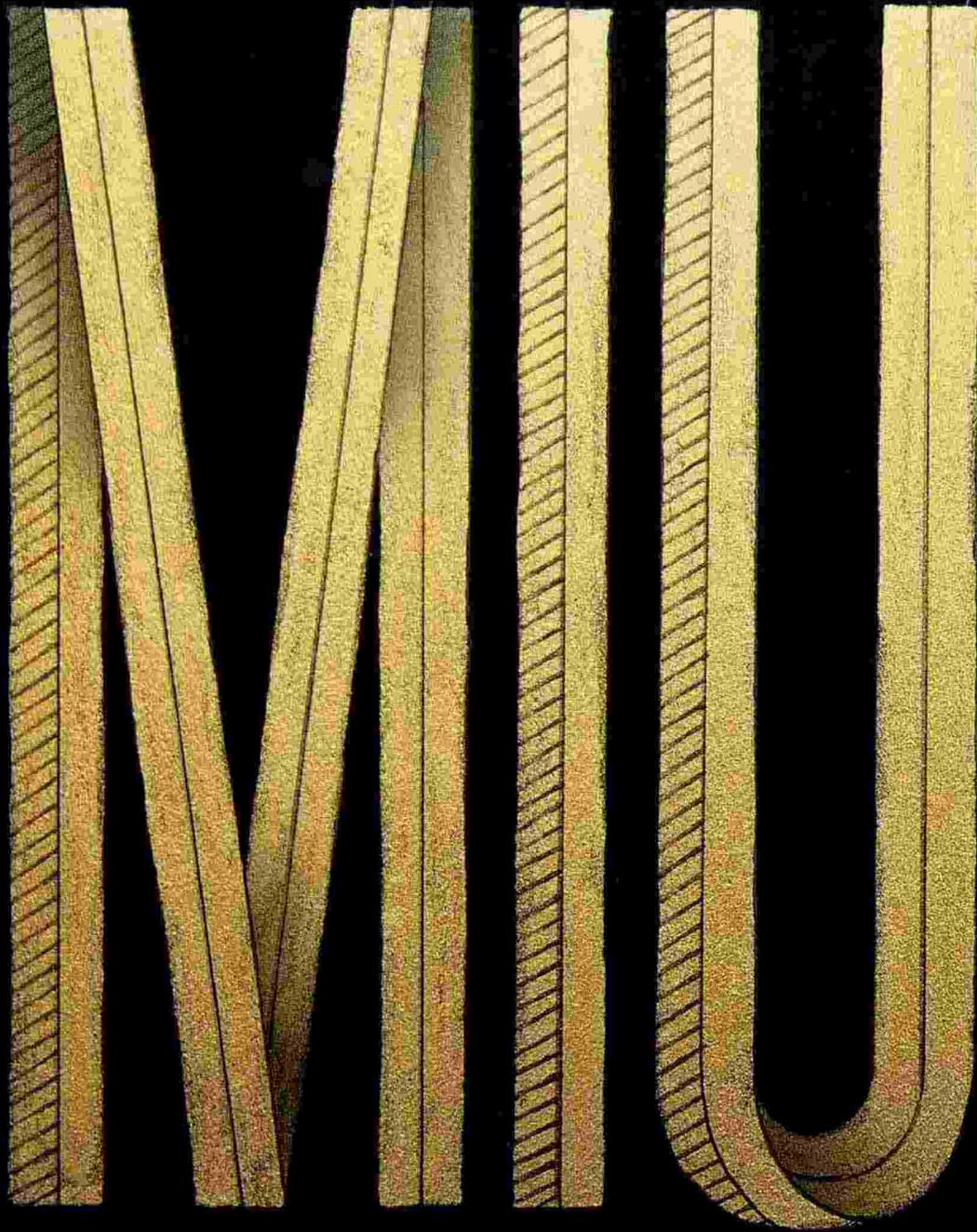


M Collections



In an exclusive interview, Miuccia Prada talks about men's wear, fashion, revolution, history and the arts.
By Luisa Zargani

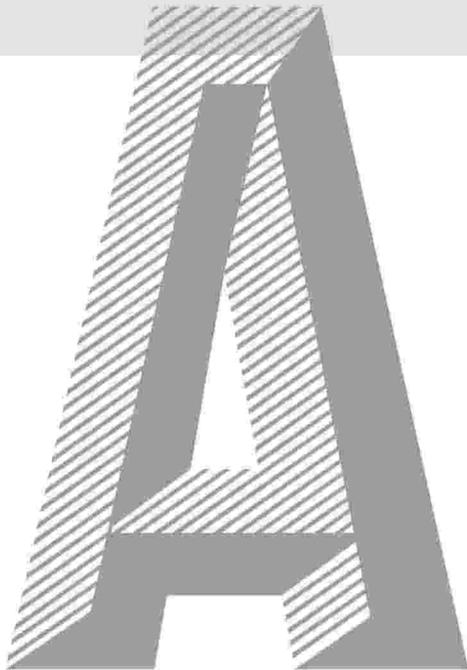
Lettering by NIM BEN-REUVEN

44 MARCH 2016, No. 4 WWD.COM



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 044119



n hour with Miuccia Prada files by. All the questions are duly answered – often with a contagious chuckle and a twinkle in her eye – but it feels like the surface has only been scratched. One can't help but think that the designer's enduring influence on fashion derives from her seemingly endless curiosity, thirst for knowledge and passion. There are no rules, safe answers or prepackaged responses.

During the conversation Prada often questions herself, which clearly doesn't reflect an uncertain nature, but rather her pensive and inquisitive personality. She certainly knows her own mind, but shuns any arrogance. The designer lights up when she speaks about art and the Fondazione Prada, unveiled in Milan last

a fashion company that last year reached sales of almost \$4 billion and that is listed on the Hong Kong Stock Exchange. She's aware of the tough economy and the volatility of the financial markets, which impacted the group last year, as well as the ever-expanding customer base around the world and the power of social media and instant communication. But she stays true to her own impulses, perspective – and continual drive.

Prada designs a constant flow of women's and men's wear collections – and all their accessories – each year for the group's signature brand and **Miu Miu**. She remains one of the few designers who can have a major impact on fashion for both sexes and her men's runway shows in Milan remain among the most anticipated of the season. Men's wear is playing an increasingly important role in the group, now accounting for 30 percent of sales.

Her fall collection was, in WWD's view, the best of the season and its inspiration evolved into a spectacular women's collection shown a month later. In January, WWD's review said **Prada's** take on the naval theme, tailored suiting, oversize outerwear and rich textures made for an "exceptional show, one of her best men's wear outings in years. Finally some edge-of-your-seat fashion and a collection that was not only diverse but thought-provoking and captivating with its strong emotional tug."

Following the show, Tiziana Cardini, fashion director of Italian department store La Rinascente, said, "Miuccia Prada was well-inspired. [She] pushed on the accelerator, adding a real injection of fashion, bringing forward a strong, innovative, original, even complex message, daring to address big issues, yet offering a

reflected in her office in a stately building on Milan's Via Bergamo. In lieu of a desk, a De Padova table stands in the uncluttered room, surrounded by chairs by Charles and Ray Eames. Lucio Fontana's "Concetto Spaziale" [Spatial Concept] from 1967, with the artist's unmistakable slash on a slab of red lacquered metal, adds a vivid touch of color. Behind the table is a steel and polycarbonate tube slide by Carsten Höller that leads into the courtyard. Other standout artworks in the room are Gerhard Richter's "5 Türen II" [Five Doors], oils on canvas from 1967 and Alvar Aalto birch cabinets from 1932. The designer, wearing a long-sleeve white shirt dress belted at the waist and chunky tassel loafers, discusses her vision for men's wear, her personality, her interest in the Big Questions – and what irks her about fashion.

Your men's wear collection for fall was one of the most influential in Milan, reflecting the brand's evolution in the category and its growing relevance. You never seemed to listen to the tug of marketing or commercial constraints. I read that you believe you "know when you are doing something interesting." Did you realize this was the case with your fall collection? Did you expect such a success?

I must say that more than any other time, I felt the need to express general problematic issues – because sometimes you can and sometimes you can't. But this time, the sense of questioning was strong. It's all so dynamic now. Everything is changing in politics, we don't know where and we don't know how, in society, in the new means of communication, so the idea was very important for me to ask myself who we are, where we come from and where we are going. Hence this excursus. And then the position of women, I really care about this. After all, unfortunately women still don't count that much in the eyes of the world. There are two trends – those that have given up and just want to be married and be kept, but luckily there is also a new apparent feminism in the new generation.

Have you been putting more emphasis and attention on men's wear? We've been seeing a common thread between your men's and women's wear collections.

Since forever, when I was designing men's wear, whenever I would find myself looking for ideas, I would pick from women's wear. I would ask myself: If I were a man, what would I wear? I tried to open the possibilities for men, but without reaching the point of being exaggerated or unwearable. I think it's more useful to start with something possible and then people will slowly accept more, rather than

[presenting] exaggerated looks that could be simply rejected. This has always been my point of view, then sometimes I do a little bit more. I remember once a few newspapers were scandalized by a short skirt, but that was actually a high belt [laughing]. But always under the appearance of something classic. What I am interested in is changing things without being too provocative or obviously political. Politics and fashion too directly linked. I don't like that, or to make statements on clothes, [such as] "no to war." That is too serious. Maybe I'm wrong, but I like to be subtly political. Fashion must do its part, but infiltrate the spirits, rather than making big declarations with no result. When I do men's – I never end up doing that part that is more masculine or more serious, which I am really interested in, I really like it. But I can't develop it for women's. I end up adding heels and this and that, creating a strong feminine contrast. There really are many interactions.

You have been showing women's wear on your men's runway. Would you consider showing the collections together? Your husband suggested it years ago.

I am against it. To do two creative shows in one is a massacre. And it has to be a huge show, if you want to do it seriously. Last time, someone complained that there were too many women [in the men's show] and that it distracted from the men's wear – and this is somewhat true, because women are showier and swallow up the rest. Together it could be very beautiful but I would shoot myself [laughs]. The way we work, at the last minute, with things arriving the day before if not the same day... Many designers have things ready ahead of time.

What do you think of the see-now-buy-now trend? In February, you presented a few handbags, for example, that were readily available for purchase.

We've thought about it a lot, but journalists need to see [the collection], buyers need to buy it. So far, we don't see any sense to it. In six months everyone knows everything. Surely, the way we work, with fabrics made for us, it takes two months for the fabrics, two months for the production... it takes around four months from the presentation to the store, to do it well. You can do it anyway and take it out at the last moment, pretend it's just been done, but with a collection that you know by heart – what kind of enthusiasm can you have to show it on the runway? You freeze it? In the meantime, I have moved forward. It's a bit strange. And then, you buy only safe [merchandise]; it's less creative and less interesting. It's true that creativity is at risk. Or else you have to block out communication, but this is against the trend. Everyone should be silent for four months, from producers of

"What I am interested in is changing things without being too provocative or obviously political."

The notoriously shy designer takes her bow after the fall show.

year, which is clearly a priority in her life. But she is equally vocal about the condition of women, a topic she has often addressed through her collections, and about her interest in cinema.

Discipline is a pillar of **Prada's** talent. She isn't a designer tucked away in her ivory tower of creativity; She shares the chief executive officer's title at Prada Group with her husband, Patrizio Bertelli, with whom she has built

desirable, appealing and artistic collection." Bruce Pask, men's fashion director for Bergdorf Goodman, deemed **Prada's** "particularly terrific show," and Jo Harris, general merchandising manager of men's wear at Harrods, said, "It was one of the best shows we have seen from **Prada** in recent seasons."

Sitting down with WWD at her headquarters in Milan, **Prada's** passion for contemporary art is

Photograph by LODOVICO COLLI DI FELIZZANO



fabrics to buyers, journalists? I have yet to understand how this can work.

The Italian and French fashion associations have already expressed a negative view on this issue, while the Americans have a different take, but they are still evaluating different ideas.

Yes, it's one thing to say it, but then when you really think about it...

Earlier, you spoke about exaggeration on the runway – perhaps this is to get attention. Is this a mistake in fashion?

I believe the catwalk is 50 percent reality and 50 percent imaginary, entertainment. I don't know if this is right or not, but surely because communication is so wide-ranging, you need to exaggerate or nobody understands what you are doing. Nobody knows what is right and what is wrong at this moment. I can reason, say: "We must think about what women want to wear; we'll do a simpler, more normal show, with wearable clothes." But then we have the entire world, journalists coming here, and already, they get bored with that idea. If you know how to do it, a show is important; you have to tell them something. People are stimulated by so many things, cinema, television, social media – how can you make yourself heard? With this show, I realized I must give more, or I bring out my theoretical, intellectual part. I am 50-50. Actually, I am more human than intellectual and people don't know this because I have tried not to show that to them.

Why?

It's a form of reserve.

Maybe shyness?

No, maybe that, too, but I don't think so. Yes, I think that by hiding things, it's a form of self-defense.

Especially now, when we all know everything about everyone...

Yes... I am happy this way, but I understand that at work I must externalize my passionate streak. Maybe this is why the shows were well-received; they were more personal, I gave more of myself. I pushed my limits more in what I am and what I think.

This comes from your own needs: you silence what is around you – financial results, store performance – and you listen to yourself?

Always, I'm interested in the economic part because I'm interested in knowing what people think. I challenge myself because I want to verify if I'm in sync with people. My problem is to be sure I am in sync, even when ideologically I'm against fashion.

But if you are ahead of the curve, how can you realize if you are in sync with people?

That is my problem and my husband says we can't be too ahead. I always am, then people copy us. For example, with the Hawaiian shirts, we did them three years ago, and everyone ►

started doing them, so I decided to put them back on the runway [laughing].

When I let my intellectual or political side loose, I censor my work and it's a harm to myself. Then there are periods in which I'm more generous with myself and others. I express myself in a way that is more understandable and people like it. When I do something that is fundamental, pop, it always works, maybe because there is some irony.

But you did speak about the issue of migrants and war, and the show was a success. Did you feel more at ease?

I found a key that I liked; sometimes I find it, sometimes I don't. It started from men's, the adventure, the vagabond, the sailor as symbols of fatigue and pain, and the history of humanity, the suffering of women waiting. I found the way to tell it – the fantasy or what interests you doesn't always find an outlet in the story.

Do you have other ways to let your creativity loose?

I have the Fondazione now.

Yes, and it's brought such new energy to Milan. Do you know how much it's done for the city?

Yes, sometimes I realize it. Yesterday I was on the tower, these huge spaces, sometimes it's scary...

There is more pride in talking about fashion. In February, Prime Minister Matteo Renzi for the first time unveiled Milan Fashion Week, there are government investments in fashion. Do you see the changes now?

Yes, I think now surely fashion is seen in a more positive light, but not entirely. In fashion, there is always something that attracts and something that turns people away. Perhaps this is what has most interested me. I have always tried to understand [the reason], I've asked great intellectuals and artists. One person said that it's because "it's stuff for women." This is really tough [giggles]. I hope it's not that, but it may be, deep down there is a certain diffidence [toward fashion].

Also, fashion touches personal, intimate issues that people have a hard time recognizing, embracing or talking about publicly. Imagine a room filled with people – men, they talk about the pharmaceutical or tire industries, but not fashion. Fashion touches you, your body, your fears, your most intimate things; it's a very delicate subject. You can no longer say it's superficial. Fashion is very difficult, you need to catch an atmosphere – it's like recording an album. Perhaps that's the right comparison – you must capture a feeling, the imagination. It's never only a technical job. This creative, dark part annoys many people. The difficulty to recognize oneself in a sphere that touches your individual sensibilities, your physical and personal weaknesses in a relevant way.

Is there anything really



wrong in the fashion system, something that bothers you?

It annoys me when something that has no value is successful. I confess, I have never been jealous of those that are talented – on the contrary, I appreciate them and recognize them. But when someone or a brand that I don't respect is successful, that bothers me.

Maybe because they take shortcuts to attract customers?

Because I regret that people don't understand the differences, or the super-fidelity. I like a risk, I like intelligence. In fashion there are many good designers, some less, but when people talk in negative terms about fashion, what's wrong with it... I need to think about it. Perhaps at this moment it's that there is a little too much work, with pre-collections,

post-collections, specials, etc. Also, we must engage with the world of the internet. In addition, what is tiring is that you have the entire world to think of, the races, religions, the complications of the world make it more difficult to give a more complex, not superficial reading. You can't show the legs there, you think of the smaller bodies in China, the bigger ones in Germany, you can't show the nipples in America. This is what would be more fun, very interesting, if you had the time to analyze and rethink the collection for different worlds.

How do you realize if you are in sync?

When I talk about the Fondazione, I am very proud of my job. And people laugh when I say this, but fashion makes me keep my feet on the ground because it's through fashion that I realize

what people think and want, the manics. It keeps me anchored. If not, I would run with my imagination.

You have always kept fashion and design separate. I've read that you believe design has received a seal of approval, compared to fashion. But do you find a point where the two meet?

In me, they've always met very well. At the beginning, 23 or 24 years ago when we set up the Fondazione, our efforts were so strong to keep fashion and art separate. And the other day, I discovered that a very important journalist did not know that we have been doing this for 20 years. I always kept the two separate because I wanted the respect of the most important artists. But now that I know both worlds, I could let them communicate

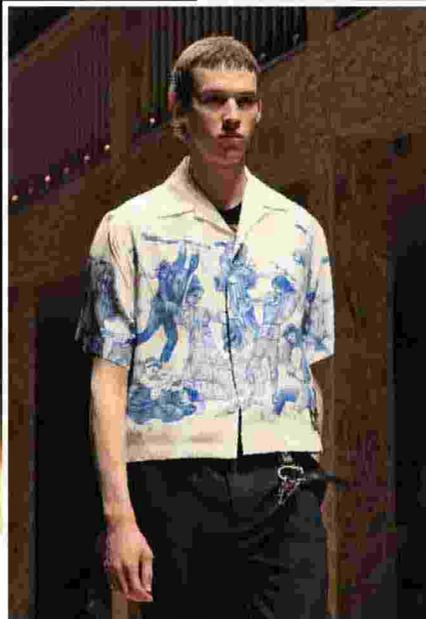
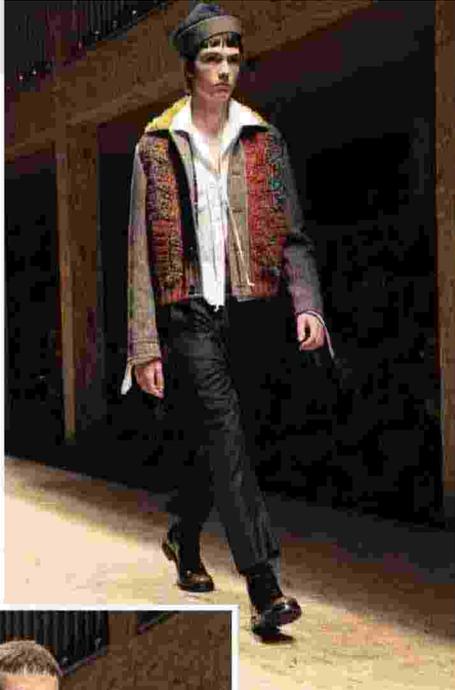
with one another because I know the weaknesses of both worlds. I have a knowledge of the world that can help me because I am not isolated. The world of fashion is fuller, more energetic, as is that of cinema; that's why I am doing cinema more, because it tackles the world in a more passionate way. Art and fashion have always lived together in me, but as part of my ambition, pride and need to discover a different world [I kept them separate]. But that was my problem – I discovered that mega-intellectuals love and appreciate fashion.

You felt you needed to excuse yourself?

"Excusatio non petita" ["accusatio manifesta", Latin for, "He who excuses himself, accuses himself"]. Yes, absolutely.

You have already said you don't want to work with artists

Photographs by LODOVICO COLLI DI FELIZZANO



not true. He says it, but actually he doesn't at all. Then there are the sneaky ones that copy from me and from others and nobody sees that. That irks me. Those designers that have spent their life copying a little bit here and a little bit there and pass as creatives, well, that bothers me. Whether they copy me or others, it's the same.

Do you think a wave of new designers can change things?

You can't expect fashion to revolutionize things; revolution happens in society. The miniskirt came [to be] because of the women's liberation. Now comes from the change in society and fashion reflects it. Fashion is attentive to changes; maybe now the real revolution is the closeness between men's and women's wear.

Is there a certain boredom in men's wear?

Yes. Before, men dressed up much more than women. I just saw this wonderful movie from Roberto Rossellini on Louis XIV, or the Sun King. He dressed himself to control politics, he forced people to come to court, spend huge sums; they were poorer that way and he controlled them. It was a strategy.

I remember your show on men's power dressing.

Yes, that interests me a lot.

Have things changed in that sense – the way men dress for power?

Maybe a little, but men are not free to dress and embellish themselves like in the past. Just look around – men wear normal clothes.

You were speaking of the Fondazione. What are the upcoming exhibitions?

My favorite project is now in Venice [at the Ca' Corner della Regina site]. We are closing the

Yes, I like it, I am interested but because I have an institution of visual arts, I am trying to understand what a museum can do with cinema, what kind of exchanges there can be. There are scenarios opening up that are very interesting. I want to bring the younger generations forward so that they experiment with what they want. There's a group of very clever people. Then in Milan there will be another chapter of antique art, with [Salvatore] Settis. We already have a program of two years. Surely my ambition is that important subjects be treated in a complex way, not have rooms with different artists, but all the ground floor covering one subject when possible, if there is an artist or a subject that can carry it. Now there is the exhibition of Thomas Demand, and Goshka [Macuga], both have independently studied history, where we will end up. I choose those who question the same things I do. The end of the human being, of the humanoid, where does science bring us? How much we should accept real or fake, science could dehumanize us... It's a very interesting moment, but it's not easy.

Do you like to read about art and design? What do you like to read?

I try to read as much as possible, for many years I studied art – full immersion, knowing the artists, too.

Could you please talk about the sets, which are always so relevant for your shows?

The sets stem from the relation with [the Office for Metropolitan Architecture]. We say we want to work on this subject, they have to start working ahead of time, and we've discovered that they go their own way and somehow our paths meet, our sensibilities meet. They present many ideas, we choose one or two, and as we go along, we complete them. The process lasts two or three months. The dialogue strengthens and supports the ideas, each conversation enriches you and makes things more complex.

What was the idea behind the fall sets?

A reconstruction of the square, a Spanish square from the 16th century, the Inquisition, and the idea of passing through, this tide of people, exchanging locations. I had this in mind and they independently had this in mind.

Is there a moment you prefer? Do you live in the present or the future?

No, I live very much in history, it's what really interests me now, the history of thought. When I was in school, I studied little, I had other things to do, theater... for years I have been filling the voids, with books from high school.

How do you get to everything?

I try not to waste time, I don't have many social distractions. I don't really like them, so I occupy my time doing things I like. ■

“You can't expect fashion to revolutionize things; revolution happens in society.”

on fashion.

Unfortunately I did say it. Now I have to [stick with it] [laughing].

Did you change your mind?

No, I would work with an artist only if the desire stemmed naturally. But for an artist to ennoble my job, no, I want to be good on my own.

How much of you is behind the Fondazione? How involved are you?

All of me is behind the Fondazione. Working with a great group of people, we have a fantastic program now.

Thomas Demand's "L'Image volée" ["The Stolen Image"] kicked off on March 18, and I was thinking of this when

you mentioned the subject of copies.

It was all born from the exhibition "When Attitudes Become Form" [at the Fondazione Prada in Venice in 2013]. The idea of copying is a subject that I am passionate about.

Does it bother you when you are copied?

It depends. If a copy is sly, it bothers me. Otherwise it doesn't create any problem.

Perhaps one of the faults you object to the most is slyness? You've mentioned it a few times.

Yes, I really think so... Marc Jacobs says he loves me and says that he copies me, but it's

Miuccia Prada's fall collection was one of her best in several seasons: an exceptional blend of tailored coats and uniformlike suits, all paraded on a set meant to evoke a theater on public square. She collaborated on prints with French artist Christophe Chérin, whose allegorical drawings – splashed on Fifties camp shirts for him, romantic smocks for her – question and remix history.

Fondazione and a group of young architects and filmmakers, completely independent, have invited contemporary philosophers, economists, urban planners and experimental scholars to come and produce knowledge. It will last all summer, it will be very intellectual. Their goal is to understand how many additional possibilities there are in the world of cinema. They address contemporary image production from a wide and diverse spectrum – from non-Western media production to lessons on neuroscience and military recordings.

You have also wanted a cinema at the Fondazione in Milan.

WWD weekly, 23.03.2016

MIUCCIA

Di Luisa Zargani

In un'intervista esclusiva, Miuccia Prada parla di abbigliamento maschile, moda, rivoluzione, storia e arte

Un'ora con Miuccia vola. Tutte le domande ricevono la dovuta risposta – spesso con una risatina contagiosa e una luce negli occhi – ma si ha l'impressione di aver appena grattato la superficie. Non si può fare a meno di pensare che l'influenza duratura della stilista sulla moda derivi dalla sua curiosità apparentemente infinita, dalla sete di conoscenza e dalla passione. Non vi sono regole, risposte o sentieri sicuri, reazioni preconfezionate. Durante la conversazione Prada si mette spesso in discussione, cosa che chiaramente non rispecchia una natura incerta ma piuttosto una personalità riflessiva e indagatrice. Certamente sa quello che vuole ma evita qualsiasi arroganza. La stilista si illumina quando parla di arte e della Fondazione Prada, inaugurata a Milano l'anno scorso, che è chiaramente una priorità nella sua vita. Ma è altrettanto loquace sulla condizione della donna, tema che ha spesso discusso attraverso le sue collezioni, e sul suo interesse per il cinema.

La disciplina è un pilastro del talento di Prada. Non è una stilista chiusa nella sua torre d'avorio di creatività; condivide la qualifica di amministratore delegato del Gruppo Prada con il marito Patrizio Bertelli con cui ha costruito una casa di moda che l'anno scorso ha registrato vendite per quasi 4 miliardi di dollari ed è quotata alla Borsa di Hong Kong. È consapevole della difficile economia e della volatilità dei mercati finanziari, che l'anno scorso ha avuto ripercussioni sul gruppo, e anche della base clienti in continua espansione in tutto il mondo e del potere dei social media e della comunicazione istantanea. Ma rimane fedele ai suoi impulsi, alle sue prospettive e alla sua incessante motivazione. Prada crea ogni anno un flusso costante di collezioni di abbigliamento uomo e donna – con tutti i relativi accessori – per il marchio portabandiera del gruppo e per Miu Miu. Rimane una dei pochi stilisti che hanno un impatto significativo sulla moda per i due sessi e le sue sfilate uomo a Milano rimangono tra le più attese della stagione. L'abbigliamento maschile riveste un ruolo sempre più importante nel gruppo, rappresentando ora il 30 per cento delle vendite.

La sua collezione per l'autunno è stata, secondo WWD, la migliore della stagione e la sua ispirazione si è evoluta in una spettacolare collezione donna presentata un mese dopo, a gennaio. La recensione di WWD diceva che l'interpretazione di Prada del tema navale, dei tailleur sartoriali, dei capispalla oversize e dei materiali preziosi ha contribuito a creare "una sfilata eccezionale, una delle sue migliori prove degli ultimi anni per l'abbigliamento maschile. Finalmente una moda che ti entusiasma e una collezione che non è soltanto diversificata ma provocatoria e accattivante con il suo forte richiamo emozionale."

Dopo la sfilata, Tiziana Cardini, responsabile moda dei grandi magazzini La Rinascente, ha commentato: "Miuccia Prada era molto ispirata. Ha spinto sull'acceleratore, aggiungendo una vera iniezione di moda, portando avanti un messaggio forte, innovativo, originale, persino complesso, osando affrontare grandi problemi, e tuttavia proponendo una collezione desiderabile, attraente e artistica".

Bruce Pask, direttore moda uomo di Bergdorf Goodman, ha considerato Prada una "sfilata davvero fantastica", e Jo Harris, responsabile acquisti abbigliamento maschile di Harrods ha dichiarato: "È stata una delle migliori sfilate Prada che abbiamo visto nelle ultime stagioni."

La passione per l'arte di Prada, seduta con WWD nella sua sede centrale, è rispecchiata dal suo ufficio in un imponente edificio in Via Bergamo, a Milano. Al posto della scrivania, nella stanza spoglia campeggia un tavolo De Padova, circondato da sedie di Charles e Ray Eames. "Concetto Spaziale" di Lucio Fontana, opera del 1967 con l'inconfondibile squarcio su una lastra di metallo laccato rosso, aggiunge un tocco di colore vivido. Dietro il tavolo c'è un scivolo in acciaio e tubo di policarbonato di Carsten Höller che finisce in cortile. Le altre opere d'arte di spicco nella stanza sono "5 Turen II" di Gerhard Richter, un olio su tela del 1957, e gli armadietti in betulla di Alvar Aalto del 1932. La stilista, che indossa uno chemisier bianco a maniche lunghe con cintura in vita e massicci mocassini con le nappine, parla della sua visione per l'abbigliamento maschile, della sua personalità, del suo interesse

per le Grandi domande e di cosa la irrita della moda.

La sua collezione di abbigliamento maschile per l'autunno è stata una delle più influenti di Milano, e rispecchia l'evoluzione del marchio nella categoria e la sua crescente rilevanza. È sembrato che lei non ascoltasse mai il richiamo del marketing o i vincoli commerciali. Leggo che ritiene di "sapere quando fa qualcosa di interessante." Si è resa conto che è stato così con la collezione per l'autunno? Si aspettava un tale successo?

Devo dire non più di tutte le altre volte. Sentivo il bisogno di esprimere questioni problematiche generali, perché a volte puoi e a volte no. Ma questa volta il senso dell'interrogarsi era forte. Adesso è tutto molto dinamico. In politica tutto sta cambiando, non sappiamo dove e non sappiamo come, nella società, sui nuovi mezzi di comunicazione, per cui per me era molto importante l'idea di chiederci chi siamo, da dove veniamo e dove andiamo. Da cui questo excursus. E poi la posizione delle donne, ci tengo moltissimo. Dopo tutto, purtroppo le donne non contano ancora molto agli occhi del mondo. Ci sono due tendenze: quelle che si sono arrese e vogliono solo sposarsi e farsi mantenere, ma fortunatamente c'è anche un nuovo femminismo evidente nella nuova generazione.

Ha dato più enfasi e dedicato più attenzione all'abbigliamento maschile? Abbiamo visto un denominatore comune tra le collezioni di abbigliamento uomo e donna.

Da sempre, quando creo abbigliamento maschile, ogni volta che mi ritrovo a cercare delle idee, le prendo dall'abbigliamento femminile. Mi chiedo: se fossi un uomo, che cosa mi metterei? Ho cercato di aprire nuove possibilità per l'uomo ma senza arrivare al punto di essere esagerato o importabile. Penso che sia più utile partire da qualcosa di possibile, che poi le persone accetteranno lentamente, che [presentare] look esagerati che potrebbero essere semplicemente respinti. È sempre stato il mio punto di vista, poi qualche volta faccio qualcosa in più, ricordo che una volta alcuni giornali si scandalizzarono per una gonna corta, ma in realtà era una cintura alta [ride]. Ma sempre con l'aspetto di qualcosa di classico. Quello che mi interessa è cambiare le cose senza essere troppo provocatoria o palesemente politica. La politica e la moda collegate troppo direttamente, non è una cosa che mi piace e neanche presentare manifesti sui vestiti, [come per esempio] "no alla guerra." È una cosa troppo seria. Forse sbaglio, ma mi piace essere politica in modo sottile. La moda deve fare la sua parte, ma infiltrarsi nello spirito, invece che fare grandi proclami senza risultati. Quando creo per l'uomo – non smetto mai di proporre quella parte che è più maschile o più seria, che mi interessa molto, mi piace molto. Ma non riesco a svilupparla per la donna. Finisco per aggiungere tacchi e questo e quello, creando un forte contrasto femminile. Vi sono veramente molte interazioni.

Ha presentato abbigliamento donna sulla passerella femminile. Prenderebbe in considerazione di far sfilare le due collezioni insieme? Suo marito lo ha suggerito anni fa.

Sono contraria. Fare due sfilate creative in una è un massacro. E dev'essere una sfilata enorme se vuoi farlo seriamente. L'ultima volta, qualcuno si è lamentato che c'erano troppe donne [nella sfilata uomo] e che distraevano dall'abbigliamento maschile ed in parte è vero, perché le donne sono più appariscenti e mettono in ombra il resto. Insieme potrebbe essere molto bello ma mi sparerei [ride]. Per come lavoriamo, tutto all'ultimo minuto, con le cose che arrivano il giorno prima se non il giorno stesso... Molti stilisti hanno tutto pronto in anticipo.

Che cosa pensa della tendenza a poter acquistare subito quello che si è appena visto? A febbraio, ha presentato qualche borsa, per esempio, che è stata prontamente messa in vendita.

Ci abbiamo pensato molto, ma c'è bisogno che i giornalisti vedano [la collezione], che i buyer la comprino. Per ora, non ci troviamo alcun senso. Nel giro di sei mesi tutti fanno tutto. Sicuramente, per come lavoriamo, con i tessuti fatti apposta per noi, ci vogliono due mesi per i tessuti, due mesi per la produzione... ci vogliono circa quattro mesi dalla presentazione al negozio, per fare le cose per bene. Si può sempre fare e tirarla fuori all'ultimo minuto, fare finta che sia appena stata fatta ma con una collezione che conosci a memoria che entusiasmo puoi avere nel presentarla in passerella? La congeli? Nel frattempo, io sono andata avanti. È un po' strano. E poi acquisti solo [prodotti] sicuri; è meno creativo e meno interessante. È vero che la creatività è a rischio. O altrimenti devi bloccare la comunicazione, ma questo va contro la tendenza. Tutti dovrebbero stare zitti per mesi, dai produttori di tessuti ai buyer, ai giornalisti? Devo ancora capire come possa funzionare.

Le associazioni italiana e francese hanno già espresso un parere negativo sull'argomento, mentre gli americani hanno un approccio diverso, ma stanno ancora valutando varie idee.

Sì, una cosa è dirlo ma poi quando ci pensi veramente...

Prima ha parlato dell'esagerazione in passerella – magari è per attirare l'attenzione. È un

errore della moda?

Credo che la passerella sia al 50 per cento realtà e al 50 per cento immaginazione, spettacolo. Non so se sia giusto o no, ma sicuramente, dato che la comunicazione è così ad ampio raggio, devi esagerare altrimenti nessuno capisce che cosa stai facendo. Nessuno sa che cosa sia giusto o sbagliato in questo momento. Posso ragionare, per esempio: "Dobbiamo pensare a cosa vogliono indossare le donne; faremo una sfilata più semplice, più normale con vestiti portabili." Ma poi c'è tutto il mondo che viene qui, i giornalisti e sono già annoiati dell'idea. Se sai come farla, la sfilata è importante; devi raccontare qualcosa. Le persone sono stimolate da moltissime cose, cinema, televisione, social media – come posso farmi sentire? Con questa sfilata. Mi sono resa conto che devo dare di più, o tirare fuori la mia parte teorica, intellettuale. Io sono metà e metà. In realtà, sono più umana che intellettuale e la gente non lo sa perché ho cercato di non farglielo sapere.

Perché?

È una forma di riserbo

Forse timidezza?

No, forse anche, ma non credo. Sì, penso che nascondere le cose sia una forma di autodifesa.

Specialmente adesso che sappiamo tutto di tutti

Sì, io sono contenta così ma capisco che sul lavoro devo esternare la mia vena passionale. Forse è per questo che le sfilate sono state accolte positivamente; erano più personali. Ci ho messo più di me stessa. Ho spinto di più i limiti di quello che sono e di quello che penso.

È una cosa che le viene dalle sue esigenze: mette a tacere ciò che la circonda – risultati finanziari, andamento dei negozi – e ascolta se stessa?

Sempre. Mi interessa la parte economica perché mi interessa sapere che cosa pensa la gente. Mi metto alla prova perché voglio verificare se sono in sintonia con la gente. Il mio problema è essere sicura di essere in sintonia, anche quando ideologicamente sono contro la moda.

Ma se è in anticipo sui tempi, come fa a capire se è in sintonia con la gente?

È il mio problema e mio marito dice che non possiamo essere troppo avanti. Io lo sono sempre, poi gli altri ci copiano. Per esempio, le camicie hawaiane, le abbiamo presentate tre anni fa e poi hanno iniziato a farle tutti, così ho deciso di riproporle in passerella [ride].

Quando lascio libero il mio lato intellettuale o politico, censuro il mio lavoro ed è un danno che mi faccio. Poi ci sono periodi in cui sono più generosa con me stessa e con gli altri, mi esprimo in un modo che è più comprensibile e che piace. Quando faccio qualcosa che è fondamentale, pop, funziona sempre, forse perché c'è un po' di ironia.

Ma ha parlato del problema dei migranti e della guerra e la sfilata è stata un successo. Si sentiva più a suo agio?

Ho trovato una chiave che mi piaceva, a volte la trovo, a volte no. È cominciato con l'uomo, l'avventura, il vagabondo, il marinaio come simboli di fatica e di dolore e la storia dell'umanità, la sofferenza delle donne che aspettano. Ho trovato il modo per raccontarlo – la fantasia o quello che ti interessa non sempre trova sbocco nella storia.

Ha altri modi per dare sfogo alla sua creatività?

Adesso ho la Fondazione.

Sì, e ha portato così tanta nuova energia a Milano. Si rende conto di quanto ha fatto per la città?

Sì, a volte me ne rendo conto. Ieri ero sulla torre, questi spazi enormi, a volte fa paura...

C'è più orgoglio nel parlare di moda. A febbraio, il primo ministro Matteo Renzi per la prima volta ha inaugurato la Fashion Week di Milano, ci sono investimenti statali nella moda. Vede dei cambiamenti in corso?

Sì, penso che adesso sicuramente la moda sia vista in una luce più positiva ma non del tutto. Nella moda, c'è sempre qualcosa che attira e qualcosa che respinge. Forse è quello che mi ha interessato di più. Ho sempre cercato di capire [il motivo], ho chiesto a grandi intellettuali e artisti. Uno mi ha detto che è perché è roba da donne." È davvero duro [ridacchia]. Spero che non sia così ma potrebbe essere, nel profondo c'è una certa diffidenza [verso la moda].

Inoltre, la moda tocca questioni personali intime che si fa fatica a riconoscere o a discutere pubblicamente – si immagina una stanza piena di gente – gli uomini parlano dell'industria farmaceutica o dei pneumatici ma non di moda. La moda riguarda te, il tuo corpo, le tue paure, le tue cose più intime; è un tema molto delicato. Non puoi più dire che è superficiale. La moda è molto difficile, devi cogliere un'atmosfera, è come registrare un album. Forse è questo il paragone giusto – devi cogliere una

sensazione, catturare l'immaginazione. Non è mai solo un lavoro tecnico. Questa parte oscura, creativa, infastidisce molti. La difficoltà di riconoscersi in una sfera che tocca la tua sensibilità personale, le tue debolezze fisiche e personali in modo rilevante.

C'è qualcosa di veramente sbagliato nel sistema moda, qualcosa che la infastidisce?

Mi secca quando qualcosa che non ha alcun valore riscuote successo. Lo confesso, non sono mai stata invidiosa di chi ha talento, anzi. Li apprezzo e li stimo. Ma quando qualcuno o un marchio che non rispetto ha successo, mi dà fastidio.

Forse perché prendono scorciatoie per attirare i clienti?

Perché mi spiace che le persone non capiscano le differenze, o la superficialità. Mi piace il rischio, mi piace l'intelligenza, nella moda vi sono molti bravi stilisti, qualcuno meno, ma quando si parla in termini negativi della moda, di che cosa c'è di sbagliato – ci devo pensare. Forse in questo momento è che c'è un po' troppo lavoro, con le precollezioni, le post-collezioni, gli speciali, ecc. Dobbiamo anche relazionarci con il mondo di internet. Inoltre la cosa faticosa è che bisogna pensare al mondo intero, le razze, le religioni, le complicazioni del mondo rendono più difficile dare una lettura più complessa, non superficiale. Là non si possono far vedere le gambe, in Cina bisogna pensare alla corporatura più minuta, in Germania a quella più robusta, in America non si possono far vedere i capezzoli. Sarebbe la cosa più divertente, molto interessante se avessi il tempo di analizzare e ripensare la collezione per mondi diversi.

Come capisce se è in sintonia?

Quando parlo della Fondazione, sono molto orgogliosa del mio lavoro. E la gente ride quando lo dico, ma la moda mi tiene con i piedi per terra perché è attraverso la moda che mi rendo conto di cosa pensa e vuole la gente, delle manie. Mi tiene ancorata. Se non andrei a briglia sciolta con la mia immaginazione

Ha sempre tenuto moda e design separati. Ho letto che ritiene che il design abbia ottenuto un sigillo di approvazione rispetto alla moda. Ma trova un punto in cui le due cose si incontrano?

In me, hanno sempre convissuto benissimo. All'inizio, 23 o 24 anni fa quando istituimmo la Fondazione, facevamo grandissimi sforzi per tenere separate moda e arte. E l'altro giorno, ho scoperto che un importantissimo giornalista non sapeva che ci occupiamo di questo da 20 anni. Ho sempre tenuto separate le due cose perché volevo il rispetto dell'artista più importante. Ma adesso che conosco i due mondi, ho potuto lasciare che comunicassero tra loro perché conosco le debolezze di entrambi. Ho una conoscenza del mondo che mi può aiutare perché non sono isolata. Il mondo della moda è più pieno, più energico, come quello del cinema, è per questo che mi occupo di più di cinema, perché affronta il mondo in modo più appassionato. In me arte e moda hanno sempre convissuto, ma nell'ambito dell'ambizione, dell'orgoglio e del bisogno di scoprire un mondo diverso [le ho tenute separate]. Ma era un mio problema – ho scoperto che i mega-intellettuali amano e apprezzano la moda.

Sentiva di aver bisogno di scusarsi?

"Excusatio non petita, accusatio manifesta", l'espressione latina che significa "Chi si scusa si accusa". Sì, assolutamente.

Ha già detto che non vuole lavorare con gli artisti a progetti di moda

Purtroppo l'ho detto. Adesso devo [attenermi a quello che ho detto] (ride).

Ha cambiato idea?

No, lavorerei con un artista solo se il desiderio nascesse spontaneo. Ma affinché un artista nobiliti il mio lavoro, no. Voglio essere brava da sola

Quanto di lei c'è dietro la Fondazione? Quanto è coinvolta?

C'è tutta me stessa dietro la Fondazione. Lavorando con un gruppo di persone straordinarie, adesso abbiamo un programma fantastico.

"L'immagine volee" (L'immagine rubata) di Thomas Demand ha preso il via il 18 marzo, e ci stavo pensando quando ha accennato all'argomento delle copie.

È nato tutto dalla mostra "When Attitudes Become Form" [alla Fondazione Prada a Venezia nel 2013]. L'idea della copia è un argomento che mi appassiona.

La disturba quando la copiano?

Dipende. Se è fatto con malizia mi dà fastidio. Altrimenti non mi crea problemi.

Forse uno dei difetti a cui più si oppone è la malizia? Qualche volta lo ha detto.

Sì. Penso proprio di sì, Marc Jacobs dice che mi adora e dice che mi copia ma non è vero. Lo dice ma in realtà non lo fa. Poi ci sono i furbi che copiano da me e da altri e nessuno lo vede. Questo mi irrita. Gli

stilisti che hanno passato la vita a copiare un po' di qui e un po' di là e passano per creativi, questo mi infastidisce. Che copino me o altri, è lo stesso.

Pensa che un'ondata di nuovi stilisti possa cambiare le cose?

Non ci si può aspettare che la moda rivoluzioni le cose: la rivoluzione accade nella società. La minigonna è frutto della liberazione della donna. La novità deriva dal cambiamento della società e la moda lo rispecchia. La moda è attenta ai cambiamenti; forse adesso la vera rivoluzione è la somiglianza tra abbigliamento maschile e femminile.

C'è una certa noia nell'abbigliamento maschile?

Sì. Prima gli uomini vestivano in modo molto più elegante delle donne. Ho appena visto il meraviglioso film di Roberto Rossellini su Luigi XIV, il Re Sole. Si vestiva per controllare la politica, costringeva le persone a venire a corte, a spendere somme enormi: così erano più povere e lui le controllava. Era una strategia.

Ricordo la sua sfilata sull'abbigliamento maschile come segno di potere.

Sì, mi interessa molto.

Le cose sono cambiate in quel senso - il modo in cui gli uomini vestono per il potere?

Forse un po' ma gli uomini non sono liberi di vestire o abbellirsi come in passato. Basta guardarsi intorno - gli uomini portano vestiti normali.

Parlava della Fondazione. Quali sono le prossime mostre?

Il mio progetto preferito al momento è a Venezia [a Ca' Corner della Regina]. Stiamo chiudendo la Fondazione e un gruppo di giovani architetti e cineasti, del tutto indipendenti, hanno invitato filosofi, economisti, urbanisti contemporanei e studiosi sperimentali a venire da noi e produrre conoscenza. Durerà tutta l'estate e sarà molto intellettuale. Il loro obiettivo è capire quante possibilità aggiuntive ci sono nel mondo del cinema. Trattano la produzione di immagini contemporanee in una prospettiva ampia e disparata - dalla media production non-occidentale a lezioni di neuroscienza e registrazioni militari.

Ha voluto un cinema anche alla Fondazione a Milano.

Sì, mi piace, mi interessa ma dato che ho un'istituzione di arti visive, cerco di capire che cosa può fare un museo con il cinema, che tipo di scambi ci possono essere. Si stanno aprendo scenari molto interessanti. Voglio dare spazio alle nuove generazioni in modo che possano sperimentare con quello che vogliono. C'è un gruppo di persone molto intelligenti. Poi a Milano ci sarà un altro capitolo di arte antica con Salvatore Settis. Abbiamo già un programma di due anni. Sicuramente la mia ambizione è che tematiche importanti vengano trattate in modo complesso, non avere delle sale con vari artisti ma se possibile avere tutto il piano terra dedicato a un artista, se c'è un artista o un argomento che può riempirlo. Adesso c'è la mostra di Thomas Demand, e Goshka [Macuga], hanno studiato entrambi indipendentemente la storia, dove finiremo. Ho scelto quelli che si interrogano sugli stessi temi che interessano me. La fine dell'essere umano, dell'umanoide, dove ci porta la scienza? Quanto dobbiamo accettare il vero o il falso, la scienza potrebbe disumanizzarci. È un momento molto interessante ma non è facile.

Le piace leggere di arte e design? Che cosa le piace leggere?

Cerco di leggere il più possibile, per molti anni ho studiato l'arte - full immersion, anche conoscere gli artisti.

Ci può gentilmente parlare delle scenografie, che sono sempre così rilevanti per le sue sfilate?

Le scenografie nascono dal rapporto con [Office for Metropolitan Architecture]. Noi diciamo che vogliamo lavorare su un certo tema, loro devono cominciare a lavorare prima e abbiamo scoperto che vanno per la loro strada e a volte i nostri sentieri si incrociano, le nostre sensibilità si incontrano. Presentano molte idee, noi ne scegliamo una o due, e andando avanti le completiamo. Il processo dura due o tre mesi. Il dialogo rafforza e sostiene le idee, ogni conversazione ti arricchisce e rende le cose più complesse.

Qual era l'idea alla base delle scenografie per l'autunno?

Una ricostruzione della piazza, una piazza spagnola del Cinquecento, l'inquisizione, e l'idea di passaggio, questa marea di persone, lo scambio di luoghi. Ce l'avevo in mente io e indipendentemente ce l'avevano in mente anche loro.

C'è un momento che preferisce? Vive nel presente o nel futuro?

No, vivo molto nella storia, è quello che mi interessa veramente in questo momento, la storia del pensiero. Quando ero a scuola, studiavo poco, avevo altre cose da fare, teatro.. Da anni cerco di colmare

i buchi, con i libri delle superiori.

Come riesce a fare tutto?

Cerco di non sprecare tempo. Non ho molte distrazioni sociali, non mi piacciono più di tanto, così occupo il tempo facendo quello che mi piace.

[trafiletto]

La collezione per l'autunno di Miuccia Prada è una delle migliori che abbia realizzato nelle ultime stagioni: un eccellente mix di cappotti sartoriali e completi simili a uniformi, tutti presentati in una scenografia destinata a evocare un teatro o una pubblica piazza. La stilista ha collaborato alle stampe con l'artista Christophe Chemin, i cui disegni allegorici, applicati su teatrali camicie anni Cinquanta per lui e romantici grembiuli per lei, mettono in discussione e rimpastano la storia

[in risalto]

“Quello che mi interessa è cambiare le cose senza essere troppo provocatoria o palesemente politica”
“Non ci si può aspettare che la moda rivoluzioni le cose: la rivoluzione accade nella società.”

[didascalia]

La stilista, notoriamente timida, esce a salutare dopo la sfilata per l'autunno.