

# MIUCCIA PRADA

## 自信是 坚持自己的声音

在MIUCCIA PRADA来沪庆祝历经六年修缮的PRADA荣宅开幕之际，我们的编辑总监张宇（ANGELICA CHEUNG）与她进行了一番深度对话。睿智、自信、高尚、矜持，这些PRADA女郎的特质，在当今的消费文化之下，能否应对市场的挑战？她说，只能让自己的声音更为响亮，别无选择。

摄影：时晓凡 QUENTIN SHIH 撰文：王梦云 MENGYUN WANG



Prada女士在荣宅中的台球室留影。据说木质护墙板中空的墙面原是由织物覆盖，因此在修缮时专门为这个房间制作了与该时期相符的织物。“我们坚定守护宅邸低调细致的美学……无意打造奢华形象。”她解释说。

2004年,《纽约客》曾对Miuccia Prada做过一个访问。在题为*The Designer*的报道中,她谈及想在中国开启一个有意义的项目。“现在你去上海,有豪华酒店,有摩天大楼,然而每个公司做的都很相似,”她当年说道,“这让我难以忍受,感觉很无礼很随意,我的目的是做一件(对中国)更怀有敬意的事情。”十几年后,经历六年时间以及无数次起伏,由Prada集团进行修复的荣宗敬家族府邸终于于今年完工。

该项目进行如此之久,Prada女士坦言自己都忘了当初是怎么发现位于上海核心商业区的这座从20世纪初至今完整保留下来的花园洋房的。虽然她于1993年成立的Prada艺术基金会也曾在威尼斯、米兰等地资助过地标性建筑的修缮工作,但在中国启动荣宅这个庞大的项目仍然出乎大家的预料。

此时正值Prada荣宅开幕当天,Prada女士来到现场进行肖像拍摄。如今68岁的她身着标志性的朴素装扮出现,蓝色针织毛衣、白色衬衣、及膝半裙,却在外面套了一件来自Miu Miu 2017年秋冬系列的透明塑料风衣。如此天马行空的对比恰是她一向把玩好/坏品位、低俗与矜持形象的典型做派。她从挤得满满当当的小鳄鱼皮包中拿出一把梳子简单整理了一下头发,搽了一点粉,便坐到摄影师时晓凡的镜头前——在这个往往被视为肤浅的时装界,平庸的外在美不是Prada追求的。

拥有政治学博士学位的Miuccia Prada来自米兰一个富裕的家庭,学生时代曾加入过共产党,还拜师学过哑剧表演。上世纪70年

代,她决定接管家族的箱包生意,并以1985年推出的尼龙双肩背包将Prada这一名字推向了潮流浪尖。1988年,在其丈夫、现公司总裁Patrizio Bertelli的鼓励之下,她推出了首个女装成衣系列,随后在1993年同时推出男装系列以及以自己儿时昵称命名的Miu Miu品牌。

浏览她以往的采访不难发现,作为一名知识分子,她对设计服装这份工作充满质疑。喜欢收藏艺术品的她常和当代艺术巨匠进行跨界合作,其Fondazione Prada艺术博物馆也于2015年在米兰落成。位于纽约、东京的Epicenter店铺更是分别由其好友、建筑界领军人物Rem Koolhaas和Herzog & De Meuron设计完成。品牌也曾与Ridley Scott、Roman Polanski、Wes Anderson等知名导演合作创作过影视作品。

与当代文化引领者合作之余,Prada女士从不矫情地将时装拿来与艺术相提并论。其设计风格一向前卫,却也获得商业上的巨大成功。《欲望都市》《穿普拉达的女王》等热门影视剧更是让Prada的名字在大众文化中留下深刻的印记。然而与许多传统奢侈品牌一样,Prada近些年也面临着社交媒体、年轻消费者、市场缩水等变化带来的问题。

这次她在上海与我们的编辑总监张宇(Angelica Cheung)坐下来畅谈了一番。面对时装业界充满挑战的今天,唯一可以肯定的是,此时此刻,只能愈发相信自己的声音。“这个直觉就是坚持自我,”Prada女士在对话中反复提到,“不然你还能怎么做?”



**Angelica Cheung:** 这两年世界经历了很多变化,在各地都能感受到大家有些困惑,也在思考应该怎么应对。我也会问自己《Vogue服饰与美容》这本杂志的价值在哪里,在社交媒体、线上资讯这么蓬勃的今天,它为读者、合作伙伴、社会提供了什么?

**Miuccia Prada:** 确实,编辑杂志的过程至关重要。我觉得杂志的关键在于筛选出不同的人、不同的思想,供你去阅读。有时,即便在政治方面,我觉得都需要一位导师来为我解读实事。这真的是我的感受,在随意就能接收任何信息的当下,你必须有一个筛选过的观点,一个方向。

**AC:** 观点非常关键。我们也不能再把自己仅仅视为一个媒体。现在所有人都是媒体,KOL是媒体,拥有三千万社交媒体粉丝的明星也是一个媒体。无论你喜欢与否,Prada这个品牌在Instagram上有几千万粉丝,也是一个媒体。相比所有,Vogue能做的是在这个纷纷扰扰的时代发出一个清晰的声音,让读者去倾听。

**MP:** 杂志应该是美丽的,但有自己的坚定的视角。我觉得人们去买一本杂志是对它选择呈现和讨论的内容感兴趣,因此还是筛选的那个层面最重要,是质量的保证。同时,无论你认可或不认可,他们做出的选择也是经由思考与挑选的。

**AC:** 因为世界变化太快,很多人迷失了方向。大家专注于社交媒体的影响力时已经忘了更大的问题,那就是为什么社会需要你?你的声音是什么?在一百万个声音当中,为什么大家应该听你的?

**MP:** 我完全明白你说的这一点。这也是为什么我非常坚信要忠于自己以及自己的价值观,并且用更响亮的声音传递出去。如果你选择要做得很商业,这没有任何问题,但你必须比其他人都做得更好。如今,已没有空间留给泛泛之辈,所有的东西都必须鲜明大胆,并且熟知无论如何你无法取悦所有人。

**AC:** Prada女性一向强悍、睿智、充满自信,但在今天,世界在变,你觉得这个精髓会随着时代而改变吗?品牌创立初期你那些被视为叛逆的举动,如今回过头来你又是如何看待的?

**MP:** 事实上现在叛逆的太少了,我在90年代创作的时装肯定是更具革命性、更纯粹。可能我刚开始的时候更容易,因为当时面对的时尚界还没有那么大,更容易打破桎梏,彰显创意。今天,世界变小了,你必须考虑很多事情,特别是如果你不想冒犯任何人的感受的话。

**AC:** 但如果每个东西都均衡地按一定规范来做就变得很乏味。面对今天的世界,Prada的精神又该怎样进化?

**MP:** 有时人们说我很朋克,确实如此,因为我永远在颠覆常规。这一直都是我非常强烈的本能,未曾改变。我坚持各种探索,并尽量与真实生活接轨。现在没有什么特定的方式可供遵循,我只是努力把我的工作做到最好。

**AC:** 我有个问题,我对此也非常敏感。作为媒体,我们面向数百万读者,必须要理解他们的思考方式、生活方式。而在这个行业,有很多品牌创始人白手起家,他们拥有发自内心的好创意,有想表达的欲望,并且通过规划、努力还有一点运气获得了巨大的成功。如今他们生活优越,周围的都是精英阶层、富人、艺术家,去哪里都是私人飞机。他们的世界观开始受这些影响,但他们的设计依然要面对数百万普通人,那么他们如何保持真实感?怎样让自己不脱节,保持初心,就像二十年前那样真诚地为女性提供设计?

**MP:** 真实感来自一个原创的念头、概念或主意。对于一个时装设计师而言,就是你创作了某种东西,然而后来被他人模仿。现在没有人关心真实感了,不关注是谁第一个做,谁第二个做、谁第三个做;最近做这个东西的那位,就成了发明它的人。作为一个概念,它已经无关紧要了。有时我觉得挺沮丧的,但我不会去批判,因为你必须生活在当下,面对它的问题。我的工作就是去探索我身处的这个世界,试图制造出富有意义的物件,所以我最近越来越关心大家真正想穿什么。

**AC:** 对,因为起初你就是“大家”中的一员,你可以感受到他们的感受。

**MP:** 我真的想回归到90年代的精神,更天真、直接……有自由的灵魂……我如今的工作量是成倍的。时装秀与广告片依然体现着我纯粹的愿景,然后我必须以时装秀为根基开发出能够融入我们店铺的产品。这个时候非常关键,因为要保证你的理念不被稀释,每个产品都富有品牌的精神。无论世界各地,所有带有Prada名称的东西都必须一致。就拿社交媒体来说,所有人都关注它,所以我不能假装它不存在,而它必须传递出我们的品牌是怎样的,我是谁。

**AC:** 其实不需要畏惧社交媒体,它就像是公车,是公共交通系统,只是一个运输、传播工具,而不是目的地。重要的是上面有什么样的乘客,要承载什么样的讯息。

**MP:** 社交媒体的繁荣是一个很好的机会,但需要被掌控,最艰难的地方就是你面对的群体如此庞大。唯一让我烦的事情是公众可能会断章取义,然后我说的话会被极度扭曲。因此采访变得很复杂,你必须非常注意你说了什么。

**AC:** 2016年Vogue Me杂志上市,当时我们想给年轻人更大的创作空间来表达自己的。后来业内都开始关注千禧一代,如今已变成常规,所以我们必须重新考虑“个性化”这个概念。在时代的发展与保持自我之间,我们永远在寻找某种平衡。在展现很“酷”很“年轻”方面,你会有压力吗?我的女儿今年十岁,她最近跟我说:“把一个东西说成‘酷’,其实就很不酷。”

**MP:** “千禧一代”,大家多数用到这个字眼时,是把年轻人视为商业化的分类,它就变为“你推销产品的对象”。这样其实是将他们归为一种

#### Prada的文化世界

1.艺术家Carsten Höller的滑梯作品安装在Prada女士位于米兰总部的办公室中。2.中国艺术家杨福冬与Prada合作的影视作品《一年之计》中的一幕,2010年。3.由建筑界巨匠Rem Koolhaas设计的Fondazione Prada博物馆于2015年在米兰落成。当中饰有24K镀金外表的Haunted House建筑别具特色。

Prada女士站在莲花卧室门口,这个色调柔和的所在应该曾是女眷的空间。荣宅的修复过程是按照原来的繁复制作工艺而进行的,多数是由意大利和中国工匠手工完成。“我们没有一直紧催,”设计师说,“这个过程花费了很多时间,因为它真的是非常用心去做的。”

人,而不是各自有思想的人。然而他们之中每个人都很不一样!比如说我认识一些非常聪明的年轻人,他们非常讨厌网络,而有些年轻人却永远是手机不离手,因此我觉得把千禧一代视为一种类型是对年轻人的不尊重。

**AC:** 现在没有东西是新鲜的,每天都有新的明星出来,但多数只是昙花一现。设计师们也是一样,很多年轻潮牌火了,得到大家的关注。一个漂亮女孩在Instagram上晒自己设计的包,因为她好看,包就开始热卖,有人会赞道“一个品牌诞生了”。但在我眼中,这不是一个品牌,而是有个名字的包,因为一个品牌需要代表某种精神和灵魂。相对一个包、一个产品,一个品牌是什么?它必须有自己的观点,关于于一群人的生活方式,以及他们看待生活的态度。

**MP:** 就像在每个行业里,我觉得那些拥有自己的思想,拥有自己的声音,那些真正好的,有影响力的,会生存下来。当然有一些获得了转瞬的成功,但最终,真相永远都会大白。如果你的作品有内涵、创意、真诚,凸显你的能力和天才的一面,就会得到奖励,但你不能忘记去发出更洪亮的声音,清晰地表达你想要传递的信息,不然在这个拥挤的环境中会有被忽略的危险。

**AC:** 是的,如果没有一些有质量的内容,就会被嘈杂的声音所淹没。

**MP:** 你必须运用源源不断的内容来跟大家产生互动,这个工作量很庞大,但也令人兴奋。如果你想跟进所有的创意、商业、市场传播,就得不停的工作。如果你想和人沟通,就不能高高在上地生活在自己的小世界里。

**AC:** 在创意这一方面,即便你很有才华,也不可能时时都有新灵感,大脑不是这样运作的。你肯定会有低落的时期,此时就会有别人出现取代你的位置,你又得重新开始。你如何应付这个挑战?创意灵感不可能每天都有,需要时间去积累,去消化。

**MP:** 时尚界的速度给我们带来很大压力,但也非常棒。一个博物馆做一件事情可能需要花费几年时间,我们却能在几个月内完成一个系列。在你不觉得非常有灵感时,你只能努力保持你最好的状态。

**AC:** 现在你有了好主意,明天全世界都在效仿,那创意还有价值吗?

**MP:** 我觉得是有的,因为大家依然在寻找好主意。事实是,现在那么多人做同样的工作,那么多设计师,那么多杂志,那么多一切,能有个天才的想法变得越来越困难。你必须更努力地工作,寻找最好的人来帮助,有好的合作就做,努力做到最好,除此以外,我看不到什么革命性的解决方法,或任何简单的方法。

**AC:** 所以Prada荣宅是一个好项目,因为它给予你一个空间,让你与文化、创意人交流,来真正了解他们在想什么,要什么。

**MP:** 除了建造当代建筑以外,我们也热衷修复老建筑,这个修缮工作花费了六年时间才将荣宅还原到当初。我们设想在这里举办展览、时装展示、派对以及其他文化项目,回溯宅子以往的繁华,为这个空间带来新的生命力,包括Prada艺术基金会的项目,以及公司安排的其他活动。但我最感兴趣的是上海能给荣宅带来什么,在这个开放的空间,我们希望其他人能带来好的建议和项目,为这里注入更多新的活力,并将其融入到上海的文化生活中去。我们欢迎来自各个地方各种渠道的好的创意。

**AC:** 这是一个很好的主意,能在此汇集你希望面向的群体。之前我们在荣宅拍摄了13位当代文化人物,这个过程给予我很多灵感,这些人为我们的社会创造了真正的价值,让我们听到更具洞察力的声音。

**MP:** 这是一个很好的开端,是必须的,是对的,有意义的。你必须阐述有质量的东西,不然平庸就会盛行。

**AC:** 被淘汰都是因为失去了自己的观点,因此世界不再需要你。

**MP:** 这就是问题,最终你无法取悦所有人,你必须选择你的受众。

**AC:** 我们反思了很多,但你觉得现在的人还会享受生活吗?

**MP:** 我们还是怀念以前的社交生活,我觉得现在社区感没有以前那么强,大家都在旅行,感觉都有点分心……

**AC:** 现在的群体都在线上上了。

**MP:** 但我不相信线上的互动能代替真实生活,当然它是存在的,你不能忽略它,但你不还是要活在真实生活中吗?

**AC:** 你的工作、你的艺术基金会、你的家人、全球性的生意都是你的负担,你什么时候能感觉到真正的自我?

**MP:** 或许现在责任太多了,能无所顾虑地纯粹地享受变得非常难。你必须划分精神上的享受,比如遇到一个非常有意思的人,与真正好笑的事情,那是我和朋友们打牌就能达到的。我工作时也能感觉很好玩,当我感觉在做对的事情时,如果我笑了,那就证明达到目的了。

**AC:** 你觉得有一天你会放弃这些,去专注于艺术吗?

**MP:** 我唯一想做的事情是从政,但因为我爱现在的这份工作,并不想放弃,就不去想那个了。我不能以一名时装设计师的身份从政,但我还是可以通过我的工作,用一个我希望是聪明的方式来传递我的思想。从某种意义上来说,Prada艺术基金会与时装都是我表达的工具。

## Miuccia Prada: la sicurezza è rimanere fedeli alla propria voce

La partecipazione di Miuccia Prada all'evento di inaugurazione di Prada Rong Zhai a Shanghai, dopo sei anni di restauro, è stata per Angelica Cheung, Direttore editoriale di *Vogue* China, l'occasione per un dialogo profondo. In risposta alla domanda se le caratteristiche di intelligenza, sicurezza, nobiltà e riservatezza della ragazza Prada possano sopravvivere all'attuale mercato impregnato di cultura consumistica, la stilista ha risposto che non c'è altra scelta che far sentire più forte la propria voce.

Fotografo: QUENTIN SHIH

Editor: MENGYUN WANG

Nel 2004, *The New Yorker* ha intervistato Miuccia Prada che, nell'articolo intitolato *The Designer (La stilista)*, parlava dell'idea di lanciare un progetto significativo in Cina. "Se vai a Shanghai in questo momento, ci sono alberghi grandiosi, grattacieli, e tutte le aziende sono uguali," disse Prada all'epoca, "È offensivo e doloroso, e realizzare un progetto più rispettoso è uno dei miei obiettivi." Nel 2017, a distanza di una dozzina di anni, il restauro della villa di YUNG TSOONG-KING da parte del Gruppo Prada è stato finalmente ultimato. L'intervento è durato sei anni, con numerosi alti e bassi.

C'è voluto così tanto tempo che la signora Prada stessa si era dimenticata di come le era capitato di scoprire questa villa situata nel cuore commerciale di Shanghai, che era stata completamente conservata dai primi del Novecento. Anche se la Fondazione Prada, creata dalla signora Prada nel 1993, ha sponsorizzato anche il restauro di edifici storici a Venezia e Milano, avviare un progetto ambizioso come Prada Rong Zhai in Cina era al di là di ogni aspettativa.

Nel giorno dell'inaugurazione di Prada Rong Zhai la signora Prada si è presentata per farsi fotografare. La stilista di 68 anni è comparsa con il consueto abbigliamento semplice: maglia blu, camicia bianca, gonna al ginocchio, ma ricoperti da un trench in plastica trasparente della collezione Miu Miu Autunno/Inverno 2017. Un contrasto così libero è tipico della sua tendenza a controbilanciare buon gusto e cattivo gusto, immagine dozzinale e riservata. Ha tirato fuori dalla sua borsetta di coccodrillo strapiena di cose un pettine e si è pettinata un po'. Si è incipriata prima di sedersi davanti all'obiettivo del fotografo Quentin Shih. Nel mondo della moda che è spesso considerato vuoto e superficiale, la bellezza esterna mediocre non è mai quello che Prada persegue.

Miuccia Prada, laureata in scienze politiche, proviene da una famiglia benestante di Milano. In gioventù, era iscritta al Partito comunista e ha studiato da mimo. Negli anni '70, decise di prendere le redini dell'azienda di famiglia, che produceva borse e valigie. Lo zaino di nylon lanciato nel 1985 ha riportato alla ribalta il marchio Prada. Nel 1988, incoraggiata dal marito Patrizio Bertelli, ora anche presidente dell'azienda, ha lanciato la sua prima collezione di abbigliamento per donna. Nel 1993, sono poi seguiti la collezione uomo e il marchio Miu Miu, dal suo soprannome da bambina.

Dando un'occhiata alle precedenti interviste, non è difficile scoprire che, come intellettuale, la stilista è piena di dubbi per quanto riguarda il design di moda. Essendo una collezionista d'arte, spesso realizza collaborazioni trasversali con i maestri dell'arte contemporanea. La [nuova sede della] Fondazione Prada è stata ultimata a Milano nel 2015. Gli Epicentri Prada di New York e Tokyo sono stati progettati da ottimi amici che sono anche figure di spicco dell'architettura: rispettivamente Rem

Koolhaas ed Herzog & DeMeuron. Il marchio Prada ha anche collaborato con registi famosi come Ridley Scott, Roman Polanski e Wes Anderson alla produzione di film.

Al di là delle collaborazioni con importanti esponenti della cultura contemporanea, la signora Prada non ha mai cercato di far rientrare un vestito alla moda e l'arte nella stessa categoria. Malgrado lo stile spiccatamente all'avanguardia, è sempre riuscita a riscuotere un enorme successo commerciale. Famose serie televisive come *Sex and the City* e [il film] *Il diavolo veste Prada* hanno permesso al marchio di lasciare un'impronta notevole sulla cultura popolare. Tuttavia, come molti altri marchi tradizionali del lusso, negli ultimi anni Prada ha dovuto anche far fronte ai problemi derivanti dai cambiamenti causati dai social media, dai giovani consumatori e dalla contrazione del mercato.

Questa volta, mentre era a Shanghai, la stilista ha fatto una interessante chiacchierata con Angelica Cheung, Direttore editoriale di Vogue China. Nel mondo della moda attuale, pieno di difficoltà, una cosa è certa: in questo momento possiamo solo rimanere fedeli alla nostra voce. "Dobbiamo rimanere fedeli a noi stessi", ha detto ripetutamente la signora Prada nell'intervista, "cosa, se no?"

**Angelica Cheung:** *In questi anni il mondo ha subito molti cambiamenti. Avverto una certa confusione delle persone in molti ambiti, e penso a come affrontarla. Guardo l'edizione principale di Vogue e inizio a chiedermi: qual è il valore che aggiungo con questa rivista, che cosa metto sul tavolo per i miei colleghi, per le mie lettrici, per la società nel mondo attuale, con il boom dei social media e dell'informazione online?*

**Miuccia Prada:** È vero, l'editing è fondamentale. Credo che le riviste siano importanti perché propongono una selezione di pensieri, di persone diverse, che si può leggere. Io dico che, a volte, anche in politica, avrei bisogno di un maestro — un insegnante — qualcuno che sia capace di spiegarmi la realtà. Ed è quello che sento. Credo veramente che in un momento in cui è disponibile ogni genere di informazione, ci voglia un punto di vista curatoriale, una direzione.

**AC:** *Il punto di vista è molto importante. Non possiamo considerarci semplicemente parte dei media. Oggi, tutti sono fanno parte dei media. Gli influencer fanno parte dei media. Anche una star con 30 milioni di followers sui social media fa parte dei media. Che la cosa piaccia o meno, il marchio Prada ha decine di milioni di followers su Instagram, per cui fa anch'esso parte dei media. Rispetto a questo, quello che Vogue può fare nel mondo caotico è parlare con una voce chiara in modo che i lettori possano sentirla.*

**MP:** Penso che le riviste debbano essere belle ma con un punto di vista definito. Se compro una rivista è perché mi interessa ciò che ha scelto di trattare e di discutere, ancora una volta è l'aspetto curatoriale che è importante, garantisce, oltre che la qualità, scelte con cui puoi relazionarti o meno ma che in ogni caso sono state ponderate e curate.

**AC:** *Sì, penso che la maggior parte delle persone abbia perso la direzione, a causa dei cambiamenti del mondo, tutti i giorni, gli influencer, i social media e tutto il resto, le persone sono così indaffarate a occuparsi di questo che perdono la visione d'insieme del perché c'è ancora bisogno di te. Qual è la tua voce, e se siete un milione di voci, perché ascoltarvi.*

**MP:** Capisco perfettamente quello che dice ed è per questo motivo che credo fermamente che si debba essere molto fedeli a se stessi e alla propria identità e comunicarlo con una voce più forte. Non c'è niente di male nell'essere commerciale se è quello che hai scelto ma devi farlo meglio di chiunque altro. Oggi non c'è posto per niente di generico, bisogna essere audaci sapendo che in ogni caso non si può piacere a tutti.

**AC:** *La donna Prada è sempre stata forte, intellettuale, saggia, molto sicura di sé. Nell'arco di tutti questi anni, trova che anche questo evolva, così come evolve il mondo? Com'è, rispetto al presente, quello che era considerato ribelle quando ha iniziato?*

**MP:** Il fatto è che oggi c'è pochissima ribellione. Negli anni '90, la mia moda era sicuramente più radicale e più assoluta. Quando ho iniziato era più facile perché il mondo a cui mi rivolgevo in termini di moda era più piccolo e forse era più facile rompere le regole ed essere più creativi. Oggi il mondo è veramente uno solo e ci sono moltissime cose da considerare se vuoi rivolgerti a tutti senza urtare i sentimenti.

**AC:** *Però sarebbe molto noioso se tutto procedesse in base a determinati standard. Nel mondo attuale, come deve evolvere lo spirito Prada?*

**MP:** A volte mi dicono che sono "punk" e penso che sia verissimo perché cerco sempre di sovvertire gli stereotipi, è sempre stato un istinto molto forte dentro di me e non è cambiato. Continuo a sperimentare e a cercare di rimanere il più possibile in contatto con la realtà, non c'è una regola specifica che si può seguire, cerco di fare il mio lavoro nel migliore dei modi.

**AC:** *Ho una domanda a riguardo perché sono consapevole che, come organo della stampa, parliamo a molti milioni di lettori e sono molto consapevole del fatto che ho bisogno di sapere che cosa pensano, com'è la loro vita. Nel nostro settore, vediamo nascere molti marchi con un'impostazione imprenditoriale. E hanno quest'idea, un'idea organica, che viene dal cuore, la voglia di esprimere qualcosa attraverso il marchio, il design, una voce veramente organica, e se, in qualche modo, grazie al duro lavoro, alla fortuna, al tempismo, ad un insieme di tutti questi fattori, hai un successo enorme, come fai a mantenere quell'autenticità? Ci sono due fattori, molte persone che vivono in questo ambiente molto privilegiato, elitario, artisti, designer, ricchi, jet privato, e la sua visione del mondo inizia a essere definita da queste persone che hanno molte cose in comune con lei e la sua attività consiste nel vendere a milioni di persone, come la nostra, allora come fa a rimanere in contatto e a conservare una voce autentica e al tempo stesso rilevante per le donne che serve oggi, come faceva 20 anni fa? È consapevole di questo?*

**MP:** L'autenticità è un pensiero, un concetto o un'idea originale. Per uno stilista di moda sarebbe qualcuno che ha inventato qualcosa che altri continuano a copiare. Ma in realtà nessuno bada più all'autenticità, a chi ha fatto qualcosa per primo, secondo o terzo. Come concetto, non è più rilevante. L'ultimo che fa una cosa è quello che l'ha inventato. A volte penso che sia un po' scoraggiante, ma d'altra parte mi rifiuto di criticare perché bisogna vivere il proprio tempo e sapersi destreggiare. Il mio lavoro consiste nell'essere in contatto con il mondo in cui vivo e cercare di fare oggetti che abbiano un significato, è per questo che ultimamente mi interessa di più che cosa vuole veramente indossare la gente.

**AC:** *Si perché quando ha iniziato era una di loro, provava veramente quello che provavano loro.*

**MP:** Voglio davvero tornare in qualche modo allo spirito degli anni '90, più ingenuo, più diretto... uno spirito di libertà... Oggi devo lavorare due volte tanto. La sfilata e la campagna pubblicitaria sono ancora il luogo in cui posso essere più assoluta nella mia visione, poi devo sviluppare prodotti che nascono dalla sfilata ma che si possano integrare nei negozi. È un momento molto importante per garantire che il messaggio non risulti diluito e che tutti i prodotti siano coerenti con il marchio. Tutto ciò che si trova nel mondo con il nome Prada deve essere coerente, prendiamo i social media, è quello che tutti guardano per cui non posso far finta che non esistano, devono rispecchiare l'identità dell'azienda e la mia.

**AC:** *In realtà non c'è motivo di aver paura dei social media. Sono come un autobus, come il sistema di trasporti pubblici. Sono semplicemente un mezzo di trasporto e di comunicazione, più che una destinazione. L'importante è che genere di passeggeri c'è a bordo e che genere di messaggio lanciano.*

**MP:** I social media sono una straordinaria opportunità ma devono essere gestiti, la parte più difficile è che il pubblico è enorme. L'unica cosa che qualche volta mi infastidisce è che magari vengono pubblicati commenti senza un contesto e il mio messaggio risulta molto distorto, le interviste sono diventate complicate per questo problema, bisogna stare molto attenti a quel che si dice.

**AC:** *Quando Vogue Me è stato lanciato sul mercato, nel 2016, volevamo dare più spazio per esprimersi ai giovani. In seguito, tutto il settore si è focalizzato sui millennials, e oggi è già diventata la routine. Per cui dobbiamo riconsiderare il concetto di individuazione. Siamo sempre in cerca di un equilibrio tra lo stare al passo con i tempi e non dimenticare se stessi. Vorrei chiederle, sente il bisogno di dimostrare, che so? Anch'io sono molto giovane e cool? Mia figlia, che ha 10 anni, dice che non fa figo dire che qualcosa è figo.*

**MP:** Esatto. Per quanto riguarda i Millennials il più delle volte la parola si usa per ridurre i giovani a una categoria commerciale. Per cui il termine "millennials" viene usato per intendere "delle persone a cui vendere qualcosa." Non persone con idee diverse. Li tratta come se fossero *una sola* cosa, ma sono così diversi! Anche per quanto riguarda il web, conosco uomini molto intelligenti che lo detestano; lo rifiutano. Altri che sono sempre attaccati al cellulare. La parola è molto complessa, quindi penso che questa definizione dei millennials come categoria sia un po' offensiva per i giovani.

**AC:** *Oggi non c'è niente di fresco. Ogni giorno ci sono delle nuove star, ma per la maggior parte sono solo meteore. Così come gli stilisti. Molti giovani marchi di moda sono diventati famosi e hanno attirato l'attenzione della gente. C'era una bella ragazza che sfoggiava la borsa di sua creazione su Instagram. Presto è diventata un bestseller perché era decisamente bella. Qualcuno direbbe: "È nato un nuovo marchio." Però, per me, non è un marchio, solo una borsa con un nome. Un marchio deve rappresentare un certo spirito e un'anima. Rispetto a una borsa, a un prodotto, che significato ha un marchio? Deve avere il suo punto di vista, riguardare lo stile di vita di un gruppo di persone e il loro atteggiamento nei confronti della vita.*

**MP:** Come in tutti gli ambiti credo che quelli che hanno una voce, qualcosa da dire, e che sono veramente bravi sono quelli che fanno la differenza e quindi durano nel tempo. Ci sono anche esempi di successo effimero ma penso che, a un certo punto, la verità venga sempre fuori. Se il tuo lavoro ha

sostanza, idee, onestà, capacità, genio o qualunque altra cosa, sarà premiato ma non devi dimenticare di alzare la voce e farla sentire più chiara altrimenti in un settore sovraffollato c'è il rischio di non essere notato.

**AC:** *Sì. Se il tuo lavoro non ha qualità, sarà coperto dal rumore.*

**MP:** Non solo, devi coinvolgere la gente con un flusso costante di contenuti, ancora una volta un'enorme quantità di lavoro ma davvero entusiasmante. Non smetti mai di lavorare se vuoi seguire tutti gli aspetti, creativo, commerciale e di comunicazione, non puoi startene distante nel tuo piccolo mondo, non più se vuoi comunicare con la gente.

**AC:** *In termini di creatività, anche se si è dotati di talento, è impossibile avere continuamente nuove ispirazioni. Si può ignorare, ma si deve comunque vivere nella vita vera, giusto? I nostri cervelli non funzionano così. Ci devono essere volte in cui si sente depressa, quando sembra che altre persone prendano il suo posto, e deve ricominciare da capo. Come fa a superare questa difficoltà? La creatività e l'ispirazione non arrivano tutti i giorni; ci vuole tempo per accumularle e metabolizzarle.*

**MP:** La velocità del mondo della moda ha causato pressioni enormi, ma è meraviglioso. Possono volerci diversi anni perché un museo faccia una cosa, ma noi riusciamo a farne una serie nel giro di qualche mese. Quando non ti senti particolarmente ispirato, non puoi fare nient'altro che cercare di mantenere la migliore disposizione mentale.

**AC:** *Pensa che le idee creative abbiano ancora un valore ora che tutto viene copiato così rapidamente?*

**MP:** Penso di sì, perché le persone cercano idee, il fatto è che così tante persone fanno lo stesso lavoro, così tanti stilisti, così tante riviste, tanto di tutto, che avere l'idea geniale è sempre più difficile. Ma non vedo altra soluzione che lavorare di più, cercare di ottenere il meglio dalle persone che ti aiutano, collaborare in senso positivo quando è il caso, e cercare di fare il meglio che puoi ma non credo che ci sia una soluzione radicale o una soluzione facile.

**AC:** *Allora Prada Rong Zhai è un bel progetto, perché vi dà spazio per comunicare con figure culturali e creative e capire che cosa pensano e che cosa vogliono.*

**MP:** Abbiamo pensato che, oltre all'architettura contemporanea, il restauro fa parte delle cose che ci piacciono e quindi abbiamo compiuto ricerche in quella direzione. Ci sono voluti 6 anni per riportare Prada Rong Zhai al suo stato originale. Abbiamo in mente mostre, presentazioni, eventi, feste e altre forme di scambio culturale, nuova vita e nuova energia che richiamino le attività vivaci del passato, tra cui contributi della Fondazione Prada e altre attività organizzate dall'azienda. Ma quello che mi interessa di più sono le idee che Shanghai porterà a Prada Rong Zhai. Essendo uno spazio aperto, speriamo che altri propongano attività che riportino in vita il posto e attingano alla vita culturale della città. Siamo aperti a idee provenienti da ogni parte.

**AC:** *È un'ottima idea. Potreste riunire tutti i gruppi con cui spera di confrontarsi. Prima abbiamo scattato fotografie di 13 esponenti della cultura contemporanea a Prada Rong Zhai, che trovo di grande ispirazione. Queste persone hanno creato un autentico valore per la nostra società e ci hanno permesso di ascoltare una voce più intuitiva.*

**MP:** È un buon punto di partenza. È necessario, è positivo, è morale. Bisogna dire cose intelligenti altrimenti prevarranno solo i superficiali.

**AC:** *Sono gradualmente scomparsi quelli che hanno perso il loro punto di vista, e il mondo non ha più bisogno di loro.*

**MP:** È questo il problema, alla fine non puoi piacere a tutti. Esatto, devi scegliere chi; devi scegliere il tuo pubblico.

**AC:** *Abbiamo riflettuto su molte cose, ma pensa che oggi le persone possano ancora godersi la vita?*

**MP:** Penso che oggi ci sia anche un po' di nostalgia per la vita sociale in genere. Mi sembra che le comunità non siano forti come una volta. La gente viaggia continuamente ed è in qualche modo distratta...

**AC:** *Adesso i gruppi sono tutti online.*

**MP:** Ma non credo che la realtà possa essere soppiantata da tutta questa attività "online". Esiste di sicuro e non si può ignorare ma la vita vera è ancora quella che si vive, giusto?

**AC:** *Il lavoro, la Fondazione Prada, la famiglia, l'azienda globale sono tutti parte del suo fardello. Quand'è che può essere veramente se stessa?*

**MP:** Ho così tante responsabilità che per me è difficile divertirmi senza pensieri. Bisogna distinguere tra divertimento intellettuale, che per me è incontrare una persona molto interessante, e una bella risata che posso fare facilmente giocando a carte con le amiche. Posso divertirmi molto anche quando lavoro e sento che sto facendo la cosa giusta, se sorrido vuol dire che ho trovato il senso.

**AC:** *Rinuncerebbe mai alla moda per occuparsi di arte?*

**MP:** L'unica cosa di cui mi piacerebbe veramente occuparmi è la politica ma dato che amo il mio lavoro e per ora non ho intenzione di smettere dovrò lasciar perdere. Finché farò la stilista di moda non sarò in posizione per entrare in politica. Per ora credo ancora di riuscire a far passare dei messaggi, in modo intelligente spero, con il mio lavoro, il mio strumento che è la moda, e la Fondazione Prada.

*Producer: Qian Xu*

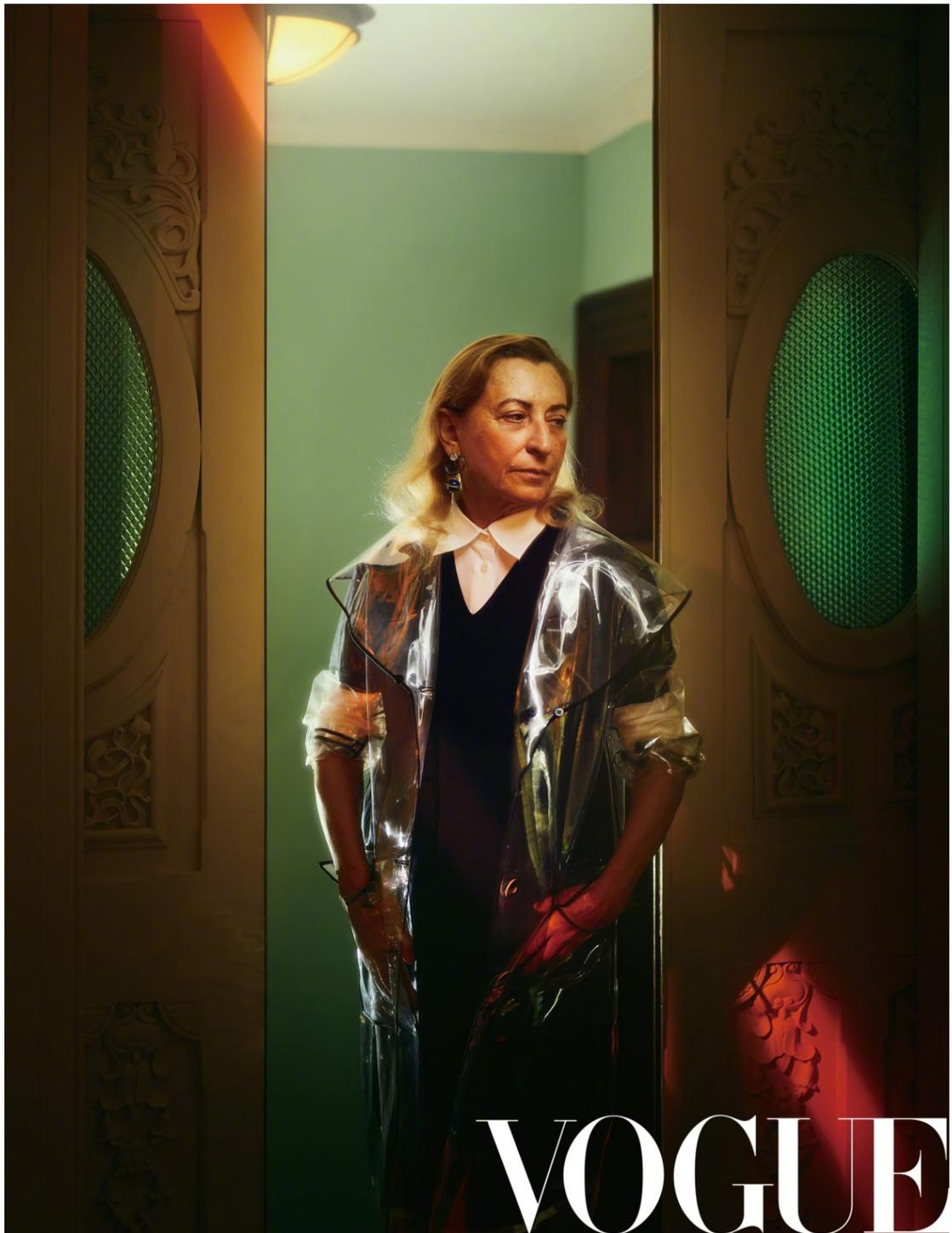
*Alcune fotografie, courtesy Prada.*

Didascalie:



Fotografo: QUENTIN SHIH

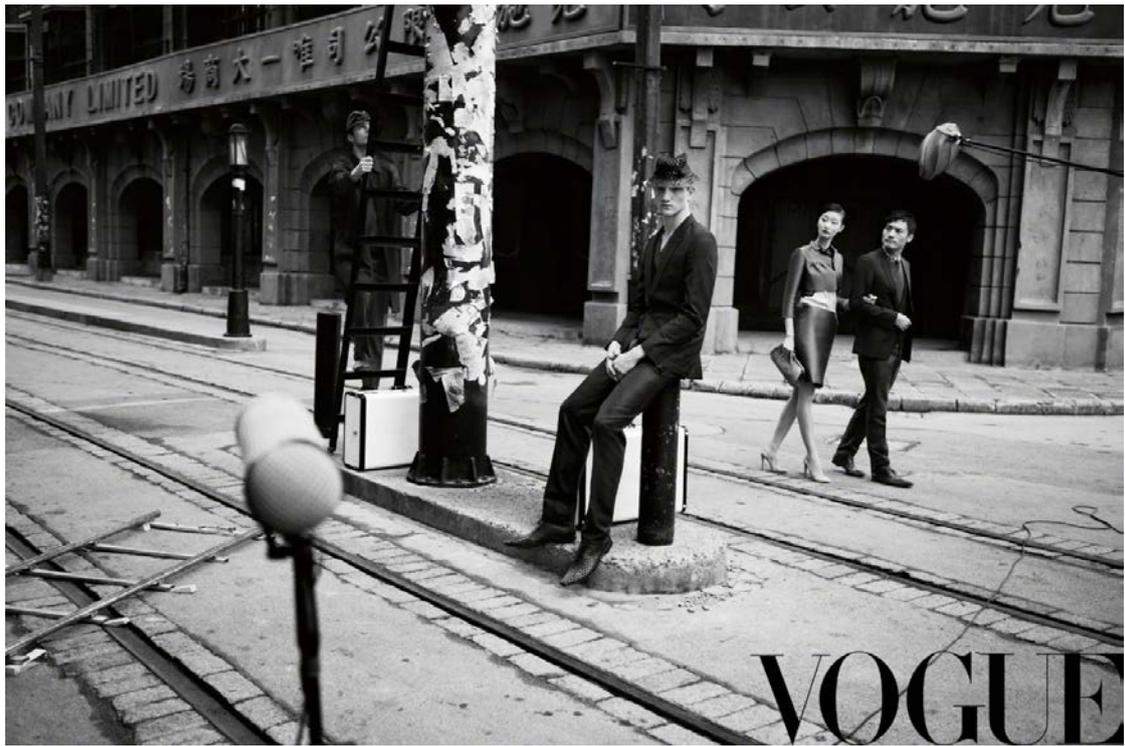
*La signora Prada fotografata nella Sala del biliardo di Prada Rong Zhai. Si dice che le sezioni cave delle pareti tra le boiserie fossero rivestite in origine di tessuto, per cui quando la stanza è stata restaurata, è stato realizzato un tessuto che riprende quello d'epoca. "Abbiamo riprodotto con cura la bellezza sobria ma raffinata e delicata della casa... non avevamo intenzione di creare un'immagine lussuosa", ha spiegato la stilista.*



*La signora Prada sulla porta della Camera da letto dei Fiori di loto. Si suppone che la stanza in colori pastello fosse all'epoca la camera da letto di una donna. Il restauro di Prada Rong Zhai è stato effettuato nel rispetto della complessa artigianalità originale. Quasi tutte le parti sono state recuperate a mano da artigiani italiani e cinesi. "Non gli abbiamo messo fretta", racconta la stilista, "C'è voluto molto tempo, perché ci abbiamo veramente messo il cuore."*



*Lo scivolo creato da Carsten Höller che parte dall'ufficio della signora Prada, nella sede centrale della casa di moda a Milano.*



*Una scena del film First Spring, frutto di una collaborazione tra l'artista cinese YANG Fudong e Prada.*



*Progettata da Rem Koolhaas, maestro dell'architettura, la Fondazione Prada, museo d'arte, è stata ultimata nel 2015 a Milano; la Haunted House è un tratto particolarmente distintivo per l'esterno rivestito di oro 24k.*

(L'immagine seguente è stata pubblicata nella versione online)



*Abbiamo scattato fotografie di 13 esponenti della cultura contemporanea a Prada Rong Zhai, tra cui LU Yang, JIN Yucheng, YU Nan.*

Fotografo: CHEN Man



INTERVIEW BY STEFANO RONCATO

## MIUCCIA PRADA

«**L**a passione per l'arte arrivata relativamente tardi nella mia vita. La mia formazione culturale è stata più letteraria, filosofica e cinematografica. All'arte mi sono avvicinata attraverso lo studio, la lettura e viaggiando». Miuccia Prada racconta così quell'avventura che l'ha portata a esplorare nuovi territori, oltre alla moda, di cui è diventata una figura iconica. Un cammino di ricerca che ha sempre creato collisioni di talenti e artisti. Un sentiero che è culminato con la nascita della Fondazione Prada, con sedi a Milano e Venezia. E la recente apertura della storica residenza Rong Zhai a Shanghai. Un luogo dove continuare ad attivare idee.

**Quale relazioni stabilisce con gli artisti con cui collabora?**

C'è generalmente un rapporto di dialogo, di lunghe discussioni e di scambio reciproco. L'incontro con gli artisti mi aiuta a riconsiderare le mie idee e soprattutto a mettermi a confronto con mondi che non conoscevo.

**Pensa di essere un mecenate?**

No, io e mio marito non siamo mecenati, quello che facciamo con la Fondazione è qualcosa di molto più profondo. Siamo attivatori di idee. Questa è

# «MI AUGURO CHE L'ARTE, OLTRE A ESSERE UTILE, DIVENTI ANCHE QUALCOSA DI ATTRATTIVO E DIVERTENTE, DA CONDIVIDERE CON GLI ALTRI»

la nostra motivazione e quello che ci viene riconosciuto.

## Quali influenze reciproche hanno moda e arte?

Sono per me due ambiti separati, anche se seguono lo stesso processo creativo. Dal mio punto di vista la moda deve essere un collegamento con la realtà, non una bolla di bellezza classica, per questo mi piace il cortocircuito e la contaminazione di forme e riferimenti culturali che ritrovo anche nell'arte contemporanea.

## Come è nata la scelta di creare la Fondazione Prada? Come si evolverà?

La decisione di aprire uno spazio pubblico dedicato all'arte e alla cultura risale a quasi venticinque anni fa. Dopo molti progetti d'arte, cinema, architettura, filosofia realizzati in Italia e all'estero, abbiamo deciso di aprire nel 2015 una sede permanente a Milano. Un ex complesso industriale è diventato uno spazio di approfondimento e di studio, come nel caso della mostra d'arte antica «Serial Classic» a cura di Salvatore Settis, un luogo di sperimentazione di nuovi linguaggi come con l'installazione multimediale di Alejandro G. Inárritu o una piattaforma di ricerca per artisti come Goshka Macuga, Francesco Vezzoli, Theaster Gates e molti altri. L'arte non è il nostro unico campo d'azione: negli ultimi tre anni abbiamo esplorato altre discipline come il cinema, la fotografia e la performance con un approccio libero da preconcetti.

## Dopo l'apertura di Shanghai, quali saranno i prossimi progetti?

La residenza storica Rong Zhai è uno spazio flessibile per varie attività del gruppo Prada tra le quali ci saranno progetti culturali e artistici. Nelle sedi della Fondazione a Milano e Venezia continueremo a rafforzare il nostro impegno nel leggere momenti della nostra storia artistica e culturale attraverso prospettive inedite, a porci interrogativi sul presente attraverso la collaborazione con artisti contemporanei e il contributo di importanti intellettuali, a indagare la realtà con gli strumenti della cultura, tentando di partecipare all'attuale dibattito delle idee.

## Quale sarà il futuro dell'arte? Come la vede fra vent'anni?

Spero che in futuro l'arte rappresenti sempre più un mezzo per orientarsi nella comprensione del mondo e delle sue differenze, uno strumento che ci aiuti a costruire una visione libera e autonoma della realtà. Mi auguro che l'arte, oltre a essere utile, possa diventare anche qualcosa di attrattivo e divertente, da condividere con gli altri. (riproduzione riservata)

**MUCCIA PRADA** - by Stefano Roncato

"I hope that art, in addition to being useful, can also become something attractive and fun to share with others"

"I became passionate about art relatively late in my life. My cultural education was based more on literature, philosophy and cinema. I approached art through study, reading and traveling". This is how Miuccia Prada discusses the adventure that led her to explore new territories beyond the sector for which she has become an iconic figure, fashion; a research journey that has always involved the colliding of talents and artists, a journey that culminated with the creation of the Prada Foundation with headquarters in Milan and Venice. And the recent opening of the historic Rong Zhai residence in Shanghai: a place which continues to give rise to new ideas.

### What relationships do you establish with the artists you work with?

We generally have a relationship that includes dialogue, lengthy discussions and mutual exchange. Interacting with the artists helps me reconsider my ideas, and above all helps me compare myself with worlds I was totally unaware of.

### Do you consider yourself a patron?

No, my husband and I are not patrons; we do something much deeper with the Foundation. We are idea activators. This is our motivation, and is what we are acknowledged for.

### What reciprocal influences do fashion and art have?

They are two distinct areas for me, even if they follow the same creative process. From my point of view, fashion must be a connection to reality, not an isolated element of classical beauty; this is why I like short-circuiting and contaminating shapes and cultural references that I also find in contemporary art.

### How did the choice to create the Prada Foundation come about? How will it evolve?

The decision to open a public space devoted to art and culture dates back to almost twenty-five years ago. After having carried out many art, cinema, architecture and philosophy projects in Italy and abroad, we decided to open a permanent office in Milan in 2015. An ex-industrial complex was turned into an area for research and study; it has hosted the ancient art exhibition "Serial Classic" by Salvatore Settis, has been a venue for experimenting new languages, as with the multimedia installation by Alejandro G. Inárritu, as well as a research platform for artists such as Goshka Macuga, Francesco Vezzoli, Theaster Gates and many more. The Foundation deals with much more than art: over the last three years we have explored other subjects such as cinema, photography and performance, all with an approach entirely lacking preconceptions.

### After the opening of Shanghai, what are the next projects?

The historic Rong Zhai residence is a flexible space for various Prada Group activities, including cultural and artistic projects. At the Foundation's offices in Milan and Venice we will continue to strengthen our commitment to re-reading moments of our artistic and cultural history through new perspectives, questioning the present through collaborations with contemporary artists and contributions from important intellectuals, investigating reality with the tools of culture while trying to participate in the current debate of ideas.

### What will be the future of art? How do you see it in twenty years?

I hope that in the future, art will increasingly help us orient ourselves in understanding the world and its differences, as a tool that helps us build a free and independent vision of reality. I hope that art, in addition to being useful, can also become something attractive and fun to share with others. (All rights reserved)

**MUCCIA PRADA**

"我希望艺术不仅具有实用性而且能够变得更有吸引力,更有趣味性,可以和其他人一起分享"

STEFANO RONCATO采访报道

"我这一生对艺术的热爱来得比较晚。我受到的文化教育更多的是文学、哲学和电影方面的教育。我是通过学习、阅读和旅行来了解艺术的。"MUCCIA PRADA讲述了自己的人生冒险,尽管她已经是时尚界一个标志性的人物,但是她依然冒险去探索时尚之外的新领域。探索之旅总是造就才华与艺术家之间的碰撞。此次探索之旅最大的收获就是创建了PRADA基金会,基金会在米兰和威尼斯都设有办事处。最近,上海历史故居荣宅经PRADA修缮后正式对外开放。这是一个继续激活创意的地方。

### 您和与您一起工作的艺术家之间建立了怎样的关系?

通常来说,是一种对话、长谈、会探讨和交流的关系。与艺术家的会面可以帮助我重新思考自己的想法,最重要的是让我面对自己不认识的世界。

### 您打算成为艺术赞助者吗?

不,我和丈夫都不是艺术赞助者。我们和基金会一起做的事情更深入一些。我们是创意的激发者,这既是我们的动力,也是我们被大家所认可的模式。

### 在您看来,时尚和艺术之间是怎样相互影响的?

尽管这两者都遵循相同的创作过程,但我认为,这是两个截然不同的领域。我个人觉得,时尚必然与现实紧密相连,而不只是古典美学的幻影。因此我喜欢在当代艺术中探寻文化形式和内容之间的相互碰撞和影响。

### 如何产生了创建PRADA基金会的想法?将来基金会还要涉足哪些领域?

大约二十五年前,我们就已经决定,要设置一个专门用于艺术和文化的公共空间。我们在意大利和国外实施了许多艺术、电影、建筑、哲学项目,在2015年决定于米兰建立常驻办事处。废弃的工业园区已经成为一个开展学习和探索的新空间,例如SALVATORE SETTIS负责的"经典系列"(SERIAL CLASSIC)古典艺术展,这是一个尝试新言进行表达的场。例如ALEJANDRO G. INÁRRITU的多媒体装置,或者GOSHKA MACUGA, FRANCESCO VEZZOLI, THEASTER GATES等众多艺术家的探索平台。艺术并不是我们唯一涉足的领域:在过去的三年里,我们以前所未有的方式积极探索其他领域,如电影、摄影和表演。

### 上海荣宅对外开放之后,接下来会有什么项目呢?

上海历史故居荣宅是一个灵活的展示空间,可以用于PRADA集团的各项活动,包括文化和艺术项目。在米兰和威尼斯的基金会办事处,将继续不断加强我们的工作,通过前所未有的视角重新审视我们的艺术和文化历史时刻。就现实问题与当代重要的艺术家及知识分子展开合作,用文化手段来调查现实,尝试着参与当前的思想讨论中。

### 您觉得未来的艺术是怎样的?您如何看待二十年后的艺术?

我希望将来艺术逐渐成为理解世界和世界差异性的一种方式;并且成为一个工具,帮助我们构建一个自由的,不受现实约束的视角。我希望艺术不仅具有实用性,而且能够变得更有吸引力,更有趣味性,可以和其他人一起分享。(非同同意,他人不得出版或作更改)

# MIUCCIA

226

*I fly to Milan in the morning and we meet in the afternoon at her company's headquarters. Our interview takes place in a large tasteful and rather bare office, with her PR director present. We have three voice recorders between us, and her PR takes copious notes as we talk.*

Authenticity is an original thought, a concept or idea. For a fashion designer it would be someone who invented something that other people go on to copy. But nobody actually cares about authenticity anymore, about who did something first, second or third. Today we have a copy of a copy of a copy. No one talks about authenticity, with the exception of you and a few extravagant intellectuals maybe. As a concept, it's not relevant anymore. Today it's considered stupid. The last one to do something, is the one who invented it. Sometimes I think it's a bit discouraging, but then again I refuse to criticise because you have to live your own moment and deal with it. All our culture derives from other cultures, but authenticity is when you can add something of your own and push things forward. It's an idea transformed into something concrete. Today everybody is inventing their lives; it's all embellishment and upgrading. No one tells the truth – I think that's why we long for authenticity.

I often ask myself why we are completely fixated on fashion and completely ashamed of it at the same time. Maybe it's because fashion is still seen as a woman's work, and maybe it's because we feel shame in talking about ourselves. Clothes after all are about our bodies and appearance and sexuality, and to many people being transparent about those things is too personal. My son sometimes tells me that a lot of his friends would like to work in fashion, but they don't; it's as if they think fashion people have rabies. Fashion is associated with something superficial. And I don't mean the commercial aspect of the industry: often the only thing people like about fashion is that it makes money. I know the feeling well: I've been ashamed my whole life about being in fashion. But people in fashion are more cultivated than most – the youngest of my assistants knows more than any bank manager about art, about cinema. We have to be educated to work in this industry. Having said that, fashion is for people with no problems; it's for moments of pleasure. When you're in pain, aesthetics doesn't exist. If you're sick, you don't care about clothes. During war, art stops.

227

**PRADA**

Head designer, Prada and founder Miu Miu

I do have enormous respect for fashion though – I want to make that clear. I don't think it's in any way less valid as a creative discipline. To work in fashion you have to be open, educated, curious. Maybe the people who still see fashion as inferior are just more bourgeois than I am. Maybe they have preconceived ideas or maybe they are just afraid of what people will think or say if they go into fashion. I know a lot of people in that genre. You know, the ones who think they are too chic, too smart, too intellectual to work in fashion. Sometimes I have fun thinking about the fall of the super intellectual: the one who thinks he's above the vulgarities of everyday life. The people who really practice what they preach are very few. Perhaps that's true authenticity.

228 I like to work against things: if something is luxurious I want to make it cheap, if something is cheap I want to make it look luxurious. That's my way of thinking so I'm in constant conflict with myself. We're luxury, but not luxury – and anyway luxury is such an abused word today. I have more doubts than certainty, and I encourage constant change. I hate when companies become too well-defined. I have a hard time with branding, when you have to reduce a company to a few chose terms. It's so superficial: it irritates me and makes me suffer. We still have to do it, I know, but I try to do it in a way that is a bit more anarchic. Sometimes we do it well, sometimes badly because we don't do it from a perspective that is only about being rational or commercially valid. The problem now is that we are big so we can't be completely experimental. I want us to be even more daring or bold, but we have different responsibilities than we used to. To reduce all the ideas that goes into making a collection into a few words upsets me, because simplifying something complex makes it superficial. But then again, to try and make it sound intellectual, I also hate. I do know the limits that I can move within, I know who I am and who we are, and how big the company is and what that means. So far I think I've dealt with what I have decently, though I know that by choosing not to be loud and superficial I won't reach as many people. But I want to introduce some humanity and intelligence into fashion and I've made the choice not to be understood by everybody. Being popular, convincing and clever is a difficult balancing act. If you're niche, you don't have that problem but then again you speak only to people like yourself.

In my work I have to behave in a way that I both like and don't like. It's tricky. A struggle. I want to be able to be open with a journalist for example, but what used to be talking to a niche magazine, today can be taken out of context and go viral in an instant. You just have to be more careful. Now I'm sitting here talking to you, emissary from a very sophisticated journal, but I know that I'm really talking to everybody else too. But to compromise is not a bad thing, you have to compromise with everybody – your kids, your husband, everybody. It's what democracy is all about, though democracy doesn't seem to be so trendy at the moment. You can still achieve a lot within a compromise – it's

not like it makes you another person. The compromise is necessary to get things done. We have tried doing highly sophisticated things, but in the end no one bought them. For me making concessions is essential to at least say *something*; if no one listens all you end up doing is talking to yourself. Don't misunderstand me though: I'm not saying that only if you're big can you be influential. Many small things can together have an impact. Of course you can choose to step out of the system. It's what Azzedine Alaïa did. But he was small, and he liked to work in the tradition of the artisan, to do everything by himself.

I'm intuitive. I tend not to analyse. I don't think of myself as an artist. To me art is pure, it's not made with commerce in mind. That's why it's important for me to separate art from fashion. Do you know how many important artists have asked me to do bags with them? I won't do it, because I think the two disciplines should be kept separate. Maybe, because of the way I grew up, I still have too much respect for the art world and the intelligentsia: I never wanted to take advantage of artists to make my work in fashion more valuable. I decided that a long time ago, and though now I might think differently I've stuck with it, just out of principle. So many people within the company have tried to make me change my mind, but I won't – sometimes you have to protect your principles, even if they're stupid.

When you're alone with a friend you can allow yourself to say things that are politically incorrect. It's important to, no thought can advance if you have to remain politically correct all the time. But censorship is huge now. Basically you can't say anything interesting on the record. I did an interview with a very important journalist some time ago, but then I told him to cancel eighty percent of what I'd said. I know that makes me the censor but I don't want to ruin my life over an interview. I have responsibilities. It's hard because whatever I do, someone ends up being upset. A company our size has to think about everything. I made the choice not to be niche, only for the sophisticated few, so I have to accept the limitations of that choice. I prefer to make what is perhaps sometimes not so good but its reach is wide. I want to understand the habits of the Arabs, of the Chinese... I want to understand how different cultures respond to different things; ultimately that's much more interesting and challenging to me. It does mean though that I can't be totally independent in what I do.

In my life I've passed through many moments, and many that have been freer than the one we're living through today. Even in fashion you notice this. We are undergoing a major revolution in terms of communication, and I understand the limits of this moment in time. I remember when travelling meant you actually had to stop talking on the phone – now everybody just keeps on talking. Not me. Or at least not as much. I don't have social media; I don't even have a computer. So far I've refused to engage because I knew it would only mean

more work. But I've been told that it's the only thing that people look at nowadays, and that I'd better get involved so since one month I'm studying the internet. I'm looking at social media and everything else that goes on the *macchinetta*. I want to learn how to respond to it, because online you can really find boundless superficiality and stupidity, but also – I hope – super clever things.

The speed of fashion is stressful, but fantastic. We can do things in months that would take years for an institution or museum. We do the Prada show in one month, and the Miu Miu show in ten days. Granted, I have a monster machine behind me. I know people complain about the pace but I change my opinion all the time, and get bored easily so it works for me. I try to think of every aspect of my work as small parts of a bigger whole, flashes of ideas, and I've found that it makes my attitude to work easier. I don't have to think, 'Oh my god, there's a show coming up and I have to be a genius, I have to be good, I have to deliver.' It takes the pressure off and helps me keep perspective. I can get bored at times and just let people do what they want, and sometimes I can regret that. But ultimately my life is more important – I can't control everything and sometimes I have to just let things go. I don't always want to go into our shops because I always notice things I would like to have done differently, and I have to stop with that. Sometimes I get hysterical and give directions all over the place, and I have to stop with that too. I can't let my work take over my life. Thanks god I have more things to my life than work, so if a horrible dress slips through the cracks, so what? Life is always more important.

## MIUCCIA

*Arrivo a Milano in aereo al mattino e ci incontriamo il pomeriggio presso la sede della sua azienda. L'intervista si svolge in un grande ufficio di buon gusto e piuttosto spoglio, in presenza del suo responsabile PR. Tra di noi ci sono tre registratori, e il suo PR prende una quantità di appunti mentre parliamo.*

L'autenticità è un pensiero, un concetto o un'idea originale. Per uno stilista di moda sarebbe qualcuno che ha inventato qualcosa che altri continuano a copiare. Ma in realtà nessuno bada più all'autenticità, a chi ha fatto qualcosa per primo, secondo o terzo. Oggi abbiamo una copia di una copia di una copia. Nessuno parla di autenticità, ad eccezione forse di voi e di qualche intellettuale stravagante. Come concetto, non è più rilevante. Oggi è considerato stupido. L'ultimo che fa una cosa è quello che l'ha inventato. A volte penso che sia un po' scoraggiante, ma d'altra parte mi rifiuto di criticare perché bisogna vivere il proprio tempo e sapersi destreggiare. Tutta la nostra cultura deriva da altre culture, ma l'autenticità è quando riesci ad aggiungere qualcosa di tuo e a far andare avanti le cose. È un'idea trasformata in qualcosa di concreto. Oggi tutti inventano la loro vita; è tutto abbellimento e miglioramento. Nessuno dice la verità, penso che sia per questo che aneliamo all'autenticità.

Spesso mi domando perché siamo completamente fissati con la moda e al contempo ce ne vergogniamo totalmente. Forse è perché la moda è ancora considerata un lavoro da donna, e forse è perché abbiamo vergogna di parlare di noi. I vestiti, dopo tutto, riguardano il corpo, l'aspetto esteriore e la sessualità, e per molte persone essere trasparenti su queste cose è troppo personale. A volte mio figlio mi racconta che molti suoi amici vorrebbero lavorare nella moda ma non lo fanno; è come se pensassero che la gente della moda avesse la rabbia. La moda viene associata a qualcosa di superficiale. E non intendo l'aspetto commerciale del settore: spesso l'unica cosa che la gente apprezza della moda è che si guadagna. Conosco bene la sensazione: per tutta la vita ho provato vergogna per il fatto di essere nella moda. Ma la gente della moda è più colta della media – la più giovane delle mie assistenti si intende di arte e di cinema più di qualsiasi direttore di banca. Bisogna essere colti per lavorare in questo settore. Detto questo, la moda è per le persone senza problemi; è per i momenti di piacere. Quando soffri, l'estetica non esiste. Se sei malato, non te ne importa nulla dei vestiti. In tempo di guerra, l'arte si ferma.

Ho però un enorme rispetto per la moda – voglio che sia chiaro. Non penso assolutamente che sia meno valida come disciplina creativa. Per lavorare nella moda bisogna essere aperti, colti, curiosi. Forse le persone che considerano ancora inferiore la moda sono semplicemente più borghesi di me. Forse hanno pregiudizi o forse hanno solo paura di quello che penserà o dirà la gente se entrano nella moda, conosco molte persone del genere. Sa, quelli che pensano di essere troppo chic, troppo intelligenti, troppo intellettuali per lavorare nella moda. A volte mi diverto a pensare alla caduta del super intellettuale: quello che pensa di essere al di sopra delle volgarità della vita quotidiana. Le persone che mettono veramente in pratica ciò che predicano sono pochissime. Forse è quella la vera autenticità.

Mi piace lavorare andando contro lo stato delle cose: se una cosa è lussuosa voglio renderla dozzinale, se è dozzinale voglio renderla lussuosa. È il mio modo di pensare per cui sono costantemente in conflitto con me stessa. Facciamo lusso, ma non proprio – e comunque oggi lusso è una parola molto abusata. Ho più dubbi che certezze, e incoraggio il cambiamento costante. Detesto quando le aziende diventano troppo ben definite. Faccio fatica con il branding, quando devi ridurre un'azienda a qualche termine scelto. È troppo superficiale: mi irrita e mi fa soffrire. Dobbiamo comunque farlo, lo so, ma cerco di farlo in modo un po' più anarchico. A volte ci riesce bene, a volte male perché la nostra prospettiva non è soltanto di essere razionali o commercialmente validi. Adesso il problema è che siamo così grandi che non possiamo essere completamente sperimentali. Vorrei che fossimo ancora più audaci, che osassimo ancora di più, ma abbiamo responsabilità diverse rispetto al passato. Ridurre a poche parole tutte le idee che portano alla creazione di una collezione mi disturba, perché semplificando qualcosa di complesso lo si rende superficiale. Ma d'altra parte, odio anche cercare di farlo sembrare intellettuale. Conosco i limiti entro i quali posso muovermi, so chi sono io e chi siamo noi, e quanto è grande l'azienda e che cosa significa. Finora penso di essermela cavata decentemente, anche se so che scegliendo di non essere chiassosa e superficiale non arriverà allo stesso numero di persone. Ma voglio introdurre un po' di umanità e di intelligenza nella moda e ho fatto la scelta di non essere capita da tutti. Essere famosa, convincente e intelligente è un difficile numero di equilibrio. Se sei di nicchia, non hai quel problema ma in quel caso parli soltanto alle persone come te.

Nel mio lavoro devo comportarmi in un modo che al tempo stesso mi piace e non mi piace. È complicato. Una lotta. Voglio riuscire a essere aperta con un giornalista, per esempio, ma quello che in passato era un discorso con una rivista di nicchia, oggi può essere estrapolato dal contesto e diventare virale in un attimo. Devi per forza stare più attenta. Adesso sono qui seduta a parlare con lei, emissario di una rivista molto sofisticata, ma so che in realtà sto anche parlando con tutti gli altri. Però il compromesso non è una cosa negativa, bisogna fare compromessi con tutti – i tuoi figli, tuo marito, tutti. È il fulcro della democrazia anche se in questo momento la democrazia non sembra molto di tendenza. Si può comunque ottenere molto anche nell'ambito di un compromesso, non è che per questo diventi un'altra persona. Il compromesso è necessario per riuscire a fare. Abbiamo cercato di fare cose estremamente sofisticate, ma alla fine nessuno le comprava. Per me fare concessioni è essenziale per dire almeno *qualcosa*; se nessuno ti ascolta finisci per parlare da sola. Non mi fraintenda però: non sto dicendo che solo se si è grandi si può essere influenti. Molte piccole cose insieme possono avere un impatto. Naturalmente puoi scegliere di tirarti fuori dal sistema. È quello che ha fatto Azzedine Alaïa. Ma la sua era una piccola impresa, e gli piaceva lavorare nella tradizione dell'artigiano, fare tutto da solo.

Io sono intuitiva. Tendo a non analizzare. Non mi considero un'artista. Per me l'arte è pura, non è fatta pensando al commercio. È il motivo per cui per me è importante separare l'arte dalla moda. Sa quanti artisti importanti mi hanno chiesto di realizzare delle borse con loro? Non voglio, perché penso che le due discipline debbano essere separate. Forse per come sono cresciuta, ho ancora troppo rispetto per il mondo dell'arte e l'intelligenza: non ho mai voluto approfittare degli artisti per rendere più prezioso il mio lavoro nella moda. L'ho deciso molto tempo fa, e anche se magari adesso la penso diversamente sono rimasta fedele a questa scelta, per principio. Moltissime persone in azienda hanno cercato di farmi cambiare idea ma io non cedo, a volte devi difendere i tuoi principi, anche se sono stupidi.

Quando sei da sola con un'amica ti puoi permettere di dire cose che sono politicamente scorrette. È importante: nessun pensiero può progredire se bisogna rimanere sempre politicamente corretti. Ma oggi la censura è enorme. Fondamentalmente non puoi dire niente di interessante in via ufficiale. Qualche tempo fa ho rilasciato un'intervista a un giornalista importantissimo ma poi gli ho detto di cancellare l'ottanta per cento di quello che avevo detto. So che in questo caso sono io il censore ma non voglio rovinarmi la vita con un'intervista. Ho delle responsabilità. È difficile perché qualunque cosa faccia, finisce che qualcuno se la prende. Un'azienda delle dimensioni della nostra deve pensare a tutto. Ho compiuto la scelta di non essere di nicchia, solo per poche persone sofisticate, per cui devo accettare le limitazioni di quella scelta. A volte preferisco fare una cosa non tanto bella ma che arriva a un gran numero di persone. Voglio capire le abitudini degli arabi, dei cinesi... Voglio capire come culture diverse reagiscono a cose diverse; in fin dei conti per me è molto più interessante e stimolante. Significa però che non posso essere del tutto indipendente in quello che faccio.

Nella mia vita ho attraversato molti momenti, e molti sono stati più liberi di quello in cui viviamo attualmente. Si nota persino nella moda. Stiamo vivendo una vera rivoluzione in termini di comunicazione, e capisco i limiti di questo momento temporale. Ricordo quando viaggiare voleva dire che dovevi veramente smettere di parlare al telefono – adesso tutti continuano a parlare. Io no. O almeno non quanto loro. Non sono sui social media; non ho nemmeno un computer. Finora mi sono rifiutata di essere coinvolta perché so che significherebbe solo lavoro in più. Ma mi hanno detto che è l'unica cosa che la gente guarda oggi, e che farei meglio a occuparmene per cui da un mese sto studiando internet. Osservo i social media e tutto il resto che succede sulla "macchinetta". Voglio imparare come reagire, perché online si possono veramente trovare una superficialità e una stupidità infinite, ma anche – spero – cose super intelligenti.

La velocità della moda è stressante ma fantastica. Riusciamo nel giro di mesi a fare cose per cui un'istituzione o un museo impiegherebbe anni. Facciamo la sfilata Prada in un mese, e quella Miu Miu in dieci giorni. Ovvio che ho alle spalle una macchina mostruosa. So che le persone si lamentano dei ritmi ma cambio parere continuamente, e mi annoio facilmente per cui per me funziona. Cerco di pensare a tutti gli aspetti del mio lavoro come piccole parti di un tutto, lampi di idee, e ho scoperto che è un atteggiamento che mi permette di lavorare più facilmente. Non devo pensare: 'Oddio c'è una sfilata a breve e devo essere geniale, devo essere brava, devo ottenere un risultato'. Mi solleva dalla pressione e mi aiuta ad avere la giusta prospettiva. A volte mi annoio e lascio che gli altri facciano quello che vogliono, e a volte me ne pento. Ma alla fine la mia vita è più importante — non posso controllare tutto e qualche volta devo lasciar andare. Non voglio mai andare nei nostri negozi perché noto sempre cose che mi piacerebbe aver fatto diversamente, e devo smetterla. A volte divento isterica e do ordini a destra e a manca, e devo smetterla anche

con questo. Non posso lasciare che il lavoro prenda il sopravvento sulla vita. Grazie a Dio nella mia vita c'è altro al di là del lavoro, per cui se un vestito orribile sfugge tra le maglie della rete, pazienza! La vita è sempre più importante.

**PRADA**

Direttore creativo di Prada e fondatrice di Miu Miu