



Miuccia Prada's 'Blueprint for the Future'

Prada's co-chief executive officer and lead creative director speaks to Tim Blanks as the Italian fashion house prepares to launch a major new store in Miami, set to serve as a template for the future.

BY [TIM BLANKS](#) DECEMBER 5, 2017 05:26

LONDON, United Kingdom — It's been almost a year since Prada debuted its "Prada365" initiative, an ambitious multi-channel attempt to remodel the company's public identity, across everything from print media to Instagram to retail. One of the qualities that has made Miuccia Prada such a force in fashion is her quickfire curiosity, leaping from one idea to the next. At the time of the launch, she acknowledged that those charged with its success worried she might be over it in six months and onto The Next Thing. In fact, the opposite happened. "I'm more committed to the idea than ever," Miuccia says during a phone conversation over the weekend, just before she wings away to Miami. "For a while, I was a bit too lazy, concentrating on Fondazione Prada. Now I can get excited about my job again."

Right now, a major contributor to the elevated excitement is the store Prada is opening this week during Art Basel Miami Beach. In January, Miuccia said one of Prada365's commitments was to address the sense of sameness in the brand's shops around the world, to celebrate differences instead by focusing on local elements. "The mountain is not the seaside," she declared back then. The first expression of the new approach was a beachy pop-up in St Barts, but Miami is the real blueprint for the future.

I was fed up with being too intellectual. Now, I'm much more present. I'm back to life.

The design of the store is a hybrid of the city's Art Deco and modernist 60s architecture accessorised with furniture by masters of mid-century Brazilian design such as Joaquim Tenreiro, Jorge Zalszupin and Sérgio Rodrigues. Miuccia had started buying it all anyway for the new home she's doing in Milan. Now she's generously consigned her new collection to Miami's interiors. "I didn't want to put art on the wall," she says. "Furniture is an exciting new direction." She adds, with a rueful laugh, "My only worry is I don't have them for myself, but we're working with Tenreiro's family to do editioned copies."

Anyone who's familiar with her work knows that Miuccia is a connoisseur of a particular kind of sensuality. The clothes of Yves Saint Laurent, the movies of Luis Buñuel, their collaboration on "Belle de Jour": "It's so perverse, but it's not part of today anymore," she sighs. The sensuality of Brazilian design is something else, solid, organic, primitive/sophisticated. Prada's classic green walls have been reconfigured in three-dimensional Art Deco foliage, shaped in cement. The floors are the classic black and white checkerboard of the first Prada store in Milan's Galleria Vittorio Emanuele II. Against that cool backdrop, the rich, dark tones of Brazilian woods like jacaranda and cabreuva look positively erotic. It's also intriguing to think that a lot of the pieces were probably created under the auspices of Brazil's military dictatorship, when design would have offered a vital freedom of expression.



Prada store at the Miami Design District | Source: Robin Hill

"Free" is a word that Miuccia uses often. Maybe Prada365 has honed a shift in sensibility. "I'm still trying to investigate what 365 really means," she counters. She sees the major challenge as bringing theory and practice together. "I think it's the right direction, but every single day you have to be out there." She appreciates there's freedom in that kind of spontaneity. It certainly infused the spring collection with a new urgency. "I was fed up with being too intellectual, too much with the art world," Miuccia admits. "Now, somehow, I'm much more present. I'm back to life."

Living in the moment is a famous/infamous Millennial trait. The M word makes Miuccia snort. "It's a commercial category. Those poor guys, I'm offended for them." Still, she

understands the lust for experience. “People want to be excited,” she muses. “Probably they always did. Probably they’re all bored to death.” Prada anticipated all of this years ago, in 2008, when the Fondazione opened the Double Club in London. It was artist Carsten (he of the famous chute that slides from Miuccia’s office to the courtyard downstairs) Höller’s “human experiment,” a collision of the art, culture, music, food and lifestyle of two very different cultures, Western and Congolese, with no attempt at all made to fuse them. For the eight months of the pop-up, it was the only game in town.

People want to be excited. Probably they’re all bored to death.

Höller is back for Art Basel Miami Beach with the same concept, only this time the culture clash is Western versus Caribbean/South American. The space (once a 1920s film studio complex) has been split into a monochromatic indoor club space, stark black and white, and an outdoor garden, in tropical hypercolours. Höller wants the passage from one world to the other to create a “schizophrenic” interaction, a “powerful dialogue” to express and explore the idea of duality.

You couldn’t wish for anything more compatible with Miuccia’s own outlook on life. “It’s very much like me,” she agrees. “I can’t be simple, I can’t be just one thing. I am many people in one.” It’s enviable that she has such a vast canvas on which to give all of them ample room to play.

Il modello di Miuccia Prada per il futuro

L'amministratore delegato e direttore creativo di Prada parla con Tim Blanks mentre la casa di moda italiana si prepara a lanciare un nuovo, grande negozio a Miami, che servirà di modello per il futuro.

[didascalia] Il negozio Prada nel Miami Design District | Fonte: Robin Hill

Di TIM BLANKS

LONDRA, Regno Unito – È passato quasi un anno da quando Prada ha lanciato l'iniziativa "Prada365", ambizioso tentativo multicanale di rimodellare l'identità pubblica dell'azienda, con tutti i mezzi possibili, dalla stampa a Instagram e al retail. Una delle qualità che ha fatto di Miuccia Prada una tale forza della moda è la sua vivissima curiosità, la capacità di saltare da un'idea all'altra. All'epoca del lancio, ammise che coloro che avevano la responsabilità di farne un successo erano preoccupati che sei mesi dopo lei se ne stufasse e passasse alla novità successiva. In realtà, è accaduto l'esatto opposto. "Mi impegno più che mai per quest'idea", racconta Miuccia durante una conversazione telefonica nel fine settimana, appena prima di prendere un aereo per Miami. "Per un po', sono stata troppo pigra, mi sono concentrata sulla Fondazione Prada. Adesso posso entusiasarmi di nuovo per il mio lavoro."

In questo momento, un importante contributo al maggior entusiasmo lo sta dando il negozio che Prada aprirà questa settimana durante Art Basel Miami Beach. A gennaio, Miuccia ha dichiarato che uno degli impegni di Prada365 era correggere il senso di monotonia nelle boutique del marchio in tutto il mondo, celebrare le differenze invece di focalizzarsi sugli elementi locali. "La montagna non è il mare," aveva detto allora. La prima espressione del nuovo approccio è stato un negozio temporaneo "da spiaggia" a St Barts, ma Miami è il vero modello per il futuro.

L'arredamento del negozio è un ibrido di architettura Art Déco e modernista anni '60 della città accessoriato con mobili dei maestri del design brasiliano degli anni Cinquanta come Joaquim Tenreiro, Jorge Zalszupin e Sérgio Rodrigues. Miuccia li aveva comprati tutti comunque per la nuova casa che sta realizzando a Milano. Adesso ha generosamente destinato la sua nuova collezione agli interni di Miami. "Non volevo appendere arte alle pareti", spiega. "I mobili sono una nuova direzione elettrizzante." Aggiunge, con una risata triste, "La mia unica preoccupazione è di non averli per me, ma stiamo lavorando con la famiglia di Tenreiro per fare copie in serie limitata."

Chiunque conosca il suo lavoro sa che Miuccia è un'intenditrice di un particolare genere di sensualità. I vestiti di Yves Saint Laurent, i film di Luis Buñuel, la loro collaborazione a "Bella di giorno": "È molto perverso, ma non fa più parte del presente", sospira. La sensualità del design brasiliano è qualcosa di diverso, solido, organico, primitivo/sofisticato. Le classiche pareti verdi di Prada sono state riconfigurate con un foliage tridimensionale Art Déco, scolpito nel cemento. I pavimenti sfoggiano la classica scacchiera bianca e nera del primo negozio Prada in Galleria Vittorio Emanuele II a Milano. Su questo sfondo freddo, le tonalità intense e scure dei legni brasiliani come il jacaranda e il cabreuva sembrano veramente erotici. È intrigante anche pensare che molti pezzi sono stati probabilmente creati sotto gli auspici della dittatura militare brasiliana, quando il design offriva una fondamentale libertà di espressione.

"Libero" è un termine che Miuccia usa spesso. Forse Prada365 ha affinato un cambiamento di sensibilità. "Sto ancora cercando di indagare su cosa significa veramente 365", controbatte. Ritiene che la difficoltà maggiore consista nell'unire teoria e pratica. "Penso che sia la direzione giusta, ma ogni singolo giorno devi essere là fuori." Apprezza il fatto che c'è libertà in quel genere di spontaneità. Di certo ha iniettato una nuova urgenza nella collezione per la primavera. "Ero stufo di essere troppo intellettuale, troppo con il mondo dell'arte", ammette Miuccia. "Ora, per certi versi, sono molto più presente. Sono tornata a vivere." Vivere nel momento è una famosa/famigerata caratteristica dei Millennial, parola che fa sbuffare Miuccia. "È una categoria commerciale. Quei poveri ragazzi, sono offesa per loro." Però capisce la sete di esperienza. "Le persone vogliono entusiasarsi", riflette. "Probabilmente l'hanno sempre voluto. Probabilmente sono tutte annoiate a morte." Prada ha anticipato tutto questo anni fa, nel 2008, quando la Fondazione aprì il Double Club a Londra, "l'esperimento umano di Carsten Höller (quello del famoso scivolo che va dall'ufficio

di Miuccia al cortile sottostante), scontro tra arte, cultura, musica, cucina e stile di vita di due culture molto diverse, quella occidentale e quella congolese, senza alcun tentativo di fonderle.

Höller torna ad Art Basel Miami Beach con la stessa idea, solo che questa volta lo scontro culturale è tra l'Occidente e i Caraibi/il Sud America. Lo spazio (un tempo un complesso di studi cinematografici degli anni '20) è stato suddiviso in club monocromatico al chiuso, di uno spoglio bianco e nero, e giardino esterno, in esagerati colori tropicali. Höller vuole che il passaggio da un mondo all'altro crei un'interazione "schizofrenica", un "dialogo potente" per esprimere ed esplorare l'idea di dualità.

Non si potrebbe desiderare qualcosa di più compatibile con la prospettiva personale di Miuccia sulla vita. "È molto simile a me", concorda. "Non riesco a essere semplice, non riesco a essere una cosa sola. Sono molte persone in una." È invidiabile che abbia una tela così vasta su cui dare a tutte ampio spazio per esprimersi.

[in risalto]

"Ero stufo di essere troppo intellettuale. Adesso sono molto più presente. Sono tornata a vivere."

"Le persone vogliono entusiasmarsi. Probabilmente sono tutte annoiate a morte."