

Type:  
Conversation

Read time:  
12 minutes

Locations:  
Milan

# In a system that demands simplicity, Prada offers without

# Miuccia complexity apology

Text:  
Nick Vogelson

Photography:  
Willy Vanderperre

122

**She's spent four decades reigning** as one of the most influential designers in history. Each season, her collections are pored over—practically with jeweler's loupes—for indications of where fashion is headed. Books have been written about her work. Museum exhibitions have been devoted to it. What could there be left for Miuccia Prada to say?

Plenty, it turns out.

Mrs. Prada met me in her offices at Prada's headquarters on Via Bergamo in Milan the afternoon after she showed her women's Spring/Summer 2019 collection in the breathtaking new performance space at the Fondazione Prada. If the weeks of preparations leading up to the show had left her tired, she didn't show it. And, let's face it: This is a pace she has grown accustomed to, designing four collections per year for Prada women's, two for Prada men's, and four for Miu Miu. The following week, she would depart for Paris to prepare for Miu Miu's Spring/Summer 2019 show.

In the past, Mrs. Prada has spoken about her design influences and objectives. And she is a famously private person. But she approaches the world with an insatiable curiosity—she's an avid reader—and is constantly asking questions of everyone she encounters, from fellow designers to the children of her friends. As such, her interests are constantly developing, as well. She always has something new she's thinking about (often quite unrelated to

fashion) and something new she wants to say (often, and with unrivaled complexity, through her collections).

I was honored to sit down with Mrs. Prada to find out if it has been this curiosity, this questioning of the world around her and evolving of her interests, that has allowed her to stay several steps ahead of her peers in an industry whose present scale would have been unfathomable to her when she first began designing.

**Nick Vogelson**—Congratulations on the show last night. It was really spectacular—so surprising and challenging and subversive, in many ways.

**Miuccia Prada**—Thank you very much. I like to work between freedom and conservatism. It's what I think is happening now in society—there is this kind of freedom and will of freedom, fantasy and so on. But the world is becoming ultra conservative at the same time.

**Nick**—It is.

**Mrs. Prada**—It's the clash of the two. That's what is really happening, in a deep way.

**Nick**—One of the ideas I wanted to start off talking about is subversion. I think that with everything that you do and everything that you touch, there's a level of subversion about it. And I think that's really fascinating. To be able to operate on a commercial level while still being very creative and subversive I think is really special.

**Mrs. Prada**—It's something that comes very



Miuccia Prada photographed in Milan.



“I never have certitude. That’s why, for instance, I don’t like to speak in public. I’m always doubting, always contesting, always trying to twist it.”

naturally. Last night was a stupid example. [Laughs] I had a champagne glass, and we asked for red wine. They wanted to change my glass, and I said, ‘No, pour the wine into a champagne glass.’ Somebody said, ‘What is that?’ Because nobody understands if you have something red in a champagne glass.

All my life, I’ve been trying to change the rules, starting from something that is normal. That’s why at the beginning of my career, I’ve said it before, no one liked me. Because for the so-called avant-garde, I was obviously not avant-garde enough. And for the brands, there was always something deeply disturbing [about my work]. I like disturbing with subtlety more than trying to be exaggerated. And what I like most is to make something simple and banal wrong. For instance, in this show, there was a twin set in cotton jersey, but actually it was a white t-shirt with a beautiful bag. It was my favorite—pretending to be super chic, but it was a t-shirt. It’s something that comes to me naturally, to work opposite to what I have, what I have to do, what is normal. What I like to do most are things that are simple, so that it’s subtle.

**Nick**—I think that’s what makes it even more subversive, in a way—that it could potentially appear very simple or very classical, and it’s not. I also think the collection is very much aimed at a younger generation. I feel like it spoke to youth, whether or not that was intentional.

**Mrs. Prada**—No, because to decide which is your audience is something that I have never done. To be honest, I never think about who’s going to be the [audience]. I like that after [a show], my pieces have an independent life, and each one wears them or buys them in different ways. I do something I think is meaningful, is right, and after, who knows the life it will have.

**Nick**—Sure.

**Mrs. Prada**—But in fact, I always think if you are in touch with reality, if you’re interested in what is happening, whether in politics, in art, in movies...if you’re interested in the now, eventually you touch the young. Older people never really liked Prada, because somehow it’s too strange or disturbing. It’s never classic enough. So in general, I think that the young generation understands it more.

**Nick**—I get the sense that a lot of your thought process involves asking questions.

**Mrs. Prada**—Ah, yes. I have many questions to answer. [Laughs]

**Nick**—How does the idea of asking questions influence the work or dictate your practice as a designer?

**Mrs. Prada**—I never have certitude. That’s why, for instance, I don’t like to speak in public. I am fine with interviews, because it’s a dialogue. But to talk in public, you have to have a clear idea. I’m always doubting: ‘This? No...isn’t it better the opposite?’ ‘It’s this...but why is it

true?’ The moment I say red, I want to say black. And again, it’s an instinctive process. ‘Ah, that’s beautiful!’ After, I think, ‘Too beautiful?’ Always contesting, always trying to twist it—this probably is my nature.

All my life is a complete contradiction, because I started being a fashion designer when I was doing politics. But I like beauty so much that I finally became a fashion designer, hating it for most of my life but [also] liking it. So I, myself, am a living contradiction.

**Nick**—There are so many details in your work, so many layers of meaning, and I think part of that comes from the fact that you’re asking yourself a lot of questions throughout the design process. These can be about ideas of identity or politics or sexiness—any of these different things. And I think the way you communicate that is really interesting. For example, you famously introduced nylon into your signature accessories in the ’80s and into your ready-to-wear collections in the ’90s, recontextualizing it from a utilitarian staple to a sort of luxury canvas. I’m curious: Do you feel like there are times when people don’t understand all of the references or the ideas behind things?

**Mrs. Prada**—Yes, it’s always a problem. Mainly today, there is simplification: Brand X is sex. Brand Y is love. Brand Z is confusion. Every brand is very clear about what it is. And Prada is not clear, because it changes all the time. Sometimes I say, ‘Listen, let’s promote the complexity,’ because you can’t reduce Prada to something simple. It’s impossible.

How much can you simplify stuff until it’s completely useless? You can simplify, simplify, simplify, because of the orders [from buyers] or because of the internet—they want everything simple. But that is something we have to resist, because simplicity becomes nearly zero. That is always a discussion between us. I say that you have to embrace complexity and make it a value, but the communication with people, this instrument, apparently wants to be simple. But life is not simple—so why this simplification?

When people understand all the layers, I’m super happy, but you also have to speak in a simple way for the ones who don’t care. But my work is complex. I’m not able to change. I propose complexity.

**Nick**—What do you find has changed about yourself over the past four decades in designing?

**Mrs. Prada**—Basically, I always more or less did the same job, attacking different subjects, updating the subject that at the end is talking about life. It’s also a lot about pure fashion. I don’t know if many people know or not, but I am very interested that fashion is fashion. It’s what you want to wear next—that’s probably what made me work in fashion. If everybody was wearing long, I wanted to be wearing short. I always wanted to be the

first to wear something different. Of course, many years ago, it was easier. Now, there is so much fashion that the differences are less evident.

**Nick**—You've said the idea of success does not mean happiness to you. How would you define happiness? What makes you content?

**Mrs. Prada**—It's all very personal. When you're in love, you're happy, for instance. It's all for a reason that leads to love, family, and friends, so that when something good happens for you, it's something that is part of your family and your friends.

**Nick**—Most people think of happiness as success.

**Mrs. Prada**—Oh my God, no.

**Nick**—[Laughs]

**Mrs. Prada**—I think it's a fake. You see very often that even super-famous, successful people have problems, just because of the stress that fame brings in general.

**Nick**—They're miserable.

**Mrs. Prada**—Actually, success tends to make you unhappy, because you have to live in that image. For example, an actress has superfans, and then she starts becoming old. Or a super-successful football player or a singer—mainly, professions that require you to be young. For a movie director, an architect, or a designer, you can be good for a long time, but these other professions don't always bring happiness. Maybe one second you win

Maybe you can have a big number—but a big number of whom? The world is so complicated, and everything is so uncertain. In the media, everybody has a different point of view; what is good for one company is bad for another, and so on. The only way not to make a mistake is doing what you believe in. And after, you will see. I don't think there is a system except being loyal to your beliefs.

In the beginning, we were criticized because we were not present enough on the web. So now we've arrived at the conclusion that we have to do what we like. There is not a formula. Each [company] has its [own] formula, and numbers are not necessarily equivalent to sales. There are companies that are not successful on Instagram and they [still] sell a lot.

**Nick**—Are you on social media?

**Mrs. Prada**—Personally? No. Not at all. I'm very [protective] of my own life, and to make yourself public? No way. [Laughs]

**Nick**—[Laughs]

**Mrs. Prada**—I like being with people. I could spend my life in a bar, talking with people. If somebody who knew me [professionally] saw me [outside of] work, then they would think that I was a different person, because your work is such a big responsibility. I feel that more recently than I did before. [It takes] so many people to run such a big company, so you have to be more responsible. But outside

“To make achievement in theoretical discussion, you have to be free to say anything that passes through your mind. If you start censoring things, the discussion goes nowhere.”

126

an Oscar, but after...? Life is long. That's why I always say you have to give a reason to your life. Whatever you do, that's what you have to do to give a reason to your whole life.

**Nick**—That's really beautiful.

**Mrs. Prada**—That's what I teach to young kids, you know? That's the only thing that counts. Because in a difficult moment, the only thing that makes you resistant is that you didn't do anything that is a waste or useless, when you can say, 'I always tried my best to do something relevant, for me and the others.' Then even if you have bad times, you're fine. At least you don't say, 'I've thrown my life away after stupid stuff.'

**Nick**—I really wish that were more of a guiding principle of society today. Everyone's chasing success, but they're chasing the wrong thing.

**Mrs. Prada**—Also, if they really get successful, sometimes it's the beginning of their problems.

**Nick**—Absolutely. I wanted to ask you about media today. What do you think is the role and responsibility of media in general and magazines specifically?

**Mrs. Prada**—I think it's a very tricky problem at the moment. Now we tend to say, 'Okay, let's do what we believe in or what we like,' because if you want to try to please the readers, you don't even know who they are.

of my job, I'm a very nice person, and I have a lot of fun.

**Nick**—I think people often think about privacy in terms of a trade-off. For example, people trade their privacy for safety or security. Or if someone posts a résumé online because he wants to get a job, or if he wants to find a partner and goes online to find that—there is a trade-off there.

**Mrs. Prada**—Maybe I never had the necessity. I think that one thing that bound me is that I had my old friends, and I've seen them every single night for 30 years or more. I like simply to be a normal person, and I like to be with my friends in a very simple way. I also like to be with people. I never want to go out, but if I do go out, I'm the last one to leave.

The other thing that is very relevant for me is that if you want to say something interesting, you can't go and talk about it everywhere. As a joke, I say I'm in favor of "secret society." Everything has to be politically correct. You can't say anything politically incorrect. You can't talk about your competitor; you have to be decent. So then you have to be superficial. But if you don't say the truth, even if it's bad, or if you can't say incorrect things, then the process and the understanding don't progress. To make achievement in theoretical discussion, you have to be totally free to say anything that passes through your





“You lose your life if every moment you have to take pictures. You can’t enjoy life if you’re thinking all the time about how to represent it—you’re representing or you’re living. I prefer living.”

mind. If you start censoring things, the discussion goes nowhere. Finally, you can say anything, you can think anything you want, because you know that the other people are in the same position. That is a trade-off! [Laughs] Now I am with you, and you are with me. It’s a mutual trading.

**Nick**—I don’t know if you remember, but we had an amazing dinner together at Lapérouse when we did the issue of the magazine with Olivier Rizzo. I remember they said that Mrs. Prada might come, and she might be there for 30 minutes, you know, very quick. And then I remember—

**Mrs. Prada**—I was the last to leave.

**Nick**—You were the last one with us. I mean, we were there until three or four. My good friend Maripol, the Polaroid photographer, had her camera, and you were taking pictures of everyone.

**Mrs. Prada**—Yes.

**Nick**—It was a moment. So you love the party.

**Mrs. Prada**—Yes, when I find the people that I feel [comfortable with]. The atmosphere shouldn’t be formal. When it’s not pompous, I like it.

**Nick**—I wanted to ask you, going back to the idea of privacy, if you felt that the age of social media poses a threat to individuality. I think the idea of privacy is also about maintaining your individuality.

**Mrs. Prada**—You lose your life if every moment you have to take pictures. How can you enjoy a sunset if you take a picture? You can’t enjoy life if you’re thinking all the time about how to represent it—you’re representing or you’re living. I prefer living. The funniest thing is that sometimes people at a show watch it through their phone—so it’s there, too. What do young people think [about social media] now? Because I hear that many are leaving. Do you have any idea what is happening?

**Nick**—There is definitely a backlash against it. I think that people in their twenties and thirties are very much into it, but I think in their earlier twenties and younger, people are trying to do less. It really is detrimental to experiencing your life and being in the moment—being happy about something, or excited, or feeling any sort of emotion—when you’re recording it.

**Mrs. Prada**—Absolutely.

**Nick**—Speaking of a younger generation, when you look at the youngest generation today, do you see something of yourself? What do you recognize?

**Mrs. Prada**—First of all, I really hate when they call them ‘millennials,’ when they [create] a kind of generic group of people to sell to. ‘Millennials’ equals ‘how do we

sell them something.’ I think it’s so disrespectful to young people. Young people are of different races and religions; they’re stupid or they’re clever. The young are the young, as they always were, completely different from one to another. So that classification of ‘millennial’ is a kind of economic thievery, and so superficial. I think you can’t generalize about youth, except that it’s difficult for them to find jobs. [People] are leaving [their jobs at an] older [age], so we don’t leave the space for young, and they don’t find jobs until later.

**Nick**—If you were just out of university today, what would your concerns be?

**Mrs. Prada**—If I were now a student, probably to find a job.

**Nick**—[Laughs]

**Mrs. Prada**—And to find what interests me in life. I think that life can be good or bad, but if you do a job that you like, whatever it is, your life is good. If you do something you don’t like, life is difficult. You save yourself. So mainly, [I would be] learning and understanding what I liked.

**Nick**—Yes.

**Mrs. Prada**—For some people, it’s clear. But for many young people, they don’t know what they like. Finding a job that you like is what worries me most for the young. I remember that there was a moment in my life that I think lasted one or two years when I knew I had something to express, but I didn’t know where. That was the only moment when I was really unhappy, because I didn’t know what I wanted. So maybe [I’d tell young people to] start traveling and approaching different kinds of people, and at some point you’ll find your place.

**Nick**—My last question: Do you have any advice for young designers today?

**Mrs. Prada**—For this kind of profession—an actor or a singer or a creative person—it’s not that you learn. If you have an instinct, you can educate your instinct, but if you don’t have the basic instinct, I am afraid there is nothing to do. You have to be a bit born for it. If you have a great voice, you can work to make it better, but if you are a singer, the voice is [only] part of it. You can be a fantastic singer without a beautiful voice—actually, with a horrible voice. It’s the spirit, it’s the will, it’s the passion.

**Nick**—I love that.

**Mrs. Prada**—I see people who do very simple jobs, but with passion—cleaning, anything. There may be jobs that are considered more beautiful and others simpler, but in the end, if you do a simple job with passion, you will be happier than any profession done without passion. Passion is the real engine or motor. X

**In un sistema che richiede semplicità, Miuccia Prada contrappone fiera la complessità**

*Intervista di Nick Vogelson*

Da quarant'anni Miuccia regna in qualità di una delle stiliste più influenti della storia. A ogni stagione, le sue collezioni sono analizzate quasi al microscopio per scovare indizi sul corso della moda. Sul suo lavoro sono stati scritti libri e alla sua opera sono state dedicate mostre nei musei. Miuccia Prada ha forse ancora qualcosa da dire? Molto, come abbiamo scoperto in quest'intervista.

Ho incontrato la stilista nei suoi uffici nel quartier generale Prada di via Bergamo a Milano, il pomeriggio dopo la sfilata della sua collezione primavera/estate 2019, che si è tenuta nell'impressionante nuovo spazio dedicato all'arte della Fondazione Prada. Se le settimane di preparativi precedenti la sfilata l'hanno stancata, la stilista non l'ha dato a vedere. Inoltre, va detto che si tratta di un ritmo al quale ormai Miuccia è abituata, disegnando quattro collezioni l'anno per la donna Prada, due per l'uomo Prada e quattro per Miu Miu. La settimana seguente la stilista sarebbe partita per Parigi dove si tiene la sfilata primavera/estate 2019 di Miu Miu.

In passato, Miuccia Prada ha parlato delle influenze nelle sue creazioni e dei suoi obiettivi. La stilista è anche famosa per essere una persona riservata anche se le piace approcciare il mondo con insaziabile curiosità - Miuccia è un'avida lettrice - e non smette mai di porre domande a chiunque incontri: dai colleghi stilisti ai figli dei suoi amici. In questo modo, anche i suoi interessi sono in costante evoluzione. Ha sempre qualcosa di nuovo al quale sta pensando (spesso piuttosto slegato dal mondo della moda) e qualcosa di nuovo da dire (spesso, con una complessità senza pari, attraverso le sue collezioni).

Per me è stato un onore sedermi a parlare con Miuccia Prada per scoprire se è stata questa sua curiosità, questo suo metter in discussione il mondo che la circonda e i suoi interessi che si evolvono ad averle consentito di rimanere sempre molto all'avanguardia rispetto ai colleghi all'interno di un sistema la cui ampiezza attuale sarebbe stata per lei inimmaginabile quando incominciò la carriera di stilista.

Nick—Congratulazioni per la sfilata di ieri sera. E' stata davvero spettacolare: così sorprendente, stimolante e sovversiva sotto molti aspetti.

Miuccia Prada - Grazie mille. Mi piace lavorare tra libertà e tradizione. Credo sia quello che sta succedendo ora nella società: c'è questo tipo di libertà e desiderio di libertà, fantasia e via dicendo. Ma al tempo stesso il mondo sta diventando oltremodo reazionario.

Nick— E' così.

Miuccia Prada - E' lo scontro tra questi due estremi. Nel profondo è ciò che sta davvero succedendo.

Nick— Una delle idee da cui voglio partire è la sovversione. Penso che in ogni cosa che lei fa e in ogni cosa che lei avvicina ci sia un livello di sovversione. E credo che sia qualcosa di piuttosto affascinante: essere in grado di operare a livello commerciale riuscendo comunque a mantenere un alto tasso di creatività e sovversione ritengo sia davvero speciale.

Miuccia Prada— Si tratta di qualcosa che a me viene in maniera molto naturale. Ti riporto uno sciocco esempio di ieri sera. [Ride] Avevo un bicchiere di champagne in

mano e abbiamo chiesto del vino rosso. Volevano cambiarmi il bicchiere ma io ho detto: “No, servitemi il vino nel bicchiere dello champagne.” Qualcuno ha detto: ‘Cosa c’è nel bicchiere?’ perché nessuno lo capisce se hai qualcosa di rosso nel bicchiere dello champagne.

Per tutta la mia vita ho cercato di cambiare le regole, partendo da qualcosa di normale. E’ per questo motivo che all’inizio della mia carriera, l’ho detto in precedenza, non piacevo a nessuno. Perché per la cosiddetta avant-garde, io non ero abbastanza avant-garde in maniera ovvia. E per i brand, c’è sempre qualcosa di profondamente disturbante [per quanto concerne il mio lavoro]. Mi piace turbare in maniera impercettibile invece di cercare di esagerare. Inoltre, ciò che amo di più è fare qualcosa di semplice, banale e scorretto. Ad esempio, in questa sfilata c’era un twin set in jersey di cotone che in realtà era una t-shirt bianca con una bellissima borsa. Era il mio capo preferito: qualcosa che sembrava estremamente chic pur essendo una t-shirt. A me viene naturale lavorare all’opposto di come dovrei fare, di ciò che devo fare e di ciò che è normale. Mi piace in special modo fare le cose semplici perché così l’effetto è discreto.

Nick— Credo che sia questo a rendere in qualche maniera [il suo lavoro] ancora più sovversivo, ossia qualcosa che potenzialmente potrebbe apparire molto semplice o molto classico ma invece non lo è. Penso anche che la collezione sia principalmente indirizzata a una generazione più giovane. Ho avuto la sensazione che si rivolgesse ai giovani, indipendentemente dal fatto che sia stata realizzata con questa intenzione.

Miuccia Prada—Non è così perché non ho mai deciso quale fosse il mio pubblico di riferimento. A essere onesta, non penso mai a chi sarà [il pubblico]. Mi piace che dopo [una sfilata], i miei capi abbiano una vita loro e che ognuno li indossi o li acquisti in maniere diverse. Credo qualcosa che penso sia significativo e corretto e dopo chi lo sa la vita che questi capi avranno.

Nick— Certamente.

Miuccia Prada— Comunque, in effetti, penso sempre che se sei al passo con la realtà, se sei interessato a ciò che sta succedendo, che si tratti di politica, di arte, di cinema, insomma se sei interessato a ciò che succede *ora*, alla fine entri in contatto con i giovani. La gente più vecchia non ama particolarmente Prada perché in qualche modo risulta troppo strano o inquietante. Non è mai abbastanza classico. Quindi, in generale, credo che le generazioni più giovani lo capiscano meglio.

Nick- Ho la sensazione che gran parte del suo processo mentale ruoti intorno al porre domande.

Miuccia Prada — Ah, sicuro. Ho molte domande alle quali rispondere. [Ride]

Nick— In che modo l’idea di porre domande influenza il suo lavoro o regola la sua professione di stilista?

Miuccia Prada - Non sono mai certa di nulla. E’ per questo, ad esempio, che non amo parlare in pubblico. Le interviste vanno bene perché si tratta di una conversazione. Ma per parlare in pubblico bisogna avere un’idea ben definita in mente. Io sono costantemente assalita da dubbi: ‘Questo? No ... non è meglio l’opposto?’ ‘E’ questo ... ma perché è vero?’ Nell’attimo in cui dico rosso, voglio dire nero. Inoltre, si tratta di nuovo di un processo istintivo. ‘Ah, è bellissimo,<sup>1</sup> e subito dopo penso ‘Troppo bello?’. Sempre pronta ad argomentare, sempre pronta a cercare di distorcere le cose; questa è con ogni probabilità la mia natura.

Tutta la mia vita è stata un’assoluta contraddizione perché ho iniziato a fare la stilista di moda quando ero presa dalla politica. Ma amo così tanto la bellezza da essere alla fine diventata una stilista di moda, una professione che ho odiato per gran parte della mia vita ma che mi è [anche] piaciuta. Quindi, io stessa sono una contraddizione vivente.

Nick— Ci sono così tanti dettagli nel suo lavoro, così tanti strati di significato e credo che in parte questo venga dal fatto che lei si pone tante domande durante il processo creativo. Queste possono essere idee sull’identità, sulla politica o su cosa sia sexy, una qualunque di queste cose diverse. Inoltre penso che anche il suo modo di comunicare sia davvero interessante. Ad esempio, lei è famosa per aver introdotto negli anni Ottanta il nylon negli accessori di punta del brand e negli anni Novanta nelle sue collezioni di prêt-à-porter, ricontestualizzandolo da tessuto funzionale in una sorta di materiale di lusso. Ho una

curiosità: le sembra a volte che la gente non comprenda tutte le sue influenze o le idee che si celano dietro le cose che fa?

Miuccia Prada — Sì, c'è sempre un problema. Soprattutto oggi in cui siamo abituati a semplificare molto: il tale brand ruota intorno al sesso, l'altro rappresenta l'amore, un altro ancora la confusione. Ogni brand è molto chiaro nella propria identità. Mentre Prada non è chiaro perché cambia così di sovente. A volte mi dico 'Sentite, promuoviamo la complessità perché non si può ridurre Prada a qualcosa di semplice. E' impossibile.'

Quanto si possono semplificare le cose fino a quando non diventano del tutto inutili? Si può semplificare, semplificare, semplificare per via degli ordini [dei buyer] o per via di Internet; vogliono che tutto sia semplice. Ma c'è qualcosa che dobbiamo combattere perché la semplicità si riduce quasi a zero. C'è sempre una discussione tra noi. Io sostengo che si debba abbracciare la complessità e farla diventare un valore ma la comunicazione con la gente, questo strumento, preferisce la semplicità. La vita tuttavia non è semplice, allora perché tutto questo semplificare? Quando la gente comprende tutti gli strati, ne sono felicissima ma bisogna anche parlare in maniera semplice per quelle persone a cui non interessa. Il mio lavoro, tuttavia, è complesso. Non sono capace di cambiare. Io propongo la complessità.

Nick— Che cosa pensa sia cambiato di lei nel corso dei suoi quarant'anni come stilista nel mondo della moda?

Miuccia Prada — In pratica ho sempre fatto più o meno lo stesso mestiere, affrontando questioni diverse, aggiornando la questione che in ultima analisi parla della vita. Ha anche molto a che vedere con la moda vera e propria. Non so se molte persone lo sappiano o meno ma sono molto interessata al fatto che la moda sia moda. E' ciò che vuoi indossare in futuro; probabilmente è questo che mi ha fatto scegliere di lavorare nella moda. Se tutti indossavano capi lunghi, allora io volevo indossare qualcosa di corto. Ho sempre voluto essere la prima a indossare qualcosa di diverso. Certamente molti anni fa era più facile. Oggi c'è così tanta moda in giro che le differenze sono meno evidenti.

Nick— Lei ha detto che l'idea del successo per lei non significa felicità. Lei come definirebbe la felicità? Che cosa la rende felice?

Miuccia Prada — La felicità riguarda sempre la sfera personale. Ad esempio quando si è innamorati, ci si sente felici. La felicità ruota tutta intorno all'amore, alla famiglia, agli amici, quindi quando ti capita qualcosa di bello, è qualcosa che riguarda la tua famiglia e i tuoi amici.

Nick— La maggior parte della gente vede la felicità nel successo.

Miuccia Prada — Oh mio Dio, no.

Nick—[Ride]

Miuccia Prada — Non credo sia vero. Molto spesso si vede come anche le persone di enorme successo e molto famose abbiano problemi, solo a causa dello stress che comporta la notorietà in generale.

Nick— Sono persone molto infelici.

Miuccia Prada — A dire il vero il successo tende a rendere le persone infelici perché devono vivere all'altezza di quell'immagine. Ad esempio, un'attrice è circondata da moltissimi fan e poi inizia a invecchiare. Oppure un giocatore di football di grandissimo successo o un cantante famoso; mi riferisco soprattutto a professioni che richiedono di essere giovani. Per un regista, un architetto o un designer il successo può durare molto a lungo, ma queste altre professioni non portano sempre felicità. Magari prima vinci un Oscar ma dopo ...? La vita è lunga ed è per questo che dico sempre che bisogna dare un significato alla propria vita, qualsiasi cosa uno faccia bisogna dare un significato a tutta la propria vita.

Nick— Ha detto una cosa molto bella.

Miuccia Prada — E' ciò che insegno ai giovani, lo sai? E' questa l'unica cosa che conta. Perché in un momento difficile, l'unica cosa in grado di farti resistere è sapere di non aver fatto nulla che fosse una perdita di tempo o qualcosa di inutile, quando sei capace di dire 'Ho sempre cercato al mio meglio di fare qualcosa che fosse importante per me e per gli altri'. Allora anche quando affronti situazioni difficili riesci a superarle. Almeno non ti viene da dire: 'Ho gettato la mia vita al vento alla ricerca di cose futili.'

Nick— Vorrei tanto che ci fossero più principi guida nella nostra società attuale. Tutti sono alla ricerca del successo ma stanno inseguendo la cosa sbagliata.

Miuccia Prada – Inoltre, per alcune persone i problemi iniziano proprio quando trovano il successo.

Nick—Assolutamente. Volevo chiederle cosa ne pensa dei media attuali. Quale pensa sia il ruolo e quali responsabilità ritiene abbiano gli organi d'informazione in generale e le riviste in particolare?

Miuccia Prada – Credo che attualmente questo costituisca un problema piuttosto complesso. Oggi tendiamo a dire 'Ok, facciamo ciò in cui crediamo o ciò che ci piace,' perché se vuoi soddisfare i lettori, la verità è che non sai nemmeno chi siano. Magari hai grandi numeri, ma chi rappresenta quei grandi numeri? Il mondo è così complicato e ogni cosa è talmente incerta. Sugli organi di comunicazione, ognuno ha una diversa prospettiva; ciò che è positivo per un'azienda, è negativo per un'altra, mentre per te rappresenta la felicità. E via dicendo. L'unico modo per non commettere un errore è fare ciò in cui uno crede. E dopo si vedrà. Non credo ci sia una formula se non quella di rimanere fedeli ai propri ideali. All'inizio siamo stati criticati perché non eravamo abbastanza presenti sul web. Allora oggi siamo arrivati alla conclusione che dobbiamo fare ciò che ci piace. Non esiste una formula. Ogni [azienda] ha la sua formula [personale] e i numeri non si traducono necessariamente in vendite. Ci sono aziende che non hanno successo su Instagram e [comunque] vendono molto.

Nick— Lei è presente sui social media?

Miuccia Prada— Personalmente? No, assolutamente no. Sono molto [protettiva] della mia vita privata. Rendere pubblica la propria vita? Non lo farei mai [Ride]

Nick [Ride]

Miuccia Prada— Amo stare con la gente. Potrei trascorrere la mia vita in un bar a parlare con la gente. Se qualcuno che mi conosce [a livello professionale] mi vedesse [fuori dal] lavoro, credo penserebbe che io sia una persona diversa, perché il lavoro è un'enorme responsabilità. E' qualcosa che sento di più negli ultimi tempi rispetto a prima. [Ci vogliono] così tante persone per gestire un'azienda così grande, pertanto bisogna essere più responsabili. Comunque, fuori dal lavoro, sono una persona molto carina e mi diverto molto.

Nick— Credo che la gente spesso pensi alla privacy in termini di scambio. Ad esempio, la gente baratta la propria privacy per sentirsi più sicura e protetta. O quando qualcuno posta un curriculum online perché è alla ricerca di un lavoro o se vuole trovare una compagna e va online per farlo; anche in questi casi si tratta di uno scambio.

Miuccia Prada— Forse non ne ho mai sentito la necessità. Credo che a vincolarmi sia il fatto di avere i miei vecchi amici che vedo ogni sera da oltre trent'anni. A me piace semplicemente essere una persona normale e amo stare con i miei amici in maniera molto semplice. Mi piace anche stare con la gente. Non ho mai voglia di uscire ma quando lo faccio, sono l'ultima ad andarmene. L'altra cosa che è molto importante per me è che se vuoi dire qualcosa d'interessante, non puoi andare in giro a raccontarlo ovunque. Io dico scherzando di essere a favore di una "società segreta". Tutto dev'essere politicamente corretto. Non si può dire nulla che sia politicamente scorretto. Non si può parlare dei propri competitor; bisogna essere corretti. Allora si dev'essere superficiali. Ma se non dici la verità, anche se spiacevole, o se non puoi dire cose scorrette, allora il processo e la comprensione non progrediscono. Per ottenere un risultato durante una discussione teoretica, bisogna poter essere assolutamente liberi di dire qualsiasi cosa ti passi per la mente. Se inizi a censurare le cose, la discussione non va da nessuna parte. In ultima analisi, puoi dire ciò che vuoi, puoi pensare ciò che vuoi perché sai che le altre persone si trovano nella stessa posizione. Questo è uno scambio! [Ride] Adesso sono con te e tu sei con me: il nostro è uno scambio reciproco.

Nick— Non so se si ricorda ma abbiamo condiviso una cena superba da Laperouse quando abbiamo fatto il numero della rivista con Olivier Rizzo. Mi avevano detto che la signora Prada forse sarebbe passata una mezzoretta, insomma, una cosa rapida. E invece ricordo che ...

Miuccia Prada— Sono stata l'ultima ad andarmene.

Nick— Lei fu l'ultima ad andarsene insieme a noi. Insomma, siamo rimasti lì fino alle tre o alle quattro del mattino. La mia cara amica Maripal, la fotografa delle Polaroid, aveva con sé la sua macchina fotografica e lei Miuccia si è messa a fare foto a tutti.

Miuccia Prada—Vero.

Nick— E' stato un momento. Quindi, la festa l'è piaciuta?

Miuccia Prada — Sì, mi succede quando trovo gente con la quale mi sento [a mio agio]. L'atmosfera non dovrebbe essere formale. Non mi piacciono le situazioni pompose.

Nick— Volevo chiederle, ritornando alla questione della privacy, se le sembra che l'era dei social media rappresenti una minaccia nei confronti dell'individualità. Credo che la questione della privacy riguardi anche mantenere la propria individualità.

Miuccia Prada — Finisci con il perderti la vita se in ogni momento devi scattare una fotografia. Come puoi goderti un tramonto mentre stai facendo una foto? Non puoi goderti la vita se passi il tempo a interrogarti su come rappresentarla; o la rappresenti o la vivi. Io preferisco viverla. La cosa più divertente è che durante una sfilata la gente guarda la collezione attraverso il proprio telefono; quindi è presente anche lì. Che cosa ne pensano oggi i giovani [dei social media]? Perché ho sentito che in molti se ne stanno andando. Hai qualche idea di cosa stia succedendo?

Nick— Sicuramente la gente inizia a ribellarsi ai social media. Credo che i ragazzi di venti e trent'anni siano ancora molto presi dai social media, mentre i più giovani stanno cercando di usarli di meno. E' davvero dannoso per quanto concerne sperimentare la propria vita e vivere il momento - essere felice per qualcosa, o eccitato, o provare qualsiasi sorta d'emozione - se stai costantemente registrando l'attimo.

Miuccia Prada — Assolutamente.

Nick— Parlando di una generazione più giovane, quando oggi lei osserva i più giovani vede in loro qualcosa di se stessa? Che cosa riconosce in loro?

Miuccia Prada— Per prima cosa, odio moltissimo che siano chiamati 'millennials'; quando si crea un gruppo generico di persone per vendere loro qualcosa, 'millennials' si traduce in 'come possiamo vendergli qualcosa'. Credo sia molto irrispettoso nei confronti dei giovani. I giovani provengono da razze e religioni diverse; o sono stupidi o sono intelligenti. I giovani sono i giovani, come sono sempre stati, completamente diversi uno dall'altro. Pertanto la classificazione di 'millennials' è una sorta di ruberia economica, tanto arida quanto superficiale. Credo non si possa generalizzare in termini di gioventù, se non per il fatto che per loro è difficile trovare lavoro. [La gente] lascia [il proprio posto di lavoro] a un'età sempre più avanzata, quindi non lasciamo spazio ai giovani e loro riescono a trovare un lavoro solo dopo parecchio tempo.

Nick— Se fosse uscita oggi dall'università, quali sarebbero le sue preoccupazioni?

Miuccia Prada — Se fossi oggi una studentessa, probabilmente sarebbe trovare un lavoro.

Nick—[Ride]

Miuccia Prada— E trovare ciò che mi interessa nella vita. Credo che la vita possa essere positiva o negativa, ma se fai un mestiere che ti piace, qualunque esso sia, allora hai una bella vita. Se fai qualcosa che non ti piace, allora la vita è difficile. Così ci si salva. Quindi, principalmente [mi impegnerei a] imparare e capire ciò che mi piace.

Nick— Certo.

Miuccia Prada —Alcune persone hanno chiaro il proprio percorso. Ma molti giovani spesso non sanno cosa vogliono. Trovare un lavoro che piace è la cosa che più mi preoccupa per i giovani. Ricordo che c'è stato un momento nella mia vita - credo sia durato uno o due anni - quando sapevo di avere qualcosa da esprimere ma non sapevo dove e come farlo. Quello è stato l'unico momento in cui mi sono sentita davvero infelice perché non sapevo cosa volevo. Quindi magari direi ai giovani di iniziare a viaggiare e ad avvicinarsi a tipi diversi di persone e a un certo punto troveranno il loro posto nel mondo.

Nick— Un'ultima domanda: ha qualche consiglio per i giovani stilisti di oggi?

Miuccia Prada — Alcune professioni - attore, cantante o creativo - non s'imparano. Se hai un istinto, lo puoi educare ma se non possiedi quell'istinto basico, temo non ci sia nulla da fare. Devi esserci in parte nato. Se hai una bellissima voce, puoi lavorarci sopra per renderla migliore, ma se sei un cantante, la voce è [solo] una parte di questo. Puoi essere un cantante favoloso senza una bellissima voce, anzi con una voce tremenda. E' lo spirito, la volontà, la passione.

Nick— Mi piace molto questo.

Miuccia Prada - Vedo gente che svolge lavori molto semplici ma con passione; che si tratti di fare pulizie o altro. Ci sono lavori che possono essere considerati più belli e altri più semplici ma alla fine se fai un lavoro semplice con passione sarai più felice rispetto a qualsiasi altra professione svolta senza passione. La passione è il vero motore.