

Collections Selection: Miu Miu

As Miu Miu celebrates its 30th anniversary, Miuccia Prada reflects on some of her all-time favorite looks—and how they helped turn her experimental label into a creative powerhouse. By Eric Wilson

*Photographed by Alasdair McLellan
Styled by Max Pearnain*



There are many things that Miuccia Prada hates: The banality of luxury, “good taste,” and the bourgeoisie are just a few of the topics that come up during a conversation from her art-filled home in Milan. These bugbears, however, have been useful over the years. They have given clarity to her work and provided her with something to react against in her collections, beginning in the 1980s with the introduction of handbags and backpacks made of practical black nylon, and continuing ever since with an aesthetic that the designer once described as “ugly chic.”

Prada has something else on her mind today. Three years since the pandemic upended people’s relationship with their clothes, and as her company embarks on a generational management shift that will have significant implications for its future, it troubles her that fashion is being positioned as a form of escapism or entertainment during difficult times. She wants to push back against that sentiment in the Prada collections she now codesigns with Raf Simons, but especially with her more personal and provocative Miu Miu label. The occasion for this rare audience with the designer—“Mrs. Prada,” if we are being formal—is the 30th anniversary of Miu Miu, which she started in order to explore her more experimental ideas, from dresses made of sheer nylonette in the 1990s to pleated miniskirts cut so short that the pocket linings were visible in 2021. And while Miu Miu is undeniably having a moment—the shopping app Lyst named it Brand of the Year for 2022, following several viral hits like strapped ballet flats, quilted Wander bags, and those miniskirts—Prada insists she wants to design clothes that serve a purpose, a point she returns to several times during a late-morning Zoom call, a medium that suits her efficient and direct style quite well.

“I really don’t like this idea that ‘Fashion is a dream,’” Prada says. “First of all, if I have a dream, I want to achieve it, so it’s an objective or a direction. Something that has a strange beauty of who-knows-what-it-is, I really detest.”

Surprisingly, as she reflects on the Miu Miu archives, she still expresses doubts about collections that others consider some of her best. Fall 2009 is one example. It was Prada’s riposte to the bourgeoisie, set ironically in a mansion on the Avenue Foch in Paris and featuring heavily embellished black evening dresses with exposed bra tops. “It was

beautiful,” Prada says. “But probably what I want in my life to attack most is the idea of beauty and sexiness. That is my obsession.” Looking back, she also notices that the lines between Prada and Miu Miu have blurred—“because the more they told me that I should differentiate, the more I enjoyed doing in Prada what I should have done in Miu Miu, and vice versa,” Prada says, and grins. “I like to mix up my ideas.” Her desire to avoid trends—or, rather, to lead them—is a strength; but it can also be a weakness, she adds, when her eccentricity causes her to drift too far from the real world.

In 1977, she and her husband, Patrizio Bertelli, began their transformation of Prada’s grandfather’s luggage business into what would become a \$4.4 billion fashion conglomerate. In those early days, the avant-garde thought she was not avant-garde enough, and the classicists found her disturbing. One of her collections was dismissed as “Flintstones meets Jetsons.” “For them it was an insult, introducing reality, introducing the badness, introducing life, introducing culture,” Prada says. “Fashion was, in general, a very stiff world where only design and glamour were relevant.” If Prada had to be more serious, Miu Miu, launched in 1993 and titled after her family nickname, would become her playground.

“I thought that with Miu Miu I could be more radical, more avant-garde, more disruptive,” she says. “Anything that in some way I couldn’t do with Prada, I wanted to do with Miu Miu.” In 1997, she summed it up like this: “Prada, at the end, is what I am, and Miu Miu is what I would like to be.” From the early days, Prada made it clear that Miu Miu was not to be a commercialized spin-off. Even the way the collection was presented and advertised became a means for experimentation. She moved the runway shows from New York to London in the early years, then finally to Paris in the mid-2000s. Showing Miu Miu in Paris gave her a special kind of freedom: As the final collection on the runway calendar, it gets to close out the season, though many editors consider Miu Miu to be so directional that they call it the first collection of the next season. And, yes, Prada keeps an eye on the competition. “For sure, if I see what I was wanting to do and somebody else did it, I cancel it,” she says.

An early breakthrough for Miu Miu came in 1995, just months after the release of *Kids*, Larry Clark’s dark coming-of-age drama. Prada cast



Spring 2014

"It's a lot of denying a certain kind of power dressing and wanting to have power dressing in a different way," says Miuccia Prada. "So instead of the big-shoulder jacket, basically they're narrow, very womanly. And some things are also just about fashion—the colored lace socks, for instance. This is a woman as a present, as a package—a cake as a dress." Opposite: "Even if something is eccentric, even if it is strange, it should always be reasonable," says Prada of Miu Miu's famed shoes, assembled here from a variety of seasons. "It should make sense to people in their lives."

Kendall Jenner wears Miu Miu clothing and accessories (throughout).

Fall 2011

"This was a kind of serious, beautiful, appealing women's show. I will say that this is a show that had no irony, but I like this collection very much. It was the first show in Palais d'Orléans, it was daylight, and the space was so grand and beautiful that probably I wanted to match it."



Spring 2004

"At precise moments and for different reasons, I'm interested in a subject," Prada says. "I was always so pretentious that I wanted to be different from everybody else, since I was young. If everybody is in short, I do long; if everybody's in long, I do short. And that is the part about fashion that I like a lot."



“I thought that with Miu Miu I could be more radical, more disruptive,” Prada says. “Anything that I couldn’t do with Prada, I wanted to do with Miu Miu.”

the film’s 20-year-old star, Chloë Sevigny, to open Miu Miu’s spring 1996 show in Bryant Park, and then featured her in that season’s ad campaign. (Drew Barrymore appeared in another Miu Miu campaign that year.) It was a different time for fashion: That show, inspired by modern service uniforms that were rendered in sheer nylonette and dresses “à la Catherine Deneuve in *Repulsion*,” as Prada describes them, featured only 17 models, with Kate Moss making no less than five exits. This was just ahead of the industry’s obsession with celebrity-fashion connections, which has made even Prada’s signature shows at the Fondazione Prada in Milan today look more like red carpet events, with hordes of fans lining the streets outside. “I loved that show,” Prada recalls.

In the 1960s, Prada was involved in communism, as was common among young Italians, and in the cause of feminism; she has a doctorate in political science and considered herself a politician, but she has avoided discussions of politics throughout her career. She likes to tell the story of how she turned up at protests wearing high heels and Saint Laurent and Pierre Cardin dresses, rather than the jeans that would have made her fit in. “I don’t like it when we are called on to be opinionists, because everybody is required to say everything on anything,” she says. “Politicians, designers, no difference. Everybody counts, in good and bad.” But it is fair to say that, perhaps more than any other contemporary designer, she is responsible for elevating the dialogue of fashion by attracting an audience of artists, architects, and intellectuals who otherwise would not have engaged with the subject.

At Miu Miu, beginning with the spring 2011 collection, she has asked female directors to interpret her work for a series called “Women’s Tales.” First up was Zoe Cassavetes, who filmed models as they passed through a powder room. (“In this world where everything goes by so fast, it’s nice to have a little slice of life where glamorous women interact with each other,” Cassavetes said at the time.) More recently, Prada has invited artists to contribute to the Miu Miu runway experience by creating video displays. “They can do whatever they want, but they comment on my show. It’s like adding content and enlarging the discussion,” Prada says. The spring 2022 presentation was accompanied by a film by the artist Meriem Bennani that spoofed trends in plastic surgery. For spring 2023, the Chinese artist Shuang Li projected images of stars and moons—they were meant to be abstract and artificial looking—that cleverly echoed Prada’s own interest in the tension between what’s material and immaterial.

“Fashion was always a bit dismissed by certain groups of people,” Prada says. “No one talks about clothes, because if you talk about clothes, you talk about your physicality, your sexuality—you have to talk about your intimate self. It’s much easier to talk about cars and tables and the weather.”

Seated at a desk in her living room, Prada was visible on-screen only from the waist up. She wore a simple top and a matching headband the color of champagne, with a fabulous statement necklace made of gold disks of varying sizes that brought the look to life; she would have been considered well dressed for any occasion. “I always thought that you should be able to go out for a party, but also take your children to school, and never feel ashamed of what you are wearing,” Prada says. “I don’t want to change myself according to what I have to do,

or for different society planes. Because I loved to live a life that was not about rich people at all—actually, the opposite—I would have felt uncomfortable if I would change my way of dressing.” While Prada has said in the past that she likes to hide herself behind formality, it is also true that more and more she feels a desire to be overtly political. “People should care about our collective destiny much more,” she says. “It’s important that people have again a sense of the community, of social responsibility of some kind.”

At 73, Prada says she feels the burden of her responsibilities. In January, she and Bertelli, 76, stepped down as co-CEOs of Prada Group and appointed the former CEO of Luxottica Group, Andrea Guerra, to helm the company, which they eventually plan to hand over to their eldest son, Lorenzo. As a businesswoman, she wants to pass on to him a company that is “well prepared, well structured,” she says. “When it was just us, we could do whatever we wanted. I don’t think that we woke up one single day wanting to make more money. But now I feel the responsibility even more—first of all, the responsibility towards my son’s decision to join the company, but after that, the responsibility of a company as a whole, that gives work to so many people. I have had, for a few years, the sense of teaching being very important. It doesn’t sound so appealing, but at my age, I think that what you have to do, or what makes sense of your life, is also being so good at what you do that you transmit knowledge and behavior to the people who are going to follow.”

Prada plans to continue designing, she says, “but now the primary work at Prada is with Simons. He’s more organized. To have somebody who shares your responsibility in such a difficult world is nice. And so I can do Miu Miu earlier, which is a great luxury for me.” (In the early days, Prada would sometimes design the Miu Miu collections in just 15 days, only after completing Prada.) One result of her partnership with Simons is that the distinction between Prada and Miu Miu is clearer. “If you see, you read, you watch movies, and you are interested, you become instinctively connected to the world,” Prada says. “And it’s not changed much, my point of view. I’m interested in people. What can I do that is useful to people?”

Still, that tiny miniskirt that went viral is not what comes to mind when Prada says she wants to be “useful.” What she means, she says, is that she wants to help individuals express their personality. In a subtle shift that fans have obsessed over as if hunting for Easter eggs online, her casting for Miu Miu shows now includes not only models of the moment, but also culturally significant figures. Her spring 2023 presentation, for example, included Ethel Cain, Miranda July, Emily Ratajkowski, and FKA Twigs. “People should express themselves in the way that they want, not follow the clichés of sexiness and beauty—this is my first law,” Prada says. “But I don’t want to be the one who promotes this because it’s trendy, or to be politically correct.” She doesn’t want to be that obvious, she says.

“I believe in freedom of the people,” she says. “To be a serious person is useful. To have a connection between culture and fashion is useful. I believe in that, and I don’t want to do it in a way that is for the sake of pleasing, or because you sell more. I want to do it because I really believe in it.” ♦



Prada wears her own clothing and jewelry.



Spring 2006

"I like to take something that is very low and elevate it. There was an obsession with that kind of Brighton dress that is the dress of a young girl who makes it glamorous by adding the gloves. That is not a glamorous dress, for sure; it's the opposite. As an instinct, if I have something very rich, I try to pare it down to pretend that it's poor, and when it's something poor, I like to elevate it. I don't know if it's a strange form of democracy, but always in my life, even in my home, in anything I do, if there is something rich, beautiful, expensive, I always tear it down."

Spring 1996

"I was doing everything that was considered not chic, but at the same time I think that show was super chic, with the transparency of the nylon netting for dresses à la Catherine Deneuve in *Republik*," Prada says of a collection that was shown in New York with models including Chloë Sevigny, Mila Jovovich, and Kate Moss. "I remember Kate with the little red clogs—that, for instance, was a dream of mine. As a child, I was never allowed to wear pink or, for sure, not red shoes."





Spring 2003

"It was an ironic take on a world of Hawaiian dressing, basically—the obsession of men with Hawaiian shirts, the plastic flower leis."



Spring 2011

"Aggressive sexiness, kind of cool," Prada says of a show that included audio snippets from American Idol and Dancing with the Stars on the soundtrack. "It was the idea of the audition, and you want to impress—you show yourself with something. I was thinking about Germany and my favorite dancer, Pina Bausch—I spent one week in Venice to see her work every single day. It was about upgrading yourself."



Spring 2023

"I was in love with this light layering, very thin, thin, thin little pieces, everything kind of looking bad, but sexy for me. It was the lightness that I liked most."

Hair by Cyndia Harvey for This Hair of Mine at Art Partner; makeup by Lauren Parsons at Art Partner; manicure by Pebbles Aikens for Dior Vernis at the Well Group. Set design by Andy Hillman at Streeters.

MODEL: KIM KAYLE; HAIR: CYNTHIA HARVEY FOR THIS HAIR OF MINE AT ART PARTNER; MAKEUP: LAUREN PARSONS AT ART PARTNER; MANICURE: PEBBLES AIKENS FOR DIOR VERNIS AT THE WELL GROUP; SET DESIGN: ANDY HILLMAN AT STREETERS; STYLING: ANDY HILLMAN AT STREETERS; PROP STYLING: ANDY HILLMAN AT STREETERS; HAIR: CYNTHIA HARVEY FOR THIS HAIR OF MINE AT ART PARTNER; MAKEUP: LAUREN PARSONS AT ART PARTNER; MANICURE: PEBBLES AIKENS FOR DIOR VERNIS AT THE WELL GROUP; SET DESIGN: ANDY HILLMAN AT STREETERS; STYLING: ANDY HILLMAN AT STREETERS; PROP STYLING: ANDY HILLMAN AT STREETERS

USA – W MAGAZINE – MAY 2023



Miuccia Prada parla di 30 anni di Miu Miu, il suo più grande esperimento

Mentre il marchio dal successo strepitoso festeggia il 30° anniversario, la stilista riflette sui suoi look preferiti di tutti i tempi.

Testo Eric Wilson

Fotografie Alasdair McLellan

Styling Max Pearmain

Ci sono molte cose che Miuccia Prada odia: la banalità del lusso, “il buon gusto” e la borghesia sono solo alcuni dei temi sollevati durante una conversazione dalla sua casa di Milano, colma di opere d’arte. Nel corso degli anni, tuttavia, queste idiosincrasie sono state utili. Hanno dato chiarezza al suo lavoro e le hanno offerto qualcosa contro cui reagire nelle sue collezioni, a partire dagli anni 1980 con il lancio delle borse e degli zaini fatti di pratico nylon nero, e continuando da allora con un’estetica che la stilista ha definito in un’occasione “brutto chic”.

Oggi Prada ha qualcos’altro in mente. Tre anni dopo che la pandemia ha sovvertito il rapporto delle persone con i vestiti, e mentre la sua azienda avvia un cambiamento generazionale di direzione che avrà notevoli implicazioni per il suo futuro, la disturba che la moda sia posizionata come una forma di evasione o di intrattenimento in tempi difficili. Vuole respingere quell’idea nelle collezioni Prada che ora crea insieme a Raf Simons, ma specialmente con il suo marchio più personale e provocatorio, Miu Miu. L’occasione per questa rara udienza con la stilista — “la sig.ra Prada” se vogliamo essere formali — è il 30° anniversario di Miu Miu, che ha lanciato per esplorare le sue idee più sperimentali, dagli abiti fatti di nylonette trasparente negli anni 1990 alle minigonne a pieghe del 2021, tagliate così corte che si vedevano le fodere delle tasche. E se Miu Miu sta innegabilmente vivendo un grande momento — la app di shopping Lyst l’ha eletto Marchio dell’anno per il 2022, dopo vari successi virali come le ballerine con i cinturini, le borse trapuntate Wander e quelle minigonne — Prada ribadisce di voler creare vestiti che abbiano uno scopo, un argomento su cui torna varie volte nel corso di una chiamata in tarda mattinata su Zoom, un mezzo che si addice molto al suo stile efficiente e diretto.

“Non mi piace per niente quest’idea che ‘la moda è un sogno’” dice Prada. “Innanzitutto, se ho un sogno, voglio realizzarlo, quindi è un obiettivo o una direzione. Qualcosa che ha una strana bellezza chissà cosa sarà, lo detesto veramente.”

Sorprendentemente, mentre riflette sugli archivi Miu Miu, esprime comunque dubbi su collezioni che altri considerano alcune delle più belle che abbia creato. Per esempio, quella per l’autunno 2009, la reazione di Prada alla borghesia, ambientata ironicamente in un palazzo in Avenue Foch a Parigi con abiti da sera neri pesantemente decorati e top-reggiseni a vista. “Era bella”, dice Prada. “Ma probabilmente quello che voglio attaccare di più nella vita è l’idea di bellezza e dell’essere sexy. È questa la mia ossessione.” Guardando indietro, nota anche che i confini tra Prada e Miu Miu si sono sfumati — “perché più mi dicono che dovrei differenziare, più mi sono divertita a fare in Prada quello che avrei dovuto fare in Miu Miu, e viceversa”, racconta Prada con un largo sorriso. “Mi piace mescolare le mie idee.” Il suo desiderio di evitare le tendenze — o, piuttosto, di dettarle — è una forza; ma può anche essere una debolezza, aggiunge, quando la sua eccentricità la porta ad allontanarsi troppo dal mondo reale.

Nel 1977, lei e il marito Patrizio Bertelli, hanno iniziato la trasformazione della valigeria del nonno di Prada in quello che sarebbe diventato un gruppo della moda con un fatturato di 4,4 miliardi di euro. In quei primi tempi, l'avanguardia pensava che non fosse abbastanza all'avanguardia e i classicisti ne erano disturbati. Una delle sue collezioni fu sminuita con l'etichetta "Gli Antenati incontrano i Pronipoti." "Per loro era un insulto, introdurre la realtà, introdurre la cattiveria, introdurre la vita, introdurre la cultura", osserva Prada. "La moda era, in generale, un mondo molto rigido dove solo il design e il glamour erano rilevanti." Se Prada doveva essere più seria, Miu Miu, lanciata nel 1993 e battezzata con il suo soprannome, sarebbe diventata il luogo in cui poteva giocare.

"Ho pensato che con Miu Miu potevo essere più radicale, più all'avanguardia, più rivoluzionaria", racconta. "Tutto quello che, per un motivo o per l'altro, non potevo fare con Prada, lo volevo fare con Miu Miu." Nel 1997, la stilista lo riassunse così: "Prada, in fin dei conti, è quello che sono, e Miu Miu è quello che vorrei essere." Fin dai primi tempi, Prada ha chiaramente stabilito che Miu Miu non doveva essere uno spin-off commercializzato. Anche il modo in cui la collezione veniva presentata e pubblicizzata è diventato strumento di sperimentazione. La stilista ha trasferito le sfilate inizialmente da New York a Londra, poi finalmente a Parigi a metà degli anni 2000. Far sfilare Miu Miu a Parigi le ha permesso un particolare genere di libertà: come ultima collezione del calendario delle passerelle, ha modo di chiudere la stagione, anche se molti editor ritengono che Miu Miu abbia una tale influenza che la definiscono la prima collezione della stagione successiva. E, sì, Prada tiene d'occhio la concorrenza. "Di sicuro, se vedo qualcosa che volevo fare ma che ha fatto qualcun altro, lo annullo", dice.

Una prima, grande svolta per Miu Miu è arrivata nel 1995, pochi mesi dopo l'uscita di *Kids - Monelli*, il film drammatico di Larry Clark che racconta una storia di formazione. Prada scelse la star ventenne del film, Chloë Sevigny, per aprire la sfilata Miu Miu primavera 1996 a Bryant Park, e poi la volle come protagonista della campagna pubblicitaria di quella stagione. (Quell'anno Drew Barrymore apparve in un'altra campagna Miu Miu.) Era un'epoca diversa per la moda: quella sfilata, ispirata alle moderne divise da lavoro proposte in nylonette trasparente e abiti "alla Catherine Deneuve in *Repulsione*", come li descrive Prada, contava solo 17 modelle, con Kate Moss che fece non meno di cinque uscite. Anticipava di poco l'ossessione del settore per i legami tra celebrità e moda, in seguito alla quale persino le inconfondibili sfilate di Prada alla Fondazione Prada a Milano oggi sembrano più eventi con red carpet, con orde di fans che si assiepano nelle vie davanti all'ingresso. "Quella sfilata mi è piaciuta da impazzire", ricorda Prada.

Negli anni 1960, Prada era impegnata nella causa del comunismo, come era consueto tra i giovani italiani, e del femminismo; ha una laurea in scienze politiche e si considerava una politica, ma per tutta la sua carriera ha evitato di parlare di politica. Le piace raccontare che si presentava alle manifestazioni in tacchi alti e abiti di Saint Laurent e Pierre Cardin, invece dei jeans che l'avrebbero omologata con le altre. "Non mi piace quando siamo chiamati a fare gli opinionisti, perché tutti devono dire tutto su qualsiasi argomento", osserva. "Politici, stilisti, non fa differenza. Tutti contano, nel bene e nel male." Ma è giusto dire che, forse più di qualsiasi altri stilista contemporaneo, è responsabile di aver elevato il dialogo della moda richiamando un pubblico di artisti, architetti e intellettuali che altrimenti non si sarebbero interessati all'argomento.

Per Miu Miu, a partire dalla collezione per la primavera 2011, ha chiesto a donne registe di interpretare il suo lavoro per una serie intitolata "Women's Tales." La prima è stata Zoe Cassavetes, che ha ripreso le modelle mentre si aggiustavano il trucco in una toilette. ("In questo mondo in cui tutto passa velocissimo, è bello vedere uno scampolo di vita in cui donne eleganti e affascinanti interagiscono l'una con l'altra", commentò Cassavetes all'epoca.) Più recentemente, Prada ha invitato degli artisti a contribuire all'esperienza della sfilata Miu Miu creando videoinstallazioni. "Possono fare tutto quello che vogliono, basta che sia un commento sulla mia sfilata. È come aggiungere contenuti e ampliare la discussione", spiega. La presentazione per la primavera 2022 era accompagnata da un film dell'artista Meriem Bennani che prendeva in giro le tendenze della chirurgia plastica. Per la primavera 2023, l'artista cinese Shuang Li ha proiettato immagini di stelle e lune — volutamente astratte e con un aspetto

artificiale — che echeggiavano intelligentemente l'interesse personale di Prada per la tensione tra materiale e immateriale.

“La moda è sempre stata un po' sminuita da certi gruppi di persone”, sostiene Prada. “Nessuno parla di vestiti, perché se parli di vestiti, parli della tua fisicità, della tua sessualità — devi parlare del tuo essere più intimo. È molto più facile parlare di macchine, di tavoli e del tempo.”

Seduta a una scrivania nel suo soggiorno, Prada è visibile sullo schermo solo dalla vita in su. Indossa un semplice top e un cerchietto per i capelli coordinato del colore dello champagne, con una favolosa collana fatta di dischi d'oro di varie grandezze per ravvivare il look; si potrebbe considerarla ben vestita per qualsiasi occasione. “Ho sempre pensato che dovresti poter uscire per una festa, ma anche portare i bambini a scuola, e non vergognarti mai di quello che indossi”, precisa Prada. “Non voglio cambiarmi a seconda di quello che devo fare, o per diversi piani della società. Dato che amavo vivere una vita che non aveva niente a che fare con i ricchi — anzi, il contrario — mi sarei sentita a disagio se avessi cambiato il mio modo di vestire.” Se Prada ha dichiarato in passato che le piace nascondersi dietro alla formalità, è anche vero che sente sempre più il desiderio di essere apertamente politica. “La gente dovrebbe occuparsi molto di più del nostro destino collettivo”, dice. “È importante che le persone recuperino un senso della comunità, di un qualche tipo di responsabilità sociale.”

A 73 anni, Prada confessa di sentire il peso delle sue responsabilità. A gennaio, lei e Bertelli, 76 anni, si sono dimessi dalla carica di coamministratori delegati del Gruppo Prada e hanno incaricato l'ex AD del Gruppo Luxottica, Andrea Guerra, di dirigere l'azienda, che intendono poi passare al figlio maggiore, Lorenzo. Da donna d'affari, vuole lasciargli un'azienda che sia “ben preparata, ben strutturata”, confida. “Quando eravamo solo noi, potevamo fare tutto quello che volevamo. Non penso che ci sia stato un singolo giorno in cui ci siamo svegliati con la volontà di fare soldi. Ma adesso sento ancora di più la responsabilità — prima di tutto, la responsabilità verso la decisione di mio figlio di entrare in azienda, ma poi la responsabilità dell'insieme dell'azienda, che dà lavoro a moltissime persone. Per qualche anno, ho avuto la sensazione che l'insegnamento fosse molto importante. Non sembra particolarmente interessante, ma alla mia età, penso che quello che devi fare, o quello che dà un senso alla tua vita, sia anche essere così bravo in quello che fai che trasmetti sapere e comportamenti alle persone che verranno dopo di te.”

Prada dice di aver intenzione di continuare a occuparsi del design, “ma adesso il lavoro più importante in Prada è con Simons. È più organizzato. È bello avere qualcuno con cui dividere la responsabilità in un mondo così difficile. E così posso occuparmi prima di Miu Miu, che per me è un grande lusso.” (Agli inizi, Prada creava talvolta la collezione Miu Miu in 15 giorni soltanto, dopo aver ultimato Prada.) Uno dei risultati della collaborazione con Simons è che la distinzione tra Prada e Miu Miu è più netta. “Se vedi, leggi, guardi film e ti interessi, diventi istintivamente connesso con il mondo”, spiega Prada. “E non è cambiato molto, il mio punto di vista. Mi interessano le persone. Che cosa posso fare che sia utile per le persone?”

Però, il fatto che quella minuscola minigonna sia diventata virale non è quello che viene in mente quando Prada dice che vuole essere “utile”. Quello che intende, dice, è che vuole aiutare gli individui a esprimere la loro personalità. Sottile cambiamento che è diventato un'ossessione per i fans, come una caccia alle uova di Pasqua online, il suo cast per le sfilate Miu Miu ora non comprende soltanto le modelle del momento ma anche figure culturalmente significative. La sua presentazione per la primavera 2023, per esempio, comprendeva Ethel Cain, Miranda July, Emily Ratajkowski e FKA Twigs. “Le persone dovrebbero esprimersi come vogliono, non seguire i cliché dell'essere sexy e della bellezza — è questa la mia prima regola”, afferma Prada. “Ma non voglio essere quella che promuove questa idea perché è di tendenza, o per essere politically correct.” Non vuole essere così scontata, dice.

“Credo nella libertà delle persone”, dice. “Essere una persona seria è utile. Avere un legame tra cultura e

moda è utile. Credo in questo, e non voglio fare solo per compiacere, o perché vendi di più. Voglio fare perché ci credo veramente.”

[didascalie]

Primavera 2014 “C’è molto l’idea di respingere un certo tipo di abbigliamento dirigenziale e di volerlo interpretare in modo diverso”, spiega Miuccia Prada. “Per cui invece della giacca con le spalle importanti, fondamentalmente sono strette, molto femminili. E alcune cose sono anche solo una questione di moda — le calze di pizzo colorato, per esempio. È una donna intesa come un regalo, un pacchetto — una torta sotto forma di vestito”. Kendall Jenner indossa abbigliamento e accessori Miu Miu (in tutto l’articolo).

“Anche se qualcosa è eccentrico, anche se è strano, deve sempre essere ragionevole”, dice Prada a proposito delle famose scarpe Miu Miu, raccolte da diverse stagioni. “Deve avere un senso per le persone nella vita”.

Autunno 2011

“Fu una sfilata donna per certi versi seria, bella, affascinante. Direi una sfilata che era priva di ironia, ma mi piace moltissimo questa collezione. Fu la prima sfilata al Palais d'Iena, con luce diurna, e lo spazio era così grandioso e bello che probabilmente volevo che ne fosse all'altezza”.

Primavera 2004

“In determinati momenti e per motivi diversi, mi interessa un argomento”, dice Prada. “Sono sempre stata così presuntuosa da voler essere diversa da tutti gli altri, fin da giovane. Se tutti puntano sul corto, io faccio il lungo; se tutti puntano sul lungo, io faccio il corto. E questa è la parte della moda che mi piace molto!”

Prada indossa abbigliamento e gioielli personali

Primavera 2006

“Mi piace prendere qualcosa che è molto umile ed elevarlo. C’era un’ossessione per quel genere di vestito di Brighton che è il vestito di una ragazza che lo rende glamour aggiungendo i guanti. È un vestito per niente glamour, questo è sicuro; l’esatto opposto. Per istinto, se ho qualcosa di molto prezioso, cerco di sdrammatizzarlo per far finta che sia povero, e quando qualcosa è povero, mi piace elevarlo. Non so se sia una strana forma di democrazia, ma sempre nella mia vita, anche a casa, in qualsiasi cosa faccia, se c’è qualcosa di ricco, bello, costoso, voglio sempre demolirlo”.

Primavera 1996

“Stavo facendo tutto quello che era considerato non chic; ma allo stesso tempo penso che quella sfilata fosse superchic, con la trasparenza delle reti di nylon per abiti alla Catherine Deneuve in *Repulsion*” commenta Prada a proposito di una collezione presentata a New York con modelle tra cui Chloe Sevigny, Milla Jovovich e Kate Moss. “Ricordo Kate con i piccoli sabot rossi — quello, per esempio, era un mio sogno. Da bambina, non mi era mai permesso di vestire di rosa né, di certo, di mettermi delle scarpe rosse”.

Primavera 2003

“Era una versione ironica del mondo dell’abbigliamento hawaiano, fondamentalmente — l’ossessione degli uomini per le camicie hawaiane, i *lei* di fiori di plastica”

Primavera 2011

“Aggressivamente sexy, piuttosto cool”, dice Prada di una sfilata che comprendeva nella colonna sonora brani

audio tratti da *American Idol* e *Ballando con le stelle*. “Era l’idea di un’audizione, di voler fare colpo, di mettersi in mostra con qualcosa. Pensavo alla Germania e alla mia ballerina preferita Pina Bausch — passai una settimana a Venezia per vederla lavorare ogni singolo giorno. Il tema era un innalzamento di livello della persona”

Primavera 2023

“Ero innamorata di questi strati sottili, piccoli capi molto ma molto sottili, tutto che sembrava un po’ scadente, ma per me sexy. Quello che mi piaceva di più era la leggerezza”.

Acconciature Cyndia Harvey per This Hair of Mine di Art Partner; makeup Lauren Parsons di Art Partner; manicure Pebbles Aikens per Dior Vernis di Wall Group. Scenografia Andy Hillman per Streeters.

Modella: Kendall Jenner per Society Management; casting Michelle Lee di Michelle Lee Casting; prodotto da Partner Films; produttore esecutivo: Kimberly Arms; produttore junior: Lola Sharrock; assistente di produzione: Ash Renshaw; assistenti alla fotografia: Lex Kembery, Simon Mackinlay, Jess Pearson; assistenti moda: Emma Simmonds, Eleonora Frattini; assistente acconciature: Emilie Bromley; assistente makeup: Anastasia Hess; assistente set: George Miller-Hoare.