoro, forse, sono riuscita a introdurre il concetto del brutto nella moda perché era l'unica sfera a non considerarlo. Cinema, arte, letteratura, tutti l'avevano trattato. Il brutto nella moda era ed è difficile da accettare perché c'è ancora il sogno, il cliché della bellezza, del sexy, della donna scollata col suo vestitino tagliato di sbieco. Io detesto i cliché: la bellezza è più complessa e soprattutto più interessante di questo immaginario sterile e noioso. La fortuna di Prada è nata proprio su questa idea».

Poi sono arrivate Miu Miu, la linea Prada uomo e anche la Fondazione. Quest'ultima, un'altra rivoluzione.

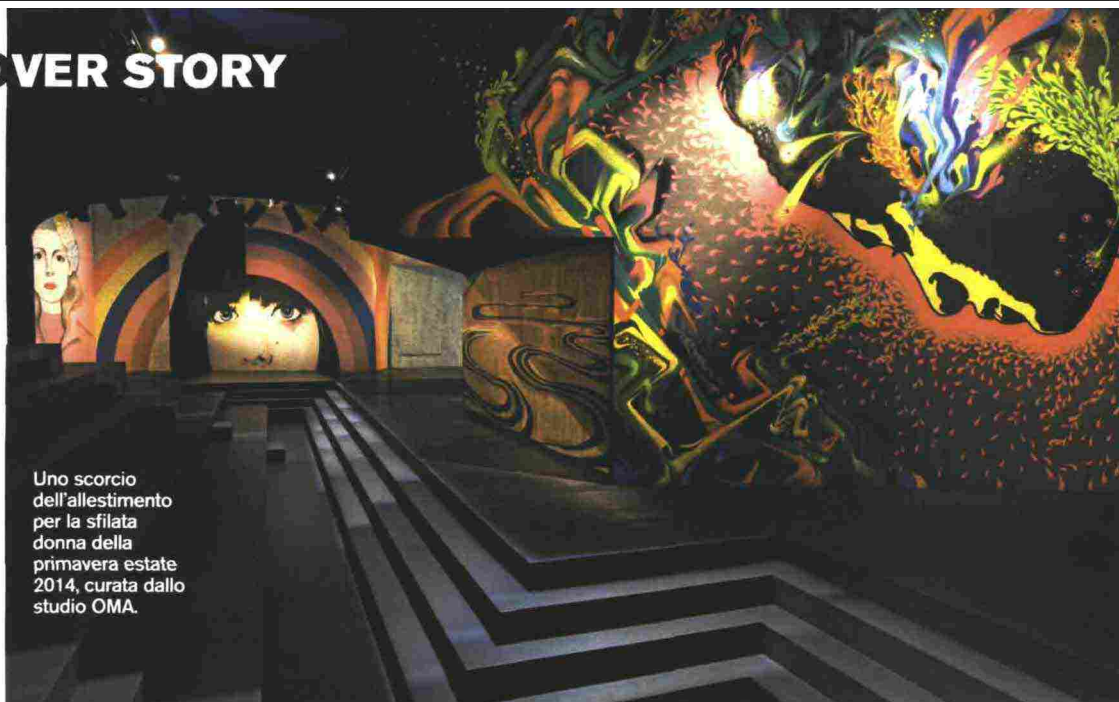
«Nei primi anni Novanta abbiamo iniziato a collaborare con gli artisti, ma tenendoli separati dal nostro mestiere. Avevamo degli spazi industriali e alcuni amici ci suggerirono di utilizzarli per una mostra di scultura. Fino a quel momento mi ero nutrita di letteratura, di cinema, di teatro. Lasciando in disparte le arti visive. Così, per 5 anni, io e Bertelli ci siamo messi a studiare l'arte contemporanea. Fin dall'inizio,



Ancora Miuccia
nella sala dello
Studiolo
(XV secolo),
all'interno della
Fondazione
Prada.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

COVER STORY



Uno scorcio dell'allestimento per la sfilata donna della primavera estate 2014, curata dallo studio OMA.

Tra stile e arte

1913

A Milano Mario Prada apre in Galleria Vittorio Emanuele II la boutique Fratelli Prada. Si vendono borse, valigie e accessori da viaggio.

1984

Sua nipote, Miuccia Prada, rilancia un classico rivoluzionato nella forma e nei materiali: lo zaino di nylon, tessuto dei paracaduti che trasforma l'accessorio in un oggetto del desiderio. È l'inizio della nuova era dell'azienda.

1993

Debuttano le prime mostre della nascente Fondazione Prada (sono dedicate a Eliseo Mattiacci e Nino Franchina). Nello stesso anno arrivano le prime collezioni di Miu Miue Prada Uomo.

2000

Prada si lancia nell'avventura Luna Rossa, la barca a vela che partecipa all'America's Cup. La competizione e le prodezze del team danno un'ulteriore impulso al successo del brand.

2011

Il Gruppo Prada viene quotato alla Borsa di Hong Kong. Comprende le linee Prada, Miu Miu, Car Shoe e Church's (oggi anche la pasticceria Marchesi). In passato aveva acquisito e in seguito ceduto Fendi, Jil Sander e Helmut Lang.

2015

Viene inaugurata a Milano la nuova Fondazione Prada, collocata in una ex distilleria e riprogettata da Rem Koolhaas come un complesso con sale espositive per la collezione permanente e le mostre temporanee, cinema, bar. Il suo valore di istituzione dedicata all'arte e l'avanguardia della sua formula la trasformano da subito in uno dei musei internazionali più importanti per l'arte contemporanea.

non si trattò di collezionismo ma di apprendimento: certo, quando qualcosa ti piace e ti aiuta a conoscere, volgarmente ti viene voglia di comprarlo, di possederlo. Ma non è questo il punto: fare un bel discorso astratto e filosofico con un artista è una questione. Lavorarci è un'altra. Il fatto di lavorare insieme ti porta in profondità. E a me piace il fare come strumento del pensiero. Dopo tanti anni di mostre è arrivata la vera scommessa della nuova Fondazione. Ricordo perfettamente il cantiere, qualche giorno prima dell'apertura: nel vuoto, nel silenzio, mi sembrava di essere in un paesino protetto, con un microclima particolare. Un luogo umano dove poter essere liberi. Uno dei complimenti più belli che ho ricevuto è di Herbert Muschamp, critico di architettura del *New York Times*: "Prada non vende borse, ma idee. E ha creato un mondo più sicuro per le persone sensibili".

Sono tanti i nomi del mondo dell'arte e della cultura con cui ha collaborato. L'architetto Rem Koolhaas, il curatore Germano Celant, gli artisti Louise Bourgeois e Francesco Vezzoli, solo per citarne alcuni. Cosa le hanno insegnato?

«Tante cose, tantissime cose. La più straordinaria è amare la moda. Quando invece in tanti, in troppi, la disprezzano. La prima domanda che faccio a tutti è: perché piace la moda? E la seconda: perché non piace? Louise Bourgeois mi ripeteva che le persone hanno un rapporto complicato con la moda perché tutti, in fondo, vogliono sedurre. Io non sono d'accordo. La gente parla di ruote, di macchine, di medicine perché in fondo non ti toccano così da vicino come fa la moda. Invece parlare di vestiti è imbarazzante perché significa raccontare delle tue manie, delle tue ossessioni, delle tue debolezze. La moda è un racconto intimo. E una famosa intellettuale americana mi confidò che, a suo parere, viene disprezzata perché ritenuta una roba "da donne". Praticamente una doppia offesa. La moda è amata da pochi fanatici, da tantissimi intellettuali e dalle teste libere. Il mondo la guarda con sospetto perché la moda è un mondo libero. E io vedo tante, troppe sfere della contemporaneità piegarsi alla conservazione e fare passi indietro verso l'oscurantismo. La moda è libertà intellettuale. Per questo turba e spaventa».

Nell'ultimo anno ha perso Manuela Pavesi, una delle

Foto courtesy of Prada

COVER STORY

«A volte la moda turba e spaventa. Perché ha coraggio intellettuale»

creative che le sono state accanto più a lungo. Come ci si confronta con l'assenza?

«All'inizio, per sopravvivere, ho fatto finta di non pensarci. Ma col tempo, le mancanze saltano fuori. Ti rendi conto che vuoi chiederle dei consigli, dei commenti. E che non puoi, che non c'è più. Per la sua malattia e per altre questioni, ci siamo frequentate poco nell'ultimo periodo della sua vita. Ma Pavesi c'era fin dall'inizio. Mi ricordo quando ci siamo conosciute: eravamo vestite uguali, pantaloni e golf Saint Laurent, entrambe con la stola di volpe della mamma. Se lo immagina? Trovare una vestita come me, io che volevo essere sempre la prima, la più diversa, la più originale. Non potevamo che diventare amiche».

È madre di due figli ventenni. Come vede le nuove generazioni?

«I ragazzi di oggi mi inteneriscono. Hanno di fronte un mondo difficile e poche opportunità. Hanno il compito di reinventarsi da capo. Chi li scambia per ignoranti si sbaglia di grosso: non leggono come facevamo noi, è vero. Ma sono colti. Hanno trovato una nuova maniera di informarsi. Quando mi chiedono come avere successo, come farsi strada, rispondo come quando le donne mi chiedono come essere eleganti: studiate! Studiate tutto, studiate di più. Dovete sapere tutto di quello che vi appassiona. Prendete, per esempio, l'artista Francesco Vezzoli. In tanti si chiedono come faccia a scritturare attrici così famose per i suoi film e

le performance. Vezzoli sa tutto, studia tutto su questi personaggi. E loro non possono che dirgli di sì quando lui apre bocca».

Ai suoi figli, invece, cosa dice?

«Sono una mamma vecchio stile. Gli dico di fare quello che gli piace. Il più grande, ultimamente, ha espresso il desiderio di occuparsi dell'azienda. Spero proprio che non cambi idea. Ce lo ripetiamo spesso, ne discutiamo, specie tra noi. Alla fine, tanto sono reattiva e curiosa nella vita lavorativa, quando tradizionalista in quella privata. Vedo gli stessi amici da quando avevo 15 anni, ci riuniamo intorno a un tavolo, a casa nostra, tutte le sere. Una comune: da una parte i vecchi, dall'altra i ragazzi. È il mio luogo sicuro, la mia vita condivisa».

Cosa pensa della rivoluzione tecnologica e mediatica in corso?

«È un argomento complesso che mi appassiona molto. Da una parte, la paura è che lo strumento, la tecnologia creino il pensiero mentre dovrebbe essere il contrario. Dall'altra, noto uno snobismo pericoloso: di fronte ai cambiamenti dettati da Internet, molti intellettuali si sono chiusi confondendo la potenza del web con la cultura dei selfie. È troppo facile, è troppo cliché. Io per prima ammetto di non comprendere certe dinamiche, ma non mi rassegnò e continuo a studiare. Perché questa rivoluzione significa soprattutto lavorare di più, conoscere di più. A riguardo, mi fa molto riflettere la decisione di tanti designer di abbandonare i grandi marchi del lusso per la velocità, per la voracità del mercato contemporaneo. Io ho fatto una scelta diversa: voglio confrontarmi con la contemporaneità e voglio interagire con il mondo più grande, le piccole élite non mi interessano. Ringrazio la moda perché mi costringe a restare ancorata alla realtà e perché grazie a essa imparo come gira il mondo, capisco usi e costumi. Quello che vendi ti insegna a capire davvero. È una legge dura, qualcosa che ti tiene un pugnale sul cuore. Ma sei costretta a pensare. Non si può più fare lo stilista vecchio stile. Col tempo, poi, ho capito che introducendo un po' di intelligenza nel tuo lavoro puoi trasmettere pensiero. E io voglio sfruttare la fama di questo brand per veicolare pensiero. Non ho la presunzione di fare del bene. Ho l'ossessione di fare qualcosa di utile, qualcosa che allarghi il punto di vista».

Come vede il suo futuro?

«Mi piace l'idea di continuare a lavorare. Sono troppo curiosa. Sono troppo appassionata per smettere. Voglio fare come fa Karl Lagerfeld. Voglio essere brava ancora per un bel po'».

GRANDI FIRME IN VIVA VOCE

Oggi su D.Repubblica.it debutta la prima puntata di una serie di documentari dedicati alla moda italiana, raccontata in prima persona da chi l'ha creata. Il primo episodio è narrato da Miuccia Prada e svela la nascita delle linee di abbigliamento Prada e Miu Miu, il modo di lavorare della designer, la passione per l'arte e le collaborazioni con artisti, architetti e intellettuali nonché la recente apertura della Fondazione Prada a Milano. Nei prossimi mesi, il network di D continuerà con il racconto del Made in Italy, con l'intento di fare un ritratto contemporaneo della cultura, dell'umanità, del lavoro e della bellezza che contraddistinguono il fashion system italiano.



Sopra, una sala della Fondazione Prada. Qui, allestimento per la sfilata donna inverno 2015.

Foto di Delfino Sisto Legnani/courtesy Fondazione Prada. Courtesy Prada

5 DICEMBRE 2015

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PRADA ACCORDING TO PRADA

Childhood? "My earliest memories from the age of 15" Debut? "Suspended between two worlds." The secret? "Demolish the clichés." The future? "Stay good for years." A one-on-one with the designer who changed the horizons of taste
by Simone Marchetti Photos by Alasdair McLellan

COVER STORY

"For me, doing is an instrument of thinking. The Foundation is a place where one can be free."

I want a skirt that is long but also short...The exercise today is to do the obvious without being obvious...I would like something right but also a bit wrong...We must work today to translate the idea of misery into poetry." Heard out of context, captured like those wire-taps aired in court, the intimate vocabulary of Miuccia Prada is another proof of the singularity of a world—fashion—that to the superficial may seem self-serving and closed within itself. Add the classic portrait that many, too many, have painted of her: the leftist designer who attended the shows dressed in Yves Saint Laurent. But no. This lady demolishes all the clichés and every concept of her. Sure, when she is attributed something out of line, she withdraws into herself, depriving you of her attention. But if she sees an open mind in her listeners, she seems like a child at an amusement park. Her ideas are carousels, her statements rollercoasters. But don't mistake her passion for a playground: this Disneyland of the imagination has sales of € 4 billion a year, is perhaps the most admired fashion brand in the world, and has produced a foundation in Milan that is just a few months has outshone the most avant-garde museum institutions of New York, London and Paris.

How did fashion become your passion?

"From a timeless image: a country lady, when I was young, with heavy shoes and slender ankles. She was so chic that she still remains with me."

For many, you are the designer from the ranks of the Communist Party. What happened before?

"Strangely, I have a void in my memory until the age of 15. As a child, everything was normal: I went to school, my parents loved me. Before secondary school my personality seemed to adapt to the context. I was a spectator. Then came the change: I became secular and left-wing, I emerged from my world because I was attracted to everything different from me. The mime school at the Piccolo Teatro, the Communist Party, the Italian Women's Union. I leapt alone into these places with my curiosity. Me, middle-class, fairly rich: can you imagine? It took courage but I was not afraid, because what interested me was to see what was out there."

And what was out there?

"A world in revolution. It was beautiful. I discovered that I was in no way alone. I saw that I loved the collective, that I liked to be among people. Even today I love to enter a bar where no one knows me. And it's even worse at work: I can no longer work alone, I want to be in a group, hear their opinions. I discuss, listen. But my thoughts are my own. And when I have doubts about something, I mull it over, analyze it down to the last doubt early in the morning, in the silence of my bed."

What convinced you to continue the work of your grandfather, Mario Prada, founder of the brand?

"I began designing handbags and a few other objects while my life was split in two: one side there was the political and cultural world I frequented, a world that despised fashion. On the other was me, woman, leftist, feminist involved in the worst profession I could have

picked: designer. Don't get me wrong: I truly like fashion. But I wouldn't have continued if I hadn't met my husband a bit later."

Patrizio Bertelli. It's said he was the missing piece of the puzzle.

"Yes, Bertelli is my puzzle piece. The idea of doing things large scale was his. I told him I wasn't ambitious. He replied: you are an ambition monster. He was right. In 1988 he insisted on developing a clothing line. I was hesitant because I didn't want to expose myself or reveal too much about myself. Then I changed my mind because otherwise I couldn't communicate. Doing a fashion show was easy: I achieved everything I liked and hadn't found. For ten years I had only worn vintage apparel, waitress and military uniforms.

The first Prada show was a revolution. But few applauded it.

"Few, yes, but the intelligent ones. The problem, at the start, was the concept of ugly. In my work I may have succeeded in introducing the concept of ugly into fashion, because it was the only sphere that didn't consider it. Cinema, art and literature all had dealt with it. Ugly in fashion was and is difficult to accept, because the dream, the cliché of beauty, sexy, the plunging neckline with the dress cut on a slant still persists. I hate clichés: beauty is more complex and especially more interesting than this sterile, boring image. The success of Prada derived precisely from this idea."

Then Miu Miu, the Prada men's line, and the Foundation came along. The last was another revolution.

"In the early '90s we began collaborating with artists but kept them separate from our profession. We had some industrial spaces, and a few friends suggested we use them for sculpture expositions. Up to that point I had devoured literature, cinema, and theater. Ignoring the visual arts. So for five years Bertelli and I began studying contemporary art. Initially we were not collecting, just learning: sure, when you like something and it adds to your knowledge, you get the vulgar idea to buy it, possess it. But this is not the point: having an abstract, philosophical conversation with an artist in one thing. Working on it is another. Working together gives you depth. And for me, doing is the instrument of thinking. The many years of expositions finally led to the challenge of the Foundation. I clearly remember the construction site a few days before the opening: in the emptiness, the silence, I felt I was in a protected village with a special microclimate. A human place where one could be free. One of the finest compliments I received was from Herbert Muschamp, architecture critic for the *New York Times*: 'Prada doesn't sell handbags, it sells ideas. And it has created a safer world for sensitive people.'"

You have collaborated with many in the world of art and culture. Architect Rem Koolhaas, curator Germano Celant, and artists Louise Bourgeois and Francesco Vezzoli, to name just a few. What have they taught you?

"Many things, a host of things. The most extraordinary is to love fashion, while many, too many, despise it. The first question I ask of everyone is: why do people like fashion. And the second is: why do they not like it. Louise Bourgeois said that people have a complicated relationship with fashion, because they all, basically, wish to seduce. I don't agree. People talk about wheels, machines, medicines because basically they are not intimately affected by them as they are by fashion. Speaking of clothes is embarrassing, however, because it means talking about their manias, their obsessions, their weaknesses. Fashion is an intimate affair. A famous American intellectual confided that, in his opinion, it is despised because it is considered 'woman stuff'. Essentially a double insult. Fashion is loved by a few fanatics, a lot of intellectuals, and free thinkers. The world looks on fashion with suspicion because it is a world of freedom. And I see many, too many, spheres of contemporary life bend toward conservatism and slip back into obscurantism. Fashion is intellectual freedom. This is why it disturbs and intimidates."

In the past year you lost Manuela Pavesi, one of the creative people who had been with you the longest. How do you deal with her absence?

“Initially, to survive, I pretended I wasn’t thinking about it. But with time the gaps became evident. You realize you want to seek her advice, her comments. And that you can’t, she’s gone. Because of her illness and other matters, we spent little time together in the last period of her life. But Pavesi had been there from the start. I remember when we met: we were dressed the same: Yves Saint Laurent slacks and sweaters, both of us with mama’s fox stole. Can you imagine? Finding someone like me who always wished to be first, different, original. We had to become friends.”

You have two children in their 20s. How do you view the new generations?

“I am touched by young generations today. They have a difficult world and few opportunities ahead of them. Their task is to reinvent themselves from scratch. Those who regard them as ignorant are wrong: they don’t read as much as we did, true. But they are educated. They have found new sources of information. When they ask me the key to success, how to get ahead, I answer as when women ask me how to be elegant: study! Study everything, study more. You need to know all about the things that excite you. Take artist Francesco Vezzoli, for example. Many wonder how is able to cast famous actresses for his films and performances. Vezzoli knows everything about these people, he studies them. And when he speaks, they have to say yes.

What do you tell your own children?

I’m an old-style mother. I tell them to do what appeals to them. The elder has recently expressed a desire to be involved with the company. I hope he doesn’t change his mind. We speak of it often between us. In the final analysis, I am as reactive and curious in my work as I am traditionalist in my private life. I still see the same friends I did 15 years ago, we get together around the table at our home every evening. A common thread: old folks on one side, the kids on the other. It is my safe place, my shared life.”

What do you think of the current technological and media revolution?

“It is a complex topic that excites me. On the one hand, I fear that the instrument, the technology creates thinking, while it should be the opposite. On the other, I note a dangerous snobbery: faced with the changes dictated by the Internet, many intellectuals have rejected it, confusing the power of the Web with the selfie culture. That’s too easy, too cliché. I’m the first to admit that I don’t understand certain dynamics, but I’m not resigned, I keep studying. Because this culture primarily means working harder, learning more. This makes me reflect on the decision of many designers to abandon the luxury brands for the speed and voracity of the contemporary market. I have made a different choice: I want to deal with contemporary life and interact with a larger world. The small élites don’t interest me. I am grateful to fashion because it forces me to stay anchored to reality and teaches how the world turns; I understand mores and customs. What you sell truly teaches you to understand. It is a tough law, one that holds a knife to your heart. But you are required to think. You can’t be an old-style designer. With time, then, I came to understand that by injecting a bit of intelligence into your work, you can transmit thought. And I want to exploit the fame of this brand to convey thought. I don’t presume to do good. I am obsessed with doing something useful, something that broadens horizons.”

How do you see the future?

“I like the idea of continuing to work. I am too curious. I am too impassioned to quit. I want to do like Karl Lagerfeld. I want to be good for some time to come.”

Page 2 caption: Miuccia Prada in the Cisterna, one of the spaces of the Foundation open since last May in Milan.

Page 4 caption: Miuccia again in the Stiletto room (15th century) inside the Prada Foundation

Page 5 caption: a view of the setup for the 2014 women's spring/summer fashion show, prepared by Studio OMA.

Page 5 box:
1913

Mario Prada opens the Fratelli Prada boutique in the Galleria Vittorio Emanuele II in Milan.

1984

His granddaughter Miuccia Prada revives a classic piece revolutionized in form and materials: a nylon backpack woven of parachutes that transforms the accessory into an object of desire. This is the start of a new era for the company.

1993

Debut of the first expositions in the new Prada Foundation (dedicated to Eliseo Mattiacci and Nino Franchina). The same year brings the first collections of Miu Miu Prada Uomo.

2000

Prada undertakes the venture of Luna Rossa, the sailboat that competes in the America's Cup. The races and the skill of the team give additional momentum to the brand's success.

2011

The Prada Group is listed on the Hong Kong Stock Exchange. It includes the Prada, Miu Miu, Car Shoe and Church's lines (and now Marchesi pastry). In the past it has acquired and then resold Fendi, Jil Sander and Helmut Lang.

2015

Inauguration of the new Prada Foundation, located in a former distillery and redesigned by Rem Koolhaas as a complex with exposition rooms for the permanent collection and temporary shows, cinema and bar. Its value as an institution dedicated to art and its avant-garde formula transforms it overnight into one of the most important venues for contemporary art.

Page 6 caption: Above: a room of the Prada Foundation. Here: setup for the 2015 women's winter fashion show.

Page 6 box:
MAJOR BRANDS LIVE

A new series of documentaries on Italian fashion debuts today at D.Repubblica.it, presented firsthand by those who create it. The first episode is narrated by Miuccia Prada and reveals the origins of the Prada and Miu Miu clothing lines, the way designers work, her passion for art, and her collaboration with artists, architects and intellectuals, as well as the recent opening of the Prada Foundation in Milan.

The D network will continue the story of Made in Italy in coming months with the intention of providing a contemporary picture of the culture, humanity, work and beauty that distinguishes the Italian fashion system.