

Miuccia Prada

‘A master of combination’, ‘an impressionist’, ‘a true-to-herself experimentalist’, ‘always new, different, strange, special and beautiful’ – from Carsten Höller to Rem Koolhaas and Guido Palau to David O Russell, the pioneers who cross paths with **Miuccia Prada** enter a world of expansive extremes and innovative contrasts – and come away changed

Words **Susannah Frankel**

It is early November and silver mist has descended over Milan but the Fondazione Prada – a spirit-lifting, almost metaphysical place – is all the more romantic and beautiful for it. Juxtaposing a sense of Modernism, the raw power of the unfinished and industrial shades of grey with the opulence of its 24-carat-gold leaf covered “haunted house” and the wilfully bizarre Wes Anderson designed Italianate café, Bar Luce, the foundation is as visually arresting and unlike anything else of its kind as the collection of art it contains, the exhibitions staged within its walls and, of course, the fashion that bears the Prada name.

Co-chaired since 1993 by Miuccia Prada and her husband and Prada CEO Patrizio Bertelli, the foundation found a permanent home in Milan, created by Rem Koolhaas and OMA, which opened to the public in 2015. A smaller but still appropriately grand exhibition space is located in a 17th century palazzo in Venice. The Milan base was originally a distillery dating back to the early 20th century and combines seven existing buildings and three new structures. They could so easily jar but are, conversely, aesthetically pleasing and harmonious to the point where one could be forgiven for never wanting to leave: a meeting of the timeless and the innovative, again this is quintessential Prada.

Today the main gallery is occupied by the largest retrospective to date of William N Copley, spanning his output from 1948 to 1995, as well as pieces once owned by him by greats including Max Ernst, René Magritte and Man Ray. Alongside that is Edward Kienholz’s Five Car Stud – a profoundly disturbing installation from Prada’s private collection – and other only marginally less unsettling pieces realised by the artist and his wife Nancy Reddin Kienholz between 1959 and 1994, the year he died. Finally there’s a site-specific series courtesy of Tobias Putrih that is as light-hearted as its companion shows are political and provocative.

“When it comes to ideas and solutions about art display, Miuccia is definitely one of the most experimental people I have ever met,” says Germano Celant, director of the Fondazione Prada. “She never settles for the latest exhibition trend but always aims to achieve more extreme results. Her interest and passion for everything visual leads her to radical solutions.”

The Copley show is bright, bold and infused with wit and optimism. It’s mischievous, for sure. There’s a series of monolithic flags that poke fun at the national pride of each of the countries they represent: the British flag has a large black umbrella painted across its centre, the stars and stripes of the American flag are broken up by a scantily clad pin-up seen from behind. Copley, who was adopted by his media mogul father Ira Copley in 1921, believed his birth mother was a prostitute and uproariously bawdy nudes referring to that profession and displaying equal amounts of bare-faced cheek (literally) and affection appear throughout.

Kienholz’s work is darker. It looks unflinchingly at issues of racism, child abuse and religion though is still strangely – even confusingly – lovely in places. Putrih, meanwhile, a less established name, invites visitors to interact with and manipulate his artistic environments, to move bricks around from place to place, to shift transparent screens and create a bespoke labyrinth, and to put their hands into rubber holes in the wall and feel the shapes contained therein without seeing them: imagine a kind of I’m a Celebrity Get Me Out Of Here Bushtucker Trial of the art world, though with no bush tucker involved, mercifully. Whatever, it is as democratic as it is ultimately joyful.

The three artists couldn’t be more disparate. What links them, however, is their personal relevance to the woman who is choosing to showcase their work. Miuccia Prada has an extraordinary team of creatives around her everywhere from in her design studio to the young and inspired curators here, but it is her own sensibilities and interest in humanity – taking in the emancipation of women, issues of politics and class and the difficulties of a seemingly ever more hostile world – that are reflected in any content. An ability to shift effortlessly between the apparently light and the extremely serious is central to her handwriting.

Sitting in her offices a ten-minute drive from the foundation, Prada contemplates the reactions to the Copley and Kienholz shows. “What’s strange is that we thought so many of the subjects Kienholz touched upon were likely to cause offence,” she says. “But people were more scandalised by naked women and pornography. You know, porn is everywhere but officially sex doesn’t exist.” She’s smiling.

More broadly: “People like the place [the foundation], instinctively and naturally. There is a lightness. Art, culture, intelligence and ideas should make life more interesting, more beautiful, more fun, they should be a pleasure, not a duty, they should be something that makes you more happy. I was educated through literature, theatre and cinema. Art came very late. I realised, though, that in the end if you know about theatre, literature and movies, the thematics are the same. And so I studied. Me and my husband, we really studied. A friend said, why don’t you do a place, a foundation. We began meeting artists, it was a big education and it lasted 20 years.”

She is dressed in a fine-gauge V-neck cashmere sweater over a plain white T-shirt and a pleated, knee-length skirt. On first impression the look couldn’t be more classically grounded and understated. Upon closer inspection, however, the skirt is sprouting palest pink ostrich feathers down one side. Equally idiosyncratic, on Prada’s feet are fluffy turquoise blue slippers finished with oversized pearls that she would doubtless be the first to describe as kitsch – or maybe trashy which is a word she has used often. Not even

remotely trashy meanwhile is a pair of vintage earrings – other than the plastic bananas she wore to present the Turner Prize in 2010, Miuccia Prada's jewellery is always vintage – with oversized teardrop stones in a very similar though less one-dimensional shade. These amply demonstrate the relationship between the humble and the haute that the designer continues to explore. The precious pieces light up her animated and elegant features as she talks.

It has become almost clichéd to describe what Prada wears but her personal sense of style – fairly or unfairly – has always been part of, or even central to, any analysis of her character and sometimes from the most unlikely sources. Here's Max Sirena, former skipper of Luna Rossa, the Prada sponsored yacht, who since November last year has been with the Board of Emirates Team New Zealand but who worked with Prada and Bertelli for over two decades. "The world of Prada is something you don't easily find in other environments: business, art or life," he says. "I feel privileged to have been part of that. I still remember when I first stepped into the Prada offices, the slide and the perfection of every detail. It sounds strange but even now, after more than 20 years, everyone says Mrs Prada dresses similarly all the time, which is somehow true, but in reality she is always dressed in a different way. That game also attracts your attention."

Any mention of the famous slide is inevitably also part of the discussion, not least because its owner has been known to push unsuspecting visitors down it, not tolerating any last-minute nerves. It was, of course, designed by Carsten Höller.

"Prada is about tradition and innovation going hand-in-hand without really covering the middle ground," this artist says. "Miuccia is a curious, thoughtful, true-to-herself experimentalist. The possibilities she offers through Fondazione Prada are hugely exciting. Who else would say: 'Yes, let's do it' when you propose a bar, restaurant and nightclub which is half Congolese and half Western as I did? We opened The Double Club in London one year later."

Even by her own elevated standards – and Prada's standards, her wish to push fashion forward while expressing rather more universal concepts are second to none – last year was one of grand thinking and equally grand designs. In February she showed a womenswear collection she described as an exploration of "the history of women". An at once monumental and tender study of matriarchy, Prada's "vagabonds", as she described them, were as much a comment on migration as they were the many roles the so-called fairer sex are called upon to play.

"Women have more facets. We are so much more complex. We are lovers, mothers, workers. We have to be beautiful," Prada said at the time. She had begun her hugely emotive – and just huge – exploration of the past a month earlier for her menswear show (the

two often relate to one another). That time also she collaborated with the artist Christophe Chemin whose prints worked hard for her. For womenswear they were based on the French Republican calendar, designed to negate religious and royalist connotations, and based on weather patterns, all feminine, neatly enough. *Germinal*, *Floreal*, *Messidor*, *Thermidor*, *Fructidor*. The words appeared writ large across heavy satins and along with ripened fruit and what looked like an archetypal Madonna from an Old Master painting. The richest gold brocades cut into exaggerated volumes were juxtaposed with white denim (high and low again), laced corsetry with dry military wools (feminine and masculine) and shoes were made for walking (heavy army boots). As for the soundtrack, it ran the gamut of PJ Harvey, Björk, Nico and Edith Piaf. "I find Edith Piaf so beautiful – heartbreaking," Prada said.

"What's very interesting when I work with her is that there are always a lot of questions, it's never clear with music," says Frédéric Sanchez, who has collaborated with Prada on sound design since the 1990s. "But that's incredible. It's always the idea of not being too obvious but being universal at the same time."

"Almost everything starts with a discussion about the ideas that are compelling to her," is how graphic designer Michael Rock puts it. Rock first worked with Prada in 1999 on a retail/digital concept with OMA, but perhaps most intensely on Pradasphere, a brilliant 2014 exhibition of the Prada archive and accompanying catalogue of which he was co-curator and author. "We try to overlay that with issues that are important to us. The collision between those two directions often result in surprising contradictions and juxtapositions. Miuccia is a master of combination, of bringing two divergent things – ideas, genres, patterns, colours, textures, prints, images – together in completely unexpected ways. Juxtaposition is at the heart of collaboration too, which is why she is such a great collaborator. She brings people together and directs the creative frisson. In the end the process is highly negotiated, like a long, intense conversation using physical things to make points."

Six months later and, as is so often the case, Miuccia Prada's current collection represents a radical about turn. Backstage following the Prada womenswear Spring/Summer 2017 show in Milan in September, she said this to journalists who hang on her every word (the scrum around the designer is unprecedented): "I was trying to find a new sort of elegance. Elegance sounds like such an old fashioned word, but there's also the sense of something meaningful, deep, cultivated." In favour of history, Prada was now reflecting on the present, she argued: a film projected on to screens above a raised pewter runway directed by a new Prada collaborator, the filmmaker David O Russell was entitled *Past Forward*. "At the moment we need fashion that is intimate, real, more sensitive somehow," Prada

continued. "We were thinking of love, of fear. But I tried to make it in a way that is contemporary, to make it relevant for today."

"To me Prada means timelessness, classic but always new, different, strange, special and beautiful," David O Russell says. "Miuccia Prada's simultaneous fierceness and humility is very special. She is someone who is comfortable with the uncomfortable which is where life and creativity often live, on that edge of beauty, time and the unknown. She is sincere, honest and no-nonsense. She somehow reminds me of my Italian peasant ancestry plus sophisticated royalty, both at the same time, which I realise is a contradiction but that's who she is - no bullshit."

"I have a passion for cinema," Prada says now of this particular partnership. "It's a form of art but it's a form of art that people find very touching. We cry at movies. So I wanted to work with David O Russell. He respects me and I respect him. He was interested in the possibility of doing something completely free of duty. He didn't have to sell the movie. It was a moment of freedom of expression."

"People are more and more preoccupied by history," she continues. "You see it in every field. We need consideration of our past because of what we have to face so it's a very natural thing. This past 20 years, since the Nineties, I think, or even the Eighties, in every field people have become obsessed with the past. Obsessed? Probably curious is a better way of putting it, wanting to learn. I never really studied history because I find it hard to retain names and dates though I tried many times. I am more interested in the concept though and so the concept stays. So, as a concept, this past year was for me about people in general, the fatigue, the effort, the difficulties of their lives, what they have to go through. Or what we carry on our shoulders as women and how difficult, more difficult than for men I think, our life is. I have to say that I personally am lucky. I work in a civilised company. I was young during the feminist revolution so I never really had a problem. But that doesn't mean that problems don't exist. I was in a very privileged position... Anyway, I could have gone on forever. But I decided to stop. Basta."

For her new main line collection, then, Prada decided: "Let's think about now. It's a mix of considering what really makes sense to a woman in terms of fashion at the moment, what's right and nice to wear: the modest side, not the big drama. More introverted, more simple. When I work on fashion, I like the pleasure of just doing fashion, thinking about my job. So, as a woman, how do you want to dress next? That always draws me. The pleasure of clothes."

It is typical of the extreme contrasts - and even contradictions - that lie at the heart of everything that Prada touches and indeed often also colour what she says that the "now", in this instance, translates to no

small extent to references to her own fashion history. Similarly, very little of the collection or indeed the way it was shown was in the end entirely simple - at least not in the sense in which that word is generally understood.

Take, for example, the first look out. A black cropped polyester vest and knee-length split skirt, it clearly harked back to Prada in the mid-Nineties when the buzzword was minimal, though Prada herself never thought of it quite in that way. Then came the hybrid diner/Art Deco prints that have made an appearance on more than one occasion and the references to military dress in patch-pocketed jackets in the strange colour combinations that the designer loves to play with and which shouldn't work but always somehow do. And there were bra tops worn over buttoned-up masculine shirts and the briefest shorts imaginable: all have also appeared on this runway in past seasons too.

"Yes, panties, I love," Miuccia Prada confirms, and in this she is definitive. "Because they're childlike. They can also look very paysanne. And of course they're about sex also. I don't say sex is not important. It's very important. But it's not the only thing. I have this discussion: why people like fashion. Even some very clever women say it's because they want to seduce, but I don't think we always dress because we want to seduce. When I want to seduce somebody, I know that I'm dressing to seduce that person. That's for sure. But often it's the last thing I'm thinking about. I'm dressing because I have to dress - in uniform." The idea of uniform - from school to naval and army - is something Prada has long been preoccupied with. She pauses for thought. "I talked about that in an interview recently," she says. "I don't want to repeat myself."

As for simplicity, it is true that there is a sense of both the clean and the contemporary throughout this collection but that is just what it is, an idea. The reality is that skirts, jackets and cardigans are fastened deliberately askew, checked cotton shirts have rib-knit cuffs in brown (Prada loves brown having always upheld its virtues as "the least commercial of all the colours"), belts in pop bright shades are worn over coats and sweaters and the aforementioned ostrich feathers sprout everywhere from necklines to the split edges of skirts and sandals: sturdy, flat, rubbery, flowery, feathery sandals. The marriage of function and frivolity in the latter in particular neatly nail the prevailing mood.

Prada is especially pleased with the feathers it seems. "Feathers on a pleated skirt, it's so stupid," she says deadpan. "When I do something very strange but it looks super normal then I'm so happy," she continues. "For sure I like opposites in general and to make opposites work is probably the basis of my taste. I use it all the time. So it's red and it's also black. I'm always searching. And once I get something I'm already in the next moment. I never enjoy anything for long. Possibly that's anxiety, or maybe curiosity."

“Feathers on a pleated skirt, it’s so stupid. When I do something very strange but it looks super normal then I’m so happy. For sure I like opposites in general and to make opposites work is probably the basis of my taste. I use it all the time. So it’s red and also black. I’m always searching. And once I get something I’m already in the next moment. I never enjoy anything for long. Possibly that’s anxiety, or maybe curiosity. And that gets worse and worse”

And that gets worse and worse. I remember when I was younger, at least for a winter, say, I dressed in a certain way and that was that. Now I dress in a way that experiments with the next idea. With the feathers, though, I'm really enjoying it. And I have been for 15 days." All hail Miuccia Prada's restless spirit: it makes her the ultimate 21st century designer after all, widely perceived as the most influential of her profession.

It almost goes without saying that this designer, like all others, relies on a team. The people who work with Miuccia Prada tend to stay, and she continues to push them to places they might otherwise not think of going. Of all of those who enjoy that position, Fabio Zambonardi, design director at Prada since 2002, is the person she communicates creatively with most intensely. "We really do have the same sensibility," she says of that relationship. "We work very well together, very closely."

"She always says she likes to work with me because I'm hard on her," Zambonardi laughs, talking from his office in Milan only hours before he flies off to LA to oversee the current Prada advertising campaign. "But I'm not hard. I'm honest. I'm like, come on Miuccia, we can't mess around with this, it's a bad idea. And she does the same. She's never afraid of saying to people, especially to me, this is really horrible. Or this is fantastic. It's because we trust each other."

Zambonardi arrived at the company at the end of the Eighties, only a year after Prada ready-to-wear was launched, having worked as a trainee in cooking and hospitality and, more surprising still, as an assistant in a dental laboratory. "Yes, I bumped into fashion in a very random way," he confirms. Later he spent two years assisting a consultant on shoes and bags, one of whose clients just happened to be Prada. "Quite soon after that, Mr Bertelli and Mrs Prada asked me to work with them." He started with shoes, which were as, if not more, important than any bags or clothes during that period. By the time he was in full flow in the mid-Nineties shoes were projected on screens above the runway so the fashion audience could see them larger-than-life size. "That's actually my biggest love," he says. "I still do it."

"At the start, there was Versace, there was Armani, and everything was much more loud than what Miuccia was doing," Zambonardi continues. "No one paid much attention. The attention started to happen when the shows became a little more out there with ideas and concepts that seemed more shocking, shocking in the use of wrong materials, the use of nylon no longer just for bags, the exploration of ugliness versus beauty. Everything that mattered then was to be beautiful: your foot needed to look elegant, you wanted to be sexy. That wasn't of interest to Miuccia and therefore it wasn't of interest to me. I wasn't interested in giving her nice shoes."

It is the oft-quoted stuff of fashion folklore that

Miuccia Prada is the designer who made "ugly" chic: the term *belle laide* could, at that point in her career, have been invented for her.

In fact, the first time we spoke at any length in 2003 was for a feature in *Dazed & Confused* magazine about Prada's archive of shoes. "It's very easy to know what I like and also easy to do just that," is what she said then. "But I tend to kind of have good taste. When I do ugly things it's completely intentional. In the end, if you always do only what you like, it becomes boring, you don't grow, you don't learn anything new."

More than ten years on and, of course, that particular aesthetic has developed to become rather more nuanced and, to use Prada's own word "appealing". There's still nothing even remotely approaching the banal about her viewpoint however. Instead, she works harder than perhaps any other designer to make fashion interesting and intelligent over and above simply beautiful, or certainly flattering. Clothes that flatter in the conventional sense are of absolutely no interest to her.

"A weakness of architecture and maybe also in fashion today is that they are only about beautiful things," says Rem Koolhaas, the Dutch architect responsible for the design of Prada Epicentre stores, the show sets for both Prada women's and men's shows and for the Fondazione in Milan. "What I think is crucial in terms of understanding Prada is that there is always a dialectic between beauty and non-beauty, which gives it a depth. We try to reflect on that in our work for them. Working with Mrs Prada, she can be very determined, but she can also be very open to others. There is an ambition to do things in a different way. She has the courage to go against the obvious, against the expected, even against the commercial. All of that gives her an aura of independence."

And it's an aura of independence that her clothes bestow on to those who wear them. "Prada to me means a brand that intellectuals, creatives, visionaries and *bon vivants* feel comfortable clothed in," says art consultant Shala Monroe. "What is special about Mrs Prada is that she is a woman with a very clear vision without much compromise and the language with which to communicate that vision masterfully. Once she believes in an idea she is behind it 200 per cent. I will never forget the first time I wore her bottle cap skirt because it transformed me into a different woman for the evening, brought out my playful and confident side. It's the only way to handle a skirt like that in public. You can't be shy and wear it. I remember seeing it a couple of years later at a store in Hong Kong. It's the kind of clothing that's more of an art piece, it remains on sale at some places years after it is produced at market price."

For his part, Zambonardi now oversees fashion, and all related product and image for Prada. And each season begins with a conversation between just

himself and Miuccia Prada which, in true Milanese style, is carried out over lunch. "Yes, we have lunch together, we talk," Zambenardi says. "It's very much conversational at the beginning. Miuccia is not a designer who sits down and sketches. She never does that. She's very visionary, very fast. Words are faster than sketches. Miuccia might be inspired by an emotion, a woman, something human, something very personal. So we start with a concept, which is the most important thing, and then try and make sense of it. We have a great team and they do that for us with a first prototype. Then you evolve that prototype, look into details and fabrics of course. When you get to the technicalities, you see the materials, then you can get obsessed with a stitch, but before that it's all about the impression and that makes it more modern somehow. And that's why we look at things designed here and they don't always seem precise: it's like that, but it's not like that, that dress should look like that but not really be that. It's all about an impression. Miuccia is an impressionist."

It is a highly intuitive way of working. "It's fun but she is also very demanding, not only of other people, but also of herself. She's always doubting and it's a lot about instinct. That's why when we work we are all open, at ease, we talk. There's always that sense of being on the edge of making sure that what you do makes sense. There's a little bit of stress too, of course, because you have her as your point of reference and everybody wants to make sure that what they have to say is relevant to Prada."

Above all, "Prada is an institution, it's institutional because it's a huge brand," Zambenardi says. "But it is also total anarchy, it has an anarchic approach to elegance and to fashion. Miuccia to me is an anarchist but she's conservative. The beauty of it is that you have to have that background to be free, to be anarchic, to be wrong. It makes everything believable."

Miuccia Prada was born and grew up in Milan in the apartment she lives in to this day, although it has now been extended. Her father was a wealthy man in his own right, described by his daughter as eccentric, her mother, Luisa, ran the family luxury goods business, supplier of leather goods and glass, established in 1913 by her grandfather Mario. She has one brother and one sister. "I really have no memories," she says. "It was just boring. Good. Actually normal. Everything was fine. But there was no excitement. My parents were never severe but they didn't take care of me having fun. They were serious. I had to study."

The Prada family was well off but not ostentatiously so, and Catholic. In 2004, for an interview in the Independent newspaper, she described to me the way her mother used to like her to dress. "Super traditional. Blue pleated skirts. Blue, red, beige." Her mother wore more obviously fashionable clothes and haute

couture as, on occasion did her daughter. "But nothing frivolous," Prada said. The young Miuccia's shoes were brown and flat. "I remember being mad about having a pair of pink shoes. I grew up envying pink shoes." It is surely no coincidence that the Prada shoe archive boasts more than its fair share of shoes in those colours, often both in a single pair.

For Prada - who was called Miu Miu by those close to her after which she later named Prada's sister line - the good times started when she was about 15. "Then I started really having fun," she says. "I was out, out, out. I remember turning my skirt into a mini-skirt on the stairs before going to school and taking it down again before coming back."

Still Prada's taste was highly influenced by Luisa and her sister, she continues. "I had a great education from both of them," she says. "I see maybe we are at home, we have maybe a tablecloth, kind of embroidered. It's too difficult to explain but I recognise it all the time. They had very specific taste, that I inherited, which is why sometimes I push more but I'm pushing classic. Classic is a word that I use all the time. I'm not sure, but for me it probably means something that deeply makes sense."

Also deeply embedded in memory is the creation of fragrance. "I think that Mrs Prada always has an intelligent relationship with references to the past," says Daniela Andrier, perfumer for Givaudan, who has been creating fragrance with Miuccia Prada since 2003. "Her power to give birth to something never seen before with the poetic wisdom of *déjà vu* is what she has brought into my life."

If Prada is, in her own words, very "democratic", nothing is left to chance, and everything ultimately starts and finishes with her. The casting of both her womenswear and menswear shows is almost as hotly anticipated as the clothes. In particular the first model out for women's shows is scrutinised, setting the bar for other designers and fashion editorials internationally for seasons to come. "Prada is one of my most challenging jobs but it's equally among the most rewarding," says casting director Ashley Brokaw.

"What's so special about Mrs Prada is her ability to identify what is new, what looks different and exciting. I always marvel at how intuitive she is when it comes to casting and what she sees as 'beautiful'. She recognises how quickly things change and fashion's appetite for newness, and is brilliant at changing the context of how we see certain models. There have been so many memorable moments. Probably the most memorable was the first men's show I worked on all with actors [Autumn/Winter 2012]. I will never forget the reaction of the audience. They were cheering throughout the whole show and by the time Gary Oldman walked on to close it people were screaming."

Guido Palau began styling the hair for Prada shows in the mid-Nineties and, following a break, of around

five years, has done so again for the past 15. "The simplicity [of the Prada Spring/Summer 2017 show] feels new again," he says. "Prada with the bobby pin in the hair. I'm sure she used to wear that when she was a young girl which, in its way, would have felt rebellious at that time." He too finds working with Prada both challenging and inspiring.

"Because we've worked together in quite a tight way for so long – myself and Pat [McGrath, responsible for make-up] – there's an understanding. We understand the way she likes to do things. She very much tells you the story of the collection, the set that's been created which is always very important to her, and shows you some pieces of clothing. She'll describe a woman. There's always humour, romance, beauty and subversion. Then, myself and Pat have a discussion and come up with an idea. We bring maybe three, four or five girls into the design studio and present them to her. She looks and then reacts and then the way we both like to work is to think and curate in front of her. If we have the base right, whatever that is, we start to create."

Prada graduated from La Statale in Milan with a doctorate in political science in 1970. "I barely put a foot in that university," she says now. "I only went to school to take my exams. I studied maybe 10 to 15 days before the exam, the minimum effort needed to pass it. I had to take a degree for my parents so I chose the easiest possible one. I always passed. I don't even know how. The only good thing I did was my thesis. That was really good. It was about the school, the Communist Party and the Unione Donne Italiane which I was part of. I studied for that with interest."

That Prada was enrolled in the Communist Party is not so surprising given the political upheavals of the Seventies. Fashion mythology decrees that she went to rallies dressed from head-to-toe in Yves Saint Laurent, and she has referenced his designs perhaps more than those of any other designer. "Back then, I really loved it," she remembers. "I used to wear Saint Laurent all the time. I always liked the bourgeoisie. I was intrigued by the bourgeoisie. But mainly that was the culture of the Sixties and Seventies, Antonioni, Godard, Buñuel. Now it's a subject that's not so relevant anymore. We have such vast things in front of us. You have to choose your own path because there is so much to think about."

If academia was never likely to be her chosen world, she was passionate about theatre. She studied mime at the highly respected Piccolo Teatro under director Giorgio Strehler. "It was strange, an exciting, strange place and they taught me a lot. Mainly I think I learnt an incredible discipline. That's why, I think, I can be strong. If I have to work late, if I have to go on and on, I say, okay, you have to do it, you have to go more deep. I think I can do that because I learnt to there."

Prada entered the family business in the mid-Seventies. "It was my choice to give up theatre," she

says, "because I started doing this, working in fashion, for my mother. Theatre, politics and fashion were my three interests. But in the end, I met my husband and there was no decision to make. We just went for it. We started working together."

They met in 1978 and married nine years later. They have two sons, now in their twenties. It was with Bertelli that the Prada nylon backpack was conceived in 1984, then, five years later, they decided between them to move into ready-to-wear. "Back then, if I hadn't met him, I probably wouldn't have done this job," says Prada. "I would have done something else. I realised how interesting it was. You can travel the world, you can build things, you can learn things."

It is often the case in fashion that the creative head of a brand works in tandem with a more business-minded partner. It is only very rare that the two are wife and husband. "We work separately and not," Prada says of her professional relationship with Bertelli. "We always argue about stupid things. We can discuss the most stupid things for hours. He can do what he wants. I can do what I want. But on all the serious subjects in life, in morality, in behaviour, we always agree. That's why we're still together, in life and also in work. The main direction, we share."

"Miuccia is an extraordinarily creative woman but with her feet firmly on the ground," her husband of almost 30 years says by return. "Her work is specific and detailed with precise cultural references, not purely revolving around aesthetics. We share the same objectives, although we sometimes have a different vision of how to achieve them. But the starting point – a close analysis of society, its trends and how culture is evolving – and the final target are the same."

While aesthetics may not tell the whole story they are clearly important to Bertelli and, even more so, to Prada. "I think aesthetics are really a very important part of my life. And so beauty, objects, places, I like them instinctively," she says. "Out of everything, that is one of the most important things about me. So you care about going to the sea and searching for a good beach or maybe you want possibly at home to have a nice carpet, a nice table that you feel comfortable sitting at, or a big garden, or a small garden, a little flower. It's the same with clothes, they're part of the aesthetic of your life."

When asked whether or not she considers herself an autobiographical designer she wonders: "My personal history? Maybe not. Maybe," thereby throwing the hapless journalist off course entirely. "But for sure my ideas. Because it's me talking and of course I talk about what I care about. I think what counts in life are the same for all of us: fear, love, death, sickness, joy, childhood, friendship, probably hate, that is upsetting, I don't feel it so much. These are the things that have moved humanity forever, these are the things that really count."

ANOTHER MAGAZINE

Miuccia Prada

‘Maestra nel combinare le cose’, ‘un’impressionista’, ‘una sperimentalista fedele a se stessa’, ‘sempre nuova, diversa, strana, speciale e bellissima’: da Carsten Höller a Rem Koolhaas e da Guido Palau a David O Russell, i pionieri che hanno incrociato il loro cammino con quello di Miuccia Prada entrano in un mondo di vasti estremi e di contrasti innovativi. E ne escono sempre cambiati.

Articolo di Susannah Frankel

Siamo agli inizi di novembre e la foschia argentata, discesa sulla città di Milano, rende la Fondazione Prada – un luogo quasi metafisico capace di sollevare lo spirito – ancora più romantica e affascinante. La Fondazione – che sovrappone una nota modernista al potere grezzo delle tonalità di grigio incompilate e industriali, all’opulenza della sua “casa dei fantasmi” rivestita in foglia d’oro 24 carati e al Bar Luce, il volutamente bizzarro café italiano progettato dal regista Wes Anderson – è un luogo che colpisce lo sguardo a livello visivo, uno spazio con non conosce paragoni, unico nel suo genere, come la collezione d’arte che si cela al suo interno, come le mostre allestite tra le sue mura e come, ovviamente, la moda che porta il nome di Prada. Creata nel 1993 da Miuccia Prada e dal marito Patrizio Bertelli, amministratore delegato di Prada, la Fondazione – progettata da Rem Koolhaas e dallo studio OMA – ha trovato la sua sede permanente a Milano, aprendo al pubblico nel 2015. Uno spazio espositivo, più piccolo ma comunque adeguatamente sontuoso, si trova in un palazzo del diciassettesimo secolo a Venezia. La base di Milano un tempo era una distilleria risalente ai primi del Ventesimo secolo e combina sette edifici preesistenti e tre nuove strutture. Queste costruzioni potrebbero facilmente entrare in contrasto tra loro, tuttavia, al contrario, risultano piacevoli e armoniose a livello estetico al punto che verrebbe da perdonare chi non volesse mai lasciare questo luogo: un incontro di eterno e innovativo, ancora una volta la quintessenza di Prada. Oggi la galleria principale è occupata dalla retrospettiva più ampia mai presentata finora dell’opera di William N Copley, che spazia dal 1948 al 1995, oltre a opere possedute dall’artista di grandi maestri tra cui Max Ernst, Rene’ Magritte e Man Ray. Accanto a questa mostra, troviamo Five Car Stud di Edward Kienholz – un’installazione profondamente inquietante proveniente dalla collezione privata di Prada – e altri lavori, solo marginalmente meno sconvolgenti, realizzati dall’artista e dalla moglie Nancy Reddin Kienholz tra il 1959 e il 1994, anno della sua scomparsa. Infine, c’è una serie site-specific per gentile concessione di Tobias Putrih che è tanto leggera quanto politiche e provocatorie risultano le altre. “Quando si tratta d’idee e di soluzioni su come disporre le opere d’arte, Miuccia è certamente una delle persone più sperimentali che abbia mai conosciuto,” dice Germano Celant, responsabile artistico della Fondazione Prada. “Miuccia non si accontenta mai dell’ultima tendenza in fatto di mostre ma mira sempre a ottenere risultati più estremi. Il suo interesse e la sua passione per ogni arte visiva la conducono a soluzioni radicali.” La mostra di Copley è luminosa, audace e infusa di arguzia e ottimismo, ma anche perfida. C’è una serie di bandiere monolitiche che prendono in giro l’orgoglio nazionale di ognuno dei paesi che rappresentano: la bandiera inglese presenta un grande ombrello nero dipinto nel centro, le stelle e strisce della bandiera americana sono interrotte da una pin-up vestita in maniera succinta vista di spalle. Copley, che fu adottato nel 1921 da Ira Copley, magnate dei media, credeva che la madre biologica fosse una prostituta e in tutta la sua opera appaiono figure di nudo estremamente sconce che alludono a quella professione e che mostrano in egual misura sfacciataggine e affetto. Il lavoro di Kienholz è più fosco: analizza senza battere ciglio le questioni del razzismo, dell’abuso di minori e della religione, anche se a tratti risulta stranamente delizioso. Nel frattempo Putrih, un nome meno consolidato, invita i visitatori a interagire e manipolare i suoi ambienti artistici, a smuovere i mattoni da un posto all’altro, a spostare schermi trasparenti e a creare labirinti su misura, nonché a mettere le mani nei buchi di gomma del muro e sentire le forme al suo interno senza vederle. Provate a pensare a una sorta di *I’m a Celebrity Get Me Out Of Here* *Bushtucker Trial* del mondo dell’arte, grazie al cielo senza prove che coinvolgono insetti del bush australiano. Comunque, in ultima analisi, tutto risulta tanto democratico quanto gioioso. I tre artisti non potrebbero essere più diversi tra loro. Ciò che li

collega, comunque, è la loro rilevanza personale agli occhi della donna che sceglie di mostrarne le opere. Miuccia Prada ha al suo fianco un team straordinario di creativi, ovunque si trovi: dai collaboratori dell'atelier ai giovani e ispirati curatori della Fondazione, ma sono la sua sensibilità e il suo interesse nei confronti dell'umanità – affrontando questioni legate all'emancipazione femminile, alla politica, alla classe e ai problemi di un mondo all'apparenza sempre più ostile – a essere riflessi in ogni contenuto. La sua calligrafia mostra un'abilità innata nel muoversi naturalmente tra ciò che appare leggero e ciò che invece sembra molto serio. Seduta nei suoi uffici che distano dalla Fondazione una decina di minuti in macchina, Miuccia riflette sulle reazioni del pubblico alle mostre di Copley e Kienholz. “Ciò che è bizzarro è che pensavamo che molte delle questioni toccate da Kienholz potessero risultare offensive,” dice la stilista. “Ma la gente è rimasta più scandalizzata dalle donne nude e dalla pornografia. Insomma, il porno è ovunque ma ufficialmente il sesso non esiste.” Miuccia dice con un sorriso. Più in generale: “Alla gente piace lo spazio [la Fondazione] in maniera istintiva e naturale. In esso si avverte un senso di leggerezza. L'arte, la cultura, l'intelligenza e le idee dovrebbero rendere la vita più interessante, più bella, più divertente, quindi dovrebbero essere un piacere, non un dovere e dovrebbero renderci più felici. Sono stata educata attraverso la letteratura, il teatro e il cinema. L'arte l'ho scoperta molto dopo. Comunque, mi sono resa conto che alla fine se conosci il teatro, la letteratura, il cinema, le tematiche sono le stesse. E così mi sono messa a studiare. Io e mio marito abbiamo davvero studiato a fondo l'arte. Un amico ci ha detto: ‘Perché non create uno spazio, una fondazione?’ Allora abbiamo iniziato a incontrare gli artisti. E' stato un lungo percorso educativo che è durato venti anni.” Miuccia indossa un golf a V in fine trama di cachemire sopra una semplice t-shirt bianca, abbinato a una gonna a pieghe lunga al ginocchio. A una prima occhiata, il look non potrebbe essere più classico e sobrio. Tuttavia, osservandolo più da vicino, da un lato della gonna spuntano piume di struzzo nel rosa più pallido. In maniera altrettanto peculiare, Miuccia indossa morbide ciabatte color turchese rifinite di perle oversize che lei senza dubbio sarebbe la prima a definire kitsch, o forse volgari, parola che ha usato spesso. Nel frattempo, ben lontana dall'essere volgare è la coppia di orecchini vintage al posto di quelli con le banane di plastica de lei indossati nel 2010 per presentare il Turner Prize. I gioielli di Miuccia Prada sono sempre vintage: con pietre oversize a goccia in una tonalità molto simile ma meno monodimensionale. Questi dimostrano in maniera esaustiva il rapporto tra l'umile e l'elevato che la stilista continua a esplorare. Mentre parla, i preziosi orecchini accendono i suoi animati ed eleganti lineamenti. Ormai è diventato quasi un cliché descrivere ciò che indossa Miuccia ma il suo senso personale dello stile – giusto o meno che sia – ha sempre fatto parte, quando non era il tema centrale, di qualsiasi analisi del suo carattere, talvolta esaminato anche dalle fonti più improbabili. Ecco Max Sirena, ex skipper di Luna Rossa, lo yacht sponsorizzato da Prada, che da novembre dell'anno scorso fa parte del Board of Emirates Team New Zealand ma che ha lavorato con Miuccia e Bertelli per oltre vent'anni. “Il mondo di Miuccia è qualcosa che non si trova facilmente in altri ambienti, che siano business, arte o vita,” afferma Sirena. “Mi sento privilegiato ad aver fatto parte del suo mondo. Ricordo ancora la prima volta che misi piede negli uffici di Prada, ricordo lo scivolo e la perfezione di ogni dettaglio. Suonerà strano ma anche oggi, dopo oltre venti anni, tutti dicono che la signora Prada si veste sempre allo stesso modo, che in un certo senso è vero, ma in realtà Miuccia è sempre vestita in maniera diversa. Anche quel gioco catalizza l'attenzione.” Ogni menzione del famoso scivolo fa inevitabilmente parte della discussione, non fosse altro perché la proprietaria è famosa per averci spinto inconsapevoli visitatori, perché detesta il nervosismo dell'ultimo minuto. Ovviamente lo scivolo è stato disegnato da Carsten Höller. “Miuccia è legata all'innovazione e alla tradizione che vanno a braccetto, preferendo sorvolare su ciò che sta nel mezzo,” dice l'artista. “Miuccia è una sperimentalista curiosa, attenta e fedele a se stessa. Le possibilità che mette a disposizione del pubblico attraverso la Fondazione Prada sono assolutamente eccitanti. Chi altri risponderebbe subito sì quando le si propone un bar, un ristorante e una discoteca per metà congolese e per l'altra occidentale come ho fatto io? Un anno dopo a Londra abbiamo aperto The Double Club.” Persino per i suoi standard elevati – e gli standard di Miuccia, il suo desiderio di sospingere in avanti la moda esprimendo al tempo stesso concetti più universali, non conoscono rivali – l'anno passato è stato dedicato a solenni pensieri e ad altrettanto solenni creazioni. A febbraio la stilista ha presentato una collezione da lei descritta come un'esplorazione della “storia delle donne”. Le “vagabonde” di Prada, come le ha descritte la stilista, al tempo stesso uno studio monumentale ma tenero del matriarcato, costituivano sia un commento sugli attuali flussi di migranti sia sui molteplici

ruoli che il cosiddetto sesso debole è chiamato a interpretare. “Le donne sono più sfaccettate. Noi siamo ben più complesse. Siamo compagne, madri, lavoratrici. Dobbiamo essere belle,” disse allora Miuccia. La stilista aveva dato inizio alla sua esplorazione del passato, profondamente emotiva e assolutamente ampia, un mese prima con la sua sfilata per il menswear (le due collezioni sono spesso collegate tra loro). Anche quella volta Miuccia ha collaborato con l’artista Christophe Chemin le cui stampe hanno funzionato bene nella sua collezione. Per il womenswear le stampe si sono basate sul calendario della Repubblica Francese, disegnato per rinnegare connotazioni religiose o monarchiche, e si sono ispirate ai motivi meteorologici, tutto molto femminile e in giusta armonia. *Germinal, Floreal, Messidor, Thermidor, Fructidor*: queste parole sono comparse a grandi scritte su capi in spesso raso e insieme a un frutto maturo e a quella che sembrava un’archetipica Madonna ripresa da un dipinto di un vecchio maestro. I broccati dorati più preziosi, tagliati in volumi esagerati, sono stati sovrapposti a denim bianco (ancora una volta la combinazione tra alto e basso), con corsetteria di pizzo e asciutte lane militari (femminile e maschile) e le scarpe sono state pensate per camminare (pesanti stivali militari). Per quanto riguarda la colonna sonora, la musica ha spaziato da PJ Harvey e Bjork a Nico ed Edith Piaf. “Per me Edith Piaf è bellissima e straziante,” ha detto Miuccia.

“La cosa molto interessante di quando collaboro con lei è che ci sono sempre molte domande e non c’è mai assoluta chiarezza sulla musica,” dice Frédéric Sanchez, che collabora al sound design di Prada sin dagli anni Novanta. “Ma è incredibile. Tutto ruota sempre intorno all’idea di non essere troppo prevedibili ma risultando al tempo stesso universali.” “Quasi tutto parte da una discussione sulle idee che Miuccia ritiene siano affascinanti,” come sostiene il graphic designer Michael Rock. Rock collaborò la prima volta con Prada nel 1999 a un concept retail/digitale con OMA, ma forse in maniera più intensa su Pradasphere, un’ingegnosa mostra del 2014 dell’archivio di Prada e sul catalogo allegato di cui Rock è stato co-curatore e autore. “Abbiamo cercato d’inserire le questioni per noi importanti. La collisione tra queste due direzioni spesso produce sorprendenti contraddizioni e giustapposizioni. Miuccia è una maestra nel combinare e mettere insieme due cose contrastanti tra loro – idee, generi, motivi, colori, trame, stampe, immagini – in guise assolutamente inaspettate. Anche il tema della sovrapposizione si trova al cuore della collaborazione ed è questo che fa di lei un’ottima collaboratrice. Miuccia è capace di riunire le persone e dirigere il fremito creativo. Alla fine il processo è profondamente negoziato, come in una lunga, intensa conversazione che usa cose fisiche per giungere a delle osservazioni.”

Sei mesi dopo, come spesso succede con questa stilista, l’attuale collezione di Miuccia Prada rappresenta un radicale cambiamento di rotta. Nel backstage, dopo la sfilata del womenswear Prada per la primavera/estate 2017, tenutasi a Milano lo scorso settembre, Miuccia ha detto ai giornalisti che pendono letteralmente dalle sue labbra (la calca intorno alla stilista è inaudita): “Ho cercato di trovare un nuovo genere d’eleganza. Eleganza sembra una parola così vecchio stile, ma trasmette anche la sensazione di qualcosa di significativo, profondo, istruito.” La stilista ha detto che questa volta, al posto della storia, si era messa a riflettere sul presente: un film proiettato sugli schermi sopra una passerella sopraelevata, girato da un nuovo collaboratore di Prada, il regista David O Russell, era intitolato Past Forward. “Al momento abbiamo bisogno di una moda intima, in qualche modo più sensibile,” ha proseguito Miuccia. “Abbiamo pensato all’amore, alla paura. Ma ho cercato di farlo in un modo che fosse contemporaneo e rilevante ai giorni nostri.” “Per me Prada significa qualcosa di eterno, classico, ma comunque sempre nuovo, diverso, strano, speciale e bellissimo,” dice David O Russell. “La tenacia e al tempo stesso l’umiltà di Miuccia Prada sono molto speciali. E’ una donna che si trova a suo agio nel disagio che è dove spesso risiedono vita e creatività, su quell’estremità di bellezza, tempo e ignoto. Miuccia è sincera, onesta e pratica. In qualche modo mi ricorda i miei antenati, che erano contadini italiani, ma al tempo stesso con un’aggiunta di ricercata nobiltà, cosa che so essere una contraddizione in termini ma Miuccia è così: al bando le stronzate.”

“Nutro una passione per il cinema,” dice oggi Miuccia di questa particolare partnership. “Il cinema è una forma d’arte, del genere che la gente trova molto commovente. Noi piangiamo al cinema. Per questo ho voluto lavorare con David O Russell. Lui mi rispetta ed io rispetto lui. Era interessato alla possibilità di fare qualcosa assolutamente scevro da obblighi. Non doveva vendere il film. E’ stato un momento di libertà d’espressione. Le persone si preoccupano sempre più della storia,” continua Miuccia. “Lo si vede in ogni campo. Dobbiamo tenere in considerazione il nostro passato

per quello che ci troviamo ad affrontare, pertanto è una cosa molto naturale. In questi ultimi venti anni, credo dagli anni Novanta o persino dagli anni Ottanta, la gente in ogni campo ha sviluppato un'ossessione per il passato. Ossessione? Forse curiosità sarebbe un modo migliore per descrivere questo desiderio d'imparare. Non ho mai studiato davvero la storia perché per me è difficile ricordare nomi e date anche se ci ho provato molte volte. Comunque sono più interessata al concetto, quindi il concetto rimane. Pertanto l'anno scorso la mia idea nel complesso si è focalizzata sulle persone, sulla fatica, sugli sforzi, sulle difficoltà delle loro esistenze, su ciò che la gente deve affrontare. O su ciò che noi donne portiamo sulle nostre spalle e su quanto la nostra vita sia difficile, credo per noi più che per gli uomini. Devo dire che personalmente mi ritengo fortunata. Lavoro in un'azienda evoluta. Ero giovane durante la rivoluzione femminista, dunque non ho mai avuto problemi. Ma questo non vuol dire che le difficoltà non esistono. Io mi trovavo in una situazione di grande privilegio... Comunque, avrei potuto andare avanti per sempre a condurre quell'esistenza. Ma ho deciso di darci un taglio. Basta." Dunque, per la sua nuova linea principale, Miuccia ha deciso di concentrarsi sul presente: "Un equilibrio tra ciò che davvero ha senso in termini di moda per una donna oggi, ciò che è giusto e bello da indossare: l'aspetto modesto, non la grande teatralità. Più introverso, più semplice. Quando lavoro alla moda, mi piace concentrarmi esclusivamente sulla moda, pensando al mio lavoro. Quindi, da donna, sono sempre stata attratta dal piacere che donano i vestiti, da come noi donne vogliamo vestirci, dal fascino degli abiti." Questo è tipico dei contrasti estremi – e persino delle contraddizioni – che sono alla base di ogni cosa che Miuccia tocca e che, a dire il vero, spesso influenzano il suo pensiero; in questo caso, Miuccia afferma che "il presente" si traduce ampiamente in allusioni alla sua storia di moda. In maniera simile, la collezione, o meglio il modo in cui è stata presentata, alla fine non è risultata poi così semplice, almeno non nell'accezione comune del termine.

Ad esempio, considerate il primo look che ha sfilato: una canottiera nera dal taglio corto in poliestere abbinata a una gonna con spacco al ginocchio, che chiaramente rimandava allo stile Prada di metà anni Novanta, quando il diktat stilistico dell'epoca era tutto incentrato sul minimalismo, anche se Miuccia stessa non l'ha mai considerato in quella maniera. Poi è stata la volta delle stampe in una sorta d'ibrido tra Diner/Art Deco che sono comparse in più di un'occasione e le allusioni all'uniforme militare in giacche con le toppe in peculiari combinazioni cromatiche, con le quali la stilista ama giocare e che non dovrebbero funzionare, anche se, in qualche modo, ci riescono sempre. Ecco, quindi, i top reggiseno indossati sopra a camicie abbottonate di gusto maschile e gli shorts in assoluto più succinti che possiate immaginare: tutti questi capi erano già comparsi sulla passerella Prada nelle stagioni passate. "Sì, adoro le mutande," conferma Miuccia Prada con fare deciso. "Perché sono innocenti ma possono anche risultare molto *paysanne*. E ovviamente alludono anche al sesso. Non dico che il sesso non sia importante, perché lo è eccome. Ma non è l'unica cosa. Mi capita di dibattere sul perché la gente ami la moda. Anche alcune donne molto intelligenti sostengono di amare la moda perché desiderano sedurre, ma non credo che ci vestiamo sempre allo scopo di sedurre. Quando voglio sedurre qualcuno, so che mi sto vestendo per conquistare quella persona. Su questo non ci piove. Ma spesso è l'ultima cosa che mi passa per la mente. Mi vesto perché "devo indossare una divisa." L'idea della divisa – da quella scolastica passando per quella militare – da tempo è diventata una fissazione di Miuccia. La stilista fa una pausa per meditare: "Ne ho parlato di recente durante un'intervista," dice. "Non mi voglio ripetere." Per quanto riguarda la semplicità, è vero che si avverte sia la precisione sia la contemporaneità in tutta questa collezione ma è proprio quello che è: un'idea. La realtà è che le gonne, le giacche e i cardigan sono allacciati in maniera deliberatamente storta; le camicie di cotone con motivo a scacchi presentano polsini marroni in maglia a coste (Miuccia ama il marrone, avendone sempre decantato le lodi in qualità di colore "meno commerciale in assoluto"); le cinture, declinate in colori vivaci, sono indossate sopra a cappotti e maglioni e le piume di struzzo, menzionate prima, spuntano ovunque: dalle scollature agli orli delle gonne e sui sandali, declinati in modelli robusti, bassi, di gomma, fioriti e piumati. Il connubio di funzionalità e frivolezza, in particolare in queste calzature, ha colto in maniera precisa il mood prevalente. Miuccia sembra particolarmente compiaciuta dalle piume. "Le piume su una gonna a pieghe sono un dettaglio così sciocco," dice in tono serio. "Quando faccio qualcosa di molto strano, riuscendo però a farlo risultare assolutamente normale, allora ne sono molto contenta. Di certo, in generale, amo gli opposti e far funzionare gli opposti costituisce probabilmente la base del mio gusto. Si tratta di un concetto stilistico che uso sempre. Quindi è

rosso e anche nero. Non smetto mai d'indagare. E una volta che ottengo qualcosa, sono già alla ricerca di qualcos'altro. Non mi contento mai di gustare qualcosa a lungo. Forse si tratta di ansia o magari di curiosità di vita. E poi tutto si fa sempre peggiorare. Ricordo che quand'ero giovane, almeno per un inverno, mi sono vestita in una determinata maniera e la cosa era finita lì. Oggi mi vesto in un modo che sperimenta con la prossima idea. Ad esempio, con le piume me la spasso molto. E la cosa va avanti da due settimane." Tutti lodano lo spirito irrequieto di Miuccia Prada perché dopotutto è questo spirito che la rende la stilista per antonomasia del ventunesimo secolo, considerata dalla maggior parte delle persone come la più influente nella sua professione. Ovviamente, ça va sans dire, questa stilista, come tutti gli altri, può contare su un team. Le persone che lavorano con Miuccia Prada di solito stringono con lei un sodalizio duraturo e lei continua a spingerli verso luoghi che altrimenti mai avrebbero pensato di esplorare. Tra tutti coloro che godono di questa posizione, Fabio Zambernardi, design director di Prada sin dal 2002, è la persona con la quale Miuccia comunica con maggior intensità a livello creativo. "Ci contraddistingue una sensibilità molto simile," dice riferendosi al suo rapporto con Zambernardi. "Lavoriamo bene insieme e a stretto contatto." "Miuccia ripete sempre quanto ami lavorare con me perché non le faccio sconti," dice ridendo Zambernardi, parlando dal suo ufficio di Milano solo qualche ora prima di partire alla volta di Los Angeles per supervisionare l'attuale campagna pubblicitaria di Prada. "Ma io non sono duro. Sono sincero. Le dico, dai Miuccia non possiamo perder tempo con questa cosa, è una pessima idea. E lei fa la stessa cosa con me. Miuccia non ha mai paura di dire alla gente, soprattutto a me, che una determinata cosa è orribile. O magari che è fantastica. E' perché ci fidiamo l'uno dell'altra." Zambernardi è arrivato da Prada sul finire degli anni Ottanta, solo un anno dopo il lancio del pret-a-porter del brand, dopo aver lavorato come apprendista nel campo della ristorazione e dell'accoglienza e, in maniera ancor più sorprendente, come assistente in un laboratorio dentistico. "Sì, sono capitato in maniera molto casuale nel campo della moda," conferma Zambernardi. In seguito ha trascorso due anni assistendo un consulente nel campo delle borse e delle scarpe, che per caso tra i suoi clienti annoverava Prada. "Nel giro di poco tempo, il signor Bertelli e la signora Prada mi hanno chiesto di lavorare con loro." Zambernardi ha iniziato con le scarpe, che erano tanto importanti, se non persino di più, di qualsiasi borsa o abito durante quel periodo. Quando la sua carriera è decollata a metà degli anni Novanta, le immagini delle scarpe venivano proiettate su schermi posizionati sopra la passerella così che il pubblico della moda potesse vederle ingrandite. "In realtà, le scarpe sono la mia grande passione," dice Zambernardi. "Una passione che va avanti ancora oggi." "All'inizio, c'erano Versace, Armani e tutto era molto più vistoso rispetto a quello che stava facendo Miuccia," prosegue Zambernardi. "Nessuno le prestava molta attenzione. Le cose sono cambiate quando le sfilate si sono fatte un po' più estreme a livello concettuale e le idee hanno iniziato a essere più scioccanti, come ad esempio nell'impiegare materiali sbagliati, usando il nylon non più solo per le borse, esplorando il brutto contrapposto al bello. Tutto ciò che contava allora doveva essere bello: i piedi dovevano essere eleganti, tutte le donne volevano essere sexy. Questo non interessava a Miuccia e quindi nemmeno a me. Non m'importava fornirle un bel paio di scarpe."

Come viene spesso ripetuto, nel folklore della moda Miuccia Prada è considerata la stilista che ha reso "chic" il brutto: il termine *belle laide*, una donna brutta ma attraente, a quel punto della sua carriera avrebbero potuto essere stato coniato per lei. A dire il vero, la prima volta che abbiamo parlato a lungo fu nel 2003 per un servizio della rivista Dazed & Confused sull'archivio delle scarpe di Prada. "E' molto facile sapere cosa mi piace e anche facile fare solo quello," è quello che mi disse allora. "Ma tendo ad avere buon gusto. Quando faccio cose brutte, lo faccio in maniera del tutto intenzionale. Alla fine, se fai sempre ciò che ti piace, la cosa diventa noiosa perché non cresci e non impari nulla di nuovo." Ovviamente dieci anni dopo, quella particolare estetica si è fatta più sfumata e, per usare le parole stesse di Miuccia, "attraente". Comunque, non c'è nulla di lontanamente banale nel suo punto di vista. Al contrario, Miuccia lavora forse ancora più sodo di qualsiasi altro stilista per rendere la moda interessante e intelligente, perché vada oltre e non rimanga confinata al semplice concetto di bello o di qualcosa assolutamente in grado di donare alla figura. Gli abiti che donano nel senso convenzionale del termine non le interessano in alcun modo. "Un punto debole nell'architettura e forse anche nella moda di oggi è che tutto è incentrato sulle cose belle," afferma Rem Koolhaas, l'architetto olandese responsabile del design dei negozi Epicentre di Prada, degli allestimenti delle sfilate del womenswear e anche del menswear e della Fondazione di Milano. "Ciò che ritengo sia fondamentale per comprendere Miuccia è che c'è

sempre una dialettica tra il bello e il non bello, cosa che infonde profondità. Cerchiamo di riflettere su questo nel lavoro che facciamo per il brand. Quando lavori con lei, la signora Prada può essere molto determinata, ma è anche estremamente aperta ai suggerimenti degli altri. L'ambizione è fare le cose in maniera diversa. Miuccia ha il coraggio di andare contro ciò che è ovvio e prevedibile, persino contro il commerciale. Tutto questo le infonde un'aura d'indipendenza." Ed è un'aura d'indipendenza che i suoi abiti conferiscono a chi li indossa. "Prada per me è un brand che produce abiti nei quali gli intellettuali, i creativi, i visionari e i bon vivants si sentono a proprio agio," dice la consulente artistica Shala Monroque. "Ciò che rende speciale la signora Prada è che è una donna con una visione molto chiara, senza tanti compromessi, e con un linguaggio capace di comunicare in maniera magistrale quella visione. Una volta che crede in un'idea, Miuccia la segue al 200%. Non dimenticherò mai la prima volta che ho indossato la sua gonna fatta con i tappi delle bottiglie perché mi ha trasformato in una donna diversa per la serata, tirando fuori il mio lato giocoso e sicuro di sé. E' l'unico modo di portare in pubblico una gonna simile. Non puoi indossarla con fare timido. Ricordo di averla vista un paio d'anni dopo in un negozio di Hong Kong. E' quel genere di indumento che ricorda più un'opera d'arte e che rimane in vendita in alcuni posti anche anni dopo essere stato prodotto a prezzo di mercato."

Da parte sua, oggi Zambenardi supervisiona la moda e tutti i prodotti e le immagini legate a Prada. E ogni stagione prende il via da una conversazione esclusivamente a due, tra lui e Miuccia Prada che, in pieno stile milanese, si svolge a pranzo. "Sì, pranziamo insieme e conversiamo," dice Zambenardi. "Parte sempre come una chiacchierata colloquiale. Miuccia non è una stilista che si siede e si mette a fare schizzi di modelli. Non lo fa mai. Miuccia è molto visionaria, molto rapida. Le parole sono più veloci degli schizzi. Miuccia magari è mossa da un'emozione, da una donna, da qualcosa di umano, di molto personale. Allora partiamo da un concetto, che è la cosa più importante, e poi proviamo a venirci a capo. Abbiamo un ottimo team di collaboratori, che pensano a dare un senso all'idea proponendo un primo prototipo. Quindi sviluppiamo quel prototipo, esaminiamo i dettagli e ovviamente ricerchiamo i tessuti. Quando arriviamo ai dettagli tecnici, osserviamo i materiali, poi magari ci fissiamo su una cucitura, ma prima di questo, tutto ruota intorno all'impressione, che, in qualche modo, rende tutto più moderno. Per questo motivo, guardiamo le cose qui disegnate e non sempre sembrano così precise: è così ma non è proprio così, quell'abito dovrebbe sembrare in questo modo ma non essere propriamente così. Tutto è incentrato su un'impressione. Miuccia è un'impressionista." E' un metodo estremamente intuitivo di lavorare. "E' divertente anche se Miuccia sa essere molto esigente non solo nei confronti degli altri ma anche di se stessa. Miuccia si mette costantemente in dubbio e molto del suo modo di lavorare ha a che vedere con l'istinto. Per questo motivo, quando lavoriamo, siamo tutti aperti, a nostro agio e parliamo. C'è sempre quella sensazione pressante di assicurarsi che ciò che facciamo abbia un senso. Ovviamente c'è anche un po' di stress perché lei è il tuo punto di riferimento e tutti vogliono essere sicuri che quello che hanno da dire sia importante ai suoi occhi." Sopra ogni altra cosa "Prada è un'istituzione ed è istituzionale perché si tratta di un brand importante," dice Zambenardi. "Ma è anche assoluta anarchia perché possiede un approccio anarchico all'eleganza e alla moda. Miuccia per me è un'anarchica ma è anche legata alle tradizioni. La bellezza di questo è che bisogna avere quel background per essere liberi, anarchici e in errore. Perché rende tutto credibile."

Miuccia Prada è nata e cresciuta a Milano nell'appartamento dove vive ancora oggi, anche se negli anni è stato ampliato. Suo padre era un uomo abbiente, descritto dalla figlia come un uomo eccentrico; sua madre, Luisa, gestiva il business di famiglia legato ai prodotti di pelletteria di lusso e agli articoli di vetro, fondato nel 1913 dal nonno Mario. Miuccia ha una sorella e un fratello. "Conservo davvero pochi ricordi," dice Miuccia. "Era tutto noioso. Ottimo, anzi normale, ogni cosa andava bene. Ma non accadeva nulla di eccitante. I miei genitori erano severi ma non si occupavano di farmi divertire. Erano seri. Ed io dovevo studiare." La famiglia Prada era ricca, ma senza ostentarlo, e cattolica. Nel 2004, nel corso di un'intervista per il quotidiano Independent, Miuccia mi descrisse come sua madre voleva vederla vestita. "In maniera super tradizionale: gonne blu a pieghe. Blu, rosso, beige." Sua madre indossava abiti che erano chiaramente più alla moda e capi di haute couture come, di tanto in tanto, faceva la figlia. "Ma nulla di frivolo," dice Miuccia. Le scarpe della giovane Miuccia erano marroni e basse. "Ricordo di aver fatto le bizze per avere un paio di scarpe rosa. Sono cresciuta invidiando le scarpe rosa." Di certo non è una coincidenza che l'archivio delle scarpe Prada vanti una discreta quantità di scarpe in quelle

tonalità, declinando spesso entrambi i colori in un solo paio. Per Miuccia – il cui soprannome intimo in famiglia era Miu Miu, usato quindi per nominare la linea sorella di Prada – i bei tempi sono iniziati quando aveva quindici anni. “E’ stato allora che ho iniziato davvero a divertirmi. Ero sempre in giro. Mi ricordo che sulle scale di casa prima di andare a scuola accorciavo la gonna in una minigonna e poi l’allungavo di nuovo per tornare a casa.” Comunque il gusto di Miuccia è stato in gran parte influenzato da sua madre Luisa e da sua sorella, racconta la stilista: “Entrambe mi hanno fornito un’ottima educazione in termini di stile. Magari eravamo a casa, mettevamo una tovaglia con una sorta di ricamo. E’ difficile da spiegare ma la riconosco sempre. Avevano un gusto molto specifico, che ho ereditato, il che spiega come mai talvolta io mi spinga in là con le cose, anche se le spingo in una direzione classica. Classico è una parola che uso di continuo. Non sono sicura ma per me probabilmente significa qualcosa di profondamente sensato.” Anche profondamente radicata nella sua memoria è la creazione del profumo. “Credo che la signora Prada dimostri sempre un rapporto intelligente con le sue allusioni al passato,” dice Daniela Andrier, responsabile delle fragranze per Givaudan, che dal 2003 si occupa di creare le fragranze con Miuccia Prada. “Il potere che ha di dare vita a qualcosa di inedito e di mai sentito prima ma con la poetica saggezza del déjà vu è la qualità che l’ha portata sul mio cammino.” Se Miuccia, per usare le sue parole, è molto “democratica”, nulla è lasciato al caso e tutto alla fine nasce e muore con lei. Il casting per entrambe le sfilate di womenswear e menswear crea tanta attesa quanto gli abiti stessi. In particolare, a essere sottoposta a scrupoloso scrutinio è la prima modella che esce in passerella alle sfilate del womenswear, perché sarà lei a stabilire lo standard per gli altri stilisti e per gli editoriali di moda di tutto il mondo per diverse stagioni. “Lavorare da Prada è una delle professioni più impegnative ma al tempo stesso è anche una delle più appaganti,” dice Ashley Brokaw, responsabile del casting. “L’aspetto così speciale della signora Prada è la sua abilità nell’identificare ciò che è nuovo, ciò che appare diverso ed eccitante. Mi sorprende sempre per quanto affinato sia il suo intuito quando si tratta del casting e di ciò che considera ‘bello’. Si rende conto di come le cose e l’appetito della moda per la novità cambino in fretta ed è molto astuta nel trasformare il contesto di come vediamo certi modelli. Ci sono stati così tanti momenti memorabili. Probabilmente il più memorabile è avvenuto durante la prima sfilata di menswear alla quale ho lavorato con tutti gli attori [autunno/inverno 2012]. Non dimenticherò mai la reazione del pubblico che ha continuato a fare il tifo per l’intera durata della sfilata e quando Gary Oldman è uscito in passerella, passando accanto alle persone, tutti si sono messi a urlare in preda all’entusiasmo. Guido Palau ha iniziato a occuparsi delle acconciature delle modelle di Prada a metà anni Novanta e, dopo un intervallo, di circa cinque anni, è andato avanti a farlo per gli ultimi quindici anni. “La semplicità [della sfilata primavera/estate 2017 di Prada] sembra ancora nuova,” dice. “Miuccia con la mollettina nei capelli: sono certo che da ragazza le portava, uno stile che a suo modo a quel tempo sarà sembrato ribelle.” Anche lui ritiene che lavorare con Miuccia sia impegnativo ma anche una fonte d’ispirazione. “Avendo lavorato insieme a stretto contatto per così tanto tempo, io e Pat [McGrath, responsabile del make-up] ci capiamo. Sappiamo le cose che Miuccia vuole. Lei ci racconta bene la storia dietro la collezione, l’allestimento che è stato creato che è sempre molto importante per lei e ci mostra alcuni capi d’abbigliamento. Lei descrive una donna: c’è sempre humor, romanticismo, bellezza e sovversione. Poi io e Pat ne parliamo tra noi e ci facciamo venire un’idea. Portiamo tre, quattro, magari cinque ragazze in atelier e gliele presentiamo. Lei le guarda e poi ci dà la sua opinione. Quindi il modo in cui a me e Pat piace collaborare con lei è pensare e curare lo styling davanti a lei. Se le piace, allora iniziamo a creare.” Nel 1970, Miuccia si è laureata all’Università Statale di Milano con un dottorato in scienze politiche. “Non ho quasi mai messo piede in università,” racconta oggi. “Andavo a scuola solo per sostenere gli esami. Studiavo solo dieci o quindici giorni prima dell’esame, impegnandomi al minimo per superarlo. Ho dovuto conseguire una laurea per i miei genitori, quindi ho scelto la facoltà più facile di tutte. Ho sempre superato tutti gli esami. Non so nemmeno come. L’unica cosa buona che ho fatto è stata la mia tesi: era veramente ottima e verteva sulla scuola, sul Partito Comunista e sull’Unione Donne Italiane di cui facevo parte. Per prepararla, ricordo che studiai con grande interesse.” Il fatto che Miuccia fosse iscritta al Partito Comunista non dovrebbe più di tanto stupire, considerati gli sconvolgimenti politici degli anni Settanta. La mitologia della moda sostiene che quando Miuccia partecipava alle manifestazioni lo facesse vestita da capo a piedi in Yves Saint Laurent. Del resto, Miuccia ha fatto più allusioni alle creazioni di YSL di qualsiasi altro stilista. “A quei tempi YSL mi faceva impazzire,” ricorda. “Indossavo sempre i suoi capi. Mi è sempre piaciuto lo stile borghese,

ero intrigata dalla borghesia. Ma in particolare era la cultura degli anni Sessanta e Settanta ad affascinarmi: Antonioni, Godard, Bunuel. Oggi è diventato un argomento non più tanto rilevante. Ci troviamo davanti questioni così ampie. Devi scegliere il tuo percorso perché c'è così tanto a cui pensare."

Se il mondo accademico non è mai stato il suo campo, Miuccia, invece, ha sviluppato una passione per il teatro, studiando mimo presso il Piccolo Teatro, un'istituzione di grande prestigio, sotto la direzione di Giorgio Strehler. "Era un luogo strano, eccitante e bizzarro e mi ha insegnato molto. Soprattutto credo di aver appreso un'incredibile disciplina. Da qui, credo provenga la mia tenacia. Se devo lavorare fino a tardi, se devo andare avanti senza fermarmi, per me va bene, lo devo fare, devo andare più a fondo. Penso di essere in grado di farlo perché l'ho imparato durante le lezioni di teatro." Miuccia è entrata nel business di famiglia a metà anni Settanta. "Lasciare il teatro è stata una mia scelta, perché ho iniziato a lavorare nella moda per mia madre. Il teatro, la politica e la moda erano i miei tre interessi. Ma alla fine, ho conosciuto mio marito e non abbiamo dovuto prendere alcuna decisione. Semplicemente è andata così e abbiamo incominciato a lavorare insieme." I due si sono conosciuti nel 1978 e si sono sposati nove anni dopo. Hanno due figli, oggi ventenni. E' stato con Bertelli che nel 1984 fu concepito lo zaino Prada in nylon, poi, cinque anni dopo, scesero di lanciarsi nel pret-a-porter. "Se non l'avessi conosciuto a quei tempi, probabilmente non avrei fatto questo mestiere," dice Miuccia. "Avrei fatto altro. Poi mi sono accorta di quanto sia una professione interessante: giri il mondo, realizzi cose, impari sempre." Nella moda è un modello consolidato che il responsabile creativo di un brand lavori in tandem con un partner più orientato al business. Solo è piuttosto raro che i due siano anche marito e moglie. "Lavoriamo insieme e separatamente," dice Miuccia del suo rapporto professionale con Bertelli. "Discutiamo sempre di cose sciocche. Siamo capaci di andare avanti per ore a discutere di scemate. Patrizio può fare quello che vuole. E io posso fare quello che voglio. Tuttavia sulle questioni serie, come la vita, la moralità, il comportamento, siamo sempre d'accordo. E' per questo che siamo ancora insieme, nella vita così come nel lavoro. Condividiamo la direzione principale." "Miuccia è una donna straordinariamente creativa ma con i piedi fermamente saldi a terra," risponde a sua volta il marito, con il quale è sposata da quasi trent'anni. "Il suo lavoro è specifico e dettagliato con precise allusioni culturali e non ruota puramente intorno all'estetica. Condividiamo gli stessi obiettivi, anche se talvolta abbiamo una visione diversa su come ottenerli. Tuttavia il punto di partenza – un'attenta analisi della società, delle tendenze e di come si evolve la cultura – e il target finale sono gli stessi." L'estetica, mentre potrebbe non raccontare l'intera faccenda, di sicuro svolge un ruolo importante per Bertelli e ancora di più per Miuccia. "Credo che l'estetica sia davvero una parte molto importante della mia vita, al pari della bellezza, degli oggetti e dei luoghi che mi piacciono a livello istintivo. Al di là di tutto, questa è una delle cose più importanti di me. Magari a te piace andare al mare e cercare una bella spiaggia, o forse in casa vuoi avere un bel tappeto, un bel tavolo dove sentirti a tuo agio quando ti siedi, o magari un grande o piccolo giardino, dei fiori. La stessa cosa succede con gli abiti: fanno parte dell'estetica della tua vita." Quando le domando se si considera o meno una stilista autobiografica, Miuccia s'interroga: "La mia storia personale? Forse no, forse sì," portando in questo modo assolutamente fuori strada la sventurata giornalista. "Ma di certo nel mio lavoro impiego le mie idee. Perché sono io a parlare e ovviamente parlo di ciò che m'interessa. Credo che ciò che conta nella vita sia lo stesso per tutti noi: paura, amore, morte, malattia, gioia, infanzia, amicizia, probabilmente odio, un'emozione che sconvolge. Io non lo provo spesso. Queste sono le cose che da sempre animano gli esseri umani, le cose che davvero contano."