

"Many works of Prada don't look old because it's never a trend for a trend's sake," says Miuccia Prada, opposite. "It's more concept than trend." This page: poplin shirt, nylon gabardine bustier top, pleated skirt and sports socks, all Prada s/s '18. Nylon gabardine turban, Prada s/s '07. Hair: Sam Meknight. Make-up: Lisa Butler. Nails: Karen Louise. Tailor: Ian Humbley. Production: Laura Holmes. Model: Mariacarla Boscono





In the 1980s, Miuccia Prada changed luxury fashion irrevocably by introducing nylon to the catwalk. Three decades on, as she tells Claudia Croft, she remains a revolutionary.
Photographs by Jamie Hawkesworth.
Styling by Edward Enninful

The Prada perspective



1987



1988

"I hated all the bags that were around," says Miuccia Prada of her decision to introduce her pioneering nylon bag in 1984. "They were so formal, so lady, so traditional, so classic." Left: the nylon clutch in the a/w '87 campaign. Above: Prada's emerald clutch among a haul of designer handbags in American Vogue, March 1988. Right: the sporty backpack goes high-end in 1989

Miuccia Prada slips off her mannish grey coat in the concrete surrounds of her Milan office. Underneath, she's wearing a crisp white shirtdress, legs bare despite the cold, with kitten heels from her latest collection. Her hair is pulled back from her handsome face, and the little red crocodile bag she carries is struggling to cope with everything she's crammed inside.

Prada is the most unlikely-looking punk, but that is how she sees herself. "It's true," she explains, grey pearl-drop earrings dancing at her earlobes as she speaks. "Not punk in a superficial way, but in finding a way to change things, to go against the system." For Prada, punk is not about safety pins through noses. Punk is a state of mind, an approach to life and a constant, restless questioning of the status quo.

For as long as she can remember, Prada has been fiercely independent in mind and taste. Conforming simply isn't in her nature, and fashion has always played a part in that narrative. When she was 14 she was the first person in her school to adopt the hippy look. At university, where she studied political science and mime, she joined the Italian Communist Party – but while her comrades wore jeans and sneakers, she preferred skirts and went to demonstrations in YSL.

Was this simply contrariness or something more purposeful? "Be seen, be heard" could be a Prada motto. Her desire to stand out from the crowd is a way of staking a claim on the world. Fashion is her weapon of choice, and she knows how to force a double take. Prada has a habit of taking familiar classics or the clichés of good taste and turning them into something strange. The most powerful example of Prada's "wrong chic" are the dresses she fashioned in the 1990s from industrial nylon, a fabric that had never been used in high fashion before. For all their quirk, there's a provocative assertiveness to her designs. A woman wearing Prada can't be ignored.

"Being a feminist in the 1970s, you can imagine how inappropriate it was talking about fashion. But I loved it so much that I did it," she admits. In the mid-1970s she began working for the family firm – founded in 1913 by her grandfather Mario as a leather-goods purveyor – and in 1978, took over the helm of the company from her mother, who had run it for the two decades before. That same year, she married the fashion entrepreneur Patrizio Bertelli, and together they have turned Prada into a £2.75 billion global business. It was Bertelli who prompted her to design clothes as well as bags, saying he'd hire someone else if she didn't. Her competitive streak kicked in and Prada took on the challenge.

At the beginning, she remembers feeling "super-conflicted" about being a fashion designer, "because I was thinking I was doing a superficial job". Her antidote to that was her complex creative process. Prada, the punk, is an oppositional thinker.

One of her early, radical acts at the helm of Prada came in 1984, when she introduced the now-iconic nylon backpack. Margaret Thatcher was in Downing Street and *Indiana Jones* dominated at the box office. Back then, in the moneyed, big-haired, bombastic 1980s, to make a designer bag in nylon was, she says, "really an idea". It went against everything that was considered luxurious at the time. "I was searching," explains Prada, "because I hated all the bags that were around. They were so formal, so lady, so traditional, so classic."

She found the antidote at a factory making parachutes for the military, weaving super-thin thread on 19th-century machines. She decided to make this industrial Pocono nylon into a backpack, a style not traditionally carried by women and resolutely unbourgeois. "Of course, I loved it," she says.

It would take the rest of the world 10 years to feel the same way about the Prada backpack. It wasn't until the early 1990s, when recession and grunge had put paid to 1980s excess, that it became one of the first It-bags. By 1994, Prada



“Be seen, be heard” could be a Prada motto. Her desire to stand out from the crowd is a way of staking a claim on the world

had graduated to using nylon for clothes, creating a seminal autumn/winter collection that treated it like cashmere or silk. It was a watershed moment, which some critics dubbed the fashion equivalent of Marcel Duchamp’s unveiling of *Fountain*, in 1917. Just as that urinal sculpture changed what could be considered art, Prada’s nylon challenged the very notion of what she describes as “the traditional, conservative idea of luxury”. It no longer had to be about thread count, or how many crystals were sewn on to an object. Luxury could be abstract. It could be an idea.

Nylon has appeared in Prada collections ever since, but for spring/summer 2018, the fabric once again took centre stage, with black nylon masculine overcoats worn with the sleeves pushed up in purposeful fashion. Add to that nylon dirndls and jogging shorts, as well as satchels, bum bags and many new iterations of the famous rucksack, slashed with studded red leather straps.

Prada is careful not to make overt political statements about the clothes she makes, saying that she gave up politics when she took up fashion, but backstage, she spoke in unequivocal feminist terms of “just wanting to change the world. Especially for women, because there’s so much against us, still.” Later, in her office, she picks up the subject again. “We are still here. We are clever, we are great, we have everything. Why are we not equal?” she demands, before offering her thoughts on what’s holding women back. “No one has an answer, but after many years of thinking, probably one answer could be that we are fearful of violence, we are physically weak and we have children to protect,” she says.

Her response is to create a practical wardrobe that modern women can relate to, with resistance stitched in. “I try to be political as much as I can through my work, but not in an obvious way because I think that using fashion for politics, it has to be subtle.”

Slogan T-shirts aren’t Prada’s style. “My thoughts are complex. I would never be able to express them in one word,” she says. But there are other ways to make a point. Interspersed with the can-do utility of her nylon pieces were prints featuring the work of feminist cartoon artists, depicting female superheroes battling evil forces. It’s not a direct reference to Donald Trump or an explicit comment on the rolling back of women’s rights, but it is her way of saying she’s not going to take it. “If people like to analyse, there is a depth. Who cares if no one reads it – but it’s there,” she says.

Prada muses on her 30-year obsession with nylon. “Back then what I said was really new, but that feeling is back again. Now is the right moment,” she explains, citing a fashion cycle that had become bloated by couture-inspired richness. Luxury, she says, “is such an abused word” that the time is right for some palate-cleansing, utilitarian, agenda-setting nylon.

For the *Vogue* shoot, Prada dug into her archive to recreate some of her favourite pieces in nylon gabardine. > 306

"If people like to analyse, there is a depth. Who cares if no one reads it – but it's there," says Prada. This page: sleeveless nylon gabardine bustier and leather jacket, Prada a/w '94. Nylon gabardine skirt, Prada s/s '95. Leather boots, Prada pre-a/w '15. Opposite: nylon gabardine dress, Prada a/w '06. Nylon gabardine flared skirt, Prada a/w '06. Studded leather belt and slingbacks, Prada s/s '18. Turban, Prada s/s '07





GRAN BRETAGNA - VOGUE - PRADA - 01.03.18



Photographed side by side with her current season, it's difficult to tell which designs are old and which new. "Actually, I think they are very contemporary," says Prada of clothes she designed more than 20 years ago. "Many works of Prada don't look old because it's never a trend for a trend's sake. It reflects aspects of people, personalities and ideas. It's more concept than trend," she reflects, citing a creative process that involves rounds of rigorous questioning and pushing for something new. "I do so much thinking. I doubt everything. That is the process of my job, the doubt, the discussion," she says. "You do something, maybe a camel coat, but how can a camel coat be against the notion of itself? It's my way of working. Always trying to go against the rules, the cliché."

Prada is not immune to the pressure on sales across the whole of the luxury sector, but the designer wants to woo a new generation of customers, without patronising them with so-called "millennial" product categories. "When they talk about millennials, it's because somebody wants to sell something to them, and I think it's deeply disrespectful," she says. She describes selling as "definitely an important part of our job, but it's not our instinct. Our instinct is just doing a good job, to respect people, to do something we think is meaningful."

Conversation with Prada is intense. She fiddles obsessively with a sugar sachet as we speak and describes thoughts as bouncing along in her agile mind, like parkour. We talk about what smart women should look like. Prada doesn't subscribe to an intellectual dress code. "A clever woman can also be super-sexy, super-naked, she can be whatever she wants. If you want to go out naked or whatever, it's perfectly fine with me – except it's a choice. I don't think there is a look for an intelligent, militant woman. She can wear anything she wants."

She's also keen to debunk the idea of power dressing. "You can wear the most powerful dress and not be powerful. You

"I don't think there is a look for an intelligent, militant woman. She can wear anything she wants"

can dress like a stupid little girl and be super-powerful. Sexiness, it's in the mind, it's not in what you wear. In that sense, I think that clothes are just something that you use. But it's not that the dress transforms a person."

Another issue that Prada has wrestled with personally and professionally is the diminishing of fashion as a worthwhile pursuit. "There is still a snobbery against it. I do not have an answer and have been thinking about it a lot. Once a journalist told me it was because it's considered a woman's job with all the implication of something inferior," she says.

She believes that rather than dismiss fashion as ephemeral nonsense, the cultural intellectuals she meets in the gold-leaf clad, Rem Koolhaas-designed Fondazione Prada art foundation could learn a thing or two from it. Namely: "How to be more appealing. Culture should be attractive, otherwise no one listens." Miuccia Prada, the punk and radical thinker, knows all about making the world sit up and take note. Hear her roar. ■



*Nylon gabardine
coat, bustier top and
pleated skirt, all
Prada s/s '18. Turban,
Prada s/s '07*

La prospettiva di Prada

Negli anni '80, Miuccia Prada ha cambiato irrevocabilmente la moda di lusso portando il nylon in passerella. Tre decenni dopo, come racconta a Claudia Croft, rimane una rivoluzionaria.

Fotografie Jamie Hawkesworth
Styling Edward Enninful

Miuccia Prada si toglie il cappotto grigio di taglio maschile nell'ambiente tutto in cemento del suo ufficio milanese. Sotto, indossa un fresco chemisier bianco, con le gambe nude malgrado il freddo, e scarpe con tacco a spillo della sua ultima collezione. I capelli sono tirati indietro dal suo bel viso, e la borsina di cocodrillo rosso che tiene in mano fatica a contenere tutto quello che ci ha stipato dentro. All'apparenza Prada è una punk molto improbabile, ma è così che si considera. "È vero", spiega, con gli orecchini a goccia di perle grigie che le dondolano dalle orecchie mentre parla. "Non punk in modo superficiale, ma nel cercare un modo per cambiare le cose, per andare contro il sistema." Per Prada, essere punk non è questione di avere delle spille da balia conficcate nel naso. Essere punk è uno stato mentale, un approccio alla vita e un mettere costantemente in discussione lo status quo.

Sin da quando ricorda, Prada è stata ardentemente indipendente nel pensiero e nel gusto. Il conformismo non fa proprio parte della sua natura, e la moda ha sempre avuto un ruolo in quella narrativa. A 14 anni, è stata la prima della sua scuola ad adottare il look hippy. Mentre era all'università, dove ha studiato scienze politiche e mimo, si iscrisse al partito comunista italiano - ma mentre i suoi compagni portavano jeans e scarpe da ginnastica, lei preferiva le gonne e andava alle dimostrazioni vestita YSL.

Era semplicemente spirito di contraddizione o aveva uno scopo più preciso? "Farsi vedere, farsi sentire" potrebbe essere un motto di Prada. Il suo desiderio di distinguersi dalla folla è un modo per rivendicare un diritto sul mondo. La moda è l'arma che ha scelto, e sicuramente è capace di lasciare di stucco. Prada ha l'abitudine di prendere classici che conosciamo bene o gli stereotipi del buon gusto e trasformarli in qualcosa di strano. L'esempio più potente dell'"eleganza sbagliata" di Prada sono gli abiti realizzati negli anni '90 in nylon industriale, un tessuto che non era mai stato usato prima nella moda di alto livello. Malgrado tutta la loro stravaganza, c'è un'assertività provocatoria nelle sue creazioni. Non si può ignorare una donna che veste Prada.

"Essendo una femminista degli anni '70, può immaginare quanto fosse fuori luogo parlare di moda. Ma mi piaceva così tanto che lo facevo", ammette. A metà degli anni '70 iniziò a lavorare per l'azienda di famiglia - fondata nel 1913 dal nonno Mario, forniva articoli di pelletteria - e nel 1978, ne assunse le redini dalla madre, che l'aveva gestita per i due decenni precedenti. Nello stesso anno, sposò l'imprenditore della moda Patrizio Bertelli, e insieme hanno trasformato Prada in un'azienda internazionale del valore di 2,75 miliardi di sterline. Fu Bertelli a spingerla a creare vestiti, dicendo che avrebbe assunto qualcun altro se non l'avesse fatto. Mossa dal suo spirito competitivo, Prada accettò la sfida.

All'inizio, ricorda di essersi sentita "molto in conflitto" riguardo al fatto di fare la stilista di moda, "perché pensavo di fare un lavoro superficiale". L'antidoto è stato il suo processo creativo complesso. Il pensiero di Prada, la punk, è d'opposizione. Una delle sue prime iniziative radicali al comando di Prada risale al 1984, quando lanciò lo zaino di nylon, diventato poi un mito. A Downing Street c'era Margaret Thatcher e *Indiana Jones* dominava al box office. All'epoca, negli anni '80 ricchi, eccessivi, con le acconciature gonfie, fare una borsa firmata di nylon fu, a suo dire, "veramente un'idea". Andava contro tutto quello che era considerato lussuoso all'epoca. "Stavo facendo ricerche", spiega Prada, "perché detestavo tutte le borse che c'erano in circolazione. Erano così formali, così da signora, tradizionali, classiche."

Trovò l'antidoto in una fabbrica che produceva paracadute per l'esercito, tessendo un filato ultrasottile su telai dell'Ottocento. Decise di confezionare con questo nylon industriale Pocono uno zaino, un modello che le donne non portavano tradizionalmente e che era decisamente antiborghese. "Naturalmente, mi piaceva da pazzi", racconta.

Ci sarebbero voluti 10 anni perché il resto del mondo provasse lo stesso sentimento riguardo allo zaino Prada. È solo nei primi anni '90, quando la recessione e il grunge avevano messo fine agli eccessi degli anni '80, che diventò una delle prime it-bag. Nel 1994, Prada aveva fatto progressi passando a utilizzare il nylon per i vestiti, creando una collezione seminale per l'autunno/inverno che lo trattava come cashmere o seta. Fu uno spartiacque, che alcuni critici definirono l'equivalente, nel campo della moda, dalla presentazione di *Fountain di* Marcel Duchamp, nel 1917. Così come quella scultura a forma di orinatoio cambiò il concetto di ciò che si poteva considerare arte, il nylon di Prada metteva in discussione il concetto stesso di ciò che la stilista definisce "l'idea tradizionale, conservatrice di lusso". Non era più necessariamente questione di numero di fili, o di quanti cristalli erano cuciti su un oggetto. Il lusso poteva essere astratto. Poteva essere un'idea.

Da allora il nylon è apparso ancora nelle collezioni Prada, ma per la primavera/estate 2018 il tessuto è tornato in primo piano, con cappotti maschili in nylon nero con le maniche tirate su in modo deciso. Aggiungete gonnellini tirolesi e pantaloncini da jogging in nylon, e anche sacche, marsupi e molte nuove versioni del famoso zaino, solcati da cinturini di pelle rossa borchiate. Prada è attenta a non rilasciare dichiarazioni apertamente politiche riguardo ai vestiti che crea, dicendo di aver rinunciato alla politica quando ha iniziato a occuparsi di moda, ma nel backstage, ha parlato in termini inequivocabilmente femministi di "voler semplicemente cambiare il mondo. Specialmente per le donne, perché ci sono ancora molte cose contro di noi." Più tardi, nel suo ufficio, riprende l'argomento. "Siamo ancora allo stesso punto. Siamo intelligenti, siamo fantastiche, abbiamo tutto. Perché non c'è la parità?" chiede, prima di esporre i suoi pensieri su cosa freni le donne. "Nessuno ha una risposta, ma dopo averci pensato per tanti anni, probabilmente una risposta potrebbe essere che la violenza ci fa paura, siamo fisicamente deboli e abbiamo dei bambini da proteggere", dice.

La sua risposta è creare un guardaroba pratico con cui le donne moderne possano rapportarsi, con la resistenza cucita dentro. "Cerco di essere più politica che posso attraverso il mio lavoro, ma non in modo palese perché penso che l'uso della moda per fini politici debba essere sottile."

Le t-shirt con uno slogan non sono nello stile di Prada. "I miei pensieri sono complessi. Non sarei mai in grado di esprimerli in una parola", afferma. Ma ci sono altri modi per far passare un concetto. In mezzo alla funzionalità pratica dei suoi articoli in nylon c'erano stampe con il lavoro di illustratrici femministe, con super-eroine che combattono le forze del male. Non è un riferimento diretto a Donald Trump o un commento esplicito sul ritorno al passato in fatto di diritti delle donne, ma è il suo modo di dire che non ci sta. "Se a qualcuno piace analizzare, c'è una profondità. Chi se ne importa se nessuno lo interpreta - però c'è", dice.

Prada riflette sulla sua ossessione trentennale per il nylon. "All'epoca quello che dicevo era veramente nuovo, ma ho di nuovo quella sensazione. Adesso è il momento giusto", spiega, citando un ciclo della moda che era pompata dalla ricchezza ispirata alla couture. Dice che lusso "è una parola così abusata" che è il momento giusto per ripulire il palato con un nylon funzionale che definisca un programma.

Per il servizio fotografico di *Vogue*, Prada ha scavato nel suo archivio per ricreare alcuni dei suoi capi preferiti in gabardine di nylon.

Fotografate accanto alla stagione attuale, è difficile capire quali sono le creazioni vecchie e quali le nuove. "In realtà, penso che siano molto contemporanei", dice Prada dei vestiti che ha creato più di 20 anni fa. "Molti lavori di Prada non sembrano vecchi perché non è mai una tendenza fine a se stessa. Rispecchiano aspetti delle persone, personalità, idee. È più un concetto che una tendenza", riflette, citando un processo creativo che comporta sessioni di rigoroso interrogarsi e spingersi oltre il limite per arrivare a qualcosa di nuovo. "Penso così tanto. Metto in dubbio ogni cosa. È questo il processo che caratterizza il mio lavoro, il dubbio, la discussione", afferma. "Fai qualcosa, magari un cappotto cammello, ma come può un cappotto cammello essere contro il suo stesso concetto? È il mio modo di lavorare. Cercare sempre di andare contro le regole, il cliché."

Prada non è immune alle tensioni a cui sono soggette le vendite in tutto il settore del lusso, ma la stilista vuole corteggiare una nuova generazione di clienti, senza trattarla con condiscendenza con le cosiddette categorie di prodotto per i "millennials". "Quando parlano dei millennials, è perché qualcuno gli vuole vendere qualcosa, e credo che sia una profonda mancanza di rispetto", osserva. Definisce la vendita "sicuramente una parte importante del nostro lavoro, ma non il nostro istinto. Il nostro istinto è semplicemente fare un buon lavoro, rispettare le persone, fare qualcosa che

riteniamo avere un significato.”

La conversazione con Prada è intensa. Giocherella in modo ossessivo con una bustina di zucchero mentre parliamo e dice che i pensieri le saltellano nella mente agile, come nel parkour. Parliamo dell'aspetto che le donne eleganti dovrebbero avere. Prada non aderisce a un codice di abbigliamento intellettuale. “Una donna intelligente può anche essere super-sexy, super-nuda, può essere quello che vuole. Se vuoi andare in giro nuda o come ti pare, a me sta benissimo – basta che sia una scelta. Non penso che ci sia un look specifico per una donna intelligente, militante. Può vestirsi come le pare.”

Ci tiene anche a smontare l'idea dell'abbigliamento come espressione di potere. “Puoi vestirti da manager e non avere alcun potere. Puoi vestirti da ragazzina stupida ed essere super potente. Essere sexy è questione di testa, non di quello che indossi. In quel senso, penso che i vestiti siano semplicemente qualcosa che si usa. Ma non è l'abito a trasformare una persona.”

Un altro problema con cui Prada ha dovuto fare i conti a livello personale è professionale è la scarsa considerazione per la moda come attività degna di essere intrapresa. “C'è ancora uno snobismo contro la moda. Non ho una risposta e ci ho pensato molto. Una volta un giornalista mi ha detto che è perché è considerato un lavoro da donna con tutte le implicazioni di qualcosa di inferiore”, dice. Ritene che invece di ridurla a una sciocchezza effimera, gli intellettuali che incontra nella Fondazione Prada, progettata da Rem Koolhaas e rivestita di foglia d'oro, potrebbero imparare un paio di cose dalla moda. Ossia? “Come essere più accattivanti. La cultura deve essere attraente, altrimenti nessuno ti ascolta.” Miuccia Prada, la punk e la pensatrice radicale, la sa lunga su come richiamare l'attenzione del mondo. Sentite il suo ruggito.

■

[didascalie]

“Molti lavori di Prada non sembrano vecchi perché non è mai una tendenza fine a se stessa. Rispecchiano aspetti delle persone, personalità, idee”, dice Miuccia Prada, nella pagina accanto. “È più un concetto che una tendenza”. In questa pagina, camicia in popeline, bustier in gabardine di nylon, gonna a pieghe e calzettoni sportivi, tutto Prada p/e 18. Capelli: Sam McKnight, Make-up: Lisa Butler; Unghie: Karen Louise; Sartoria: Ian Hundlery; Produzione: Laura Holmes; Modella: Mariacarla Boscono.

“Detestavo tutte le borse che c'erano in circolazione”, racconta Miuccia Prada a proposito della decisione di introdurre la sua pionieristica borsa di nylon nel 1984. “Erano così formali, così da signora, tradizionali, classiche”. A sinistra: la clutch in nylon della campagna a/i '87. Sopra: la clutch Prada verde smeraldo in mezzo a una serie di borse firmate sull'edizione americana di Vogue, marzo 1988. A destra: lo zaino sportivo diventa lussuoso nel 1989.

Gli anni del nylon: il tessuto high-tech è immancabile sulla passerella Prada da tre decenni.

“Se a qualcuno piace analizzare, c'è una profondità. Chi se ne importa se nessuno lo interpreta – però c'è”, afferma Prada.

In questa pagina: bustier smanicato in gabardine di nylon e giubbotto di pelle, Prada a/i 94. Gonna in gabardine di nylon, Prada p/e 95. Nella pagina a fianco: abito in gabardine di nylon, Prada a/i '06, gonna svasata in gabardine di nylon, Prada a/i 06. Cintura in pelle borchata e décolletée aperte dietro, Prada p/e 18, turbante, Prada p/e 07.

A sinistra, Daria Werbowy nella campagna Prada a/i 03. Lily Cole con nylon di ispirazione sportswear, Vogue, maggio 2007. A destra, le borse Prada da portare a tracolla stanno tornando, nella foto viste addosso a Kendall Jenner e, all'estrema destra, Adwou Aboah

Cappotto, bustier e gonna a pieghe in gabardine di nylon, tutto Prada p/e 18. Turbante Prada p/e '07

[in risalto]

“Farsi vedere, farsi sentire” potrebbe essere un motto di Prada. Il suo desiderio di distinguersi dalla folla è un modo per rivendicare un diritto sul mondo.

“Non penso che ci sia un look specifico per una donna intelligente, militante. Può vestirsi come le pare”