

Prada: “Basta aggressività, dobbiamo tornare alla delicatezza dell’infanzia”



Miuccia e Raf Simons cambiano tono in nome della leggerezza. Vivienne Westwood torna a Milano con i suoi dandy estrosi

L'immenso Deposito della Fondazione Prada per la prima volta è vuoto, senza allestimenti e strutture a riempirlo. ci sono solo le panche per gli ospiti, nello stesso grigio delle pareti e, a terra, tanti tappetini pelosi, di quelli che si usano in bagno, a forma di fiore. Questo il set ridotto all'osso voluto da Miuccia Prada e Raf Simons per la sfilata di ieri. L'effetto, di primo acchitto, è spiazzante.

«La cosa più importante per noi era che ci fosse un cambio di tono», conferma la stilista dopo lo show. Visto che lo spazio era aperto, le interviste post-sfilata si sono svolte in mezzo al pubblico, entusiasta di vedere i creativi da vicino. Così, Prada e Simons sono stati presi d'assalto dagli invitati. Per qualche minuto è stato il caos, ma poi tutto è rientrato. «Volevamo che l'atmosfera da aggressiva e potente diventasse gentile, calma», prosegue Prada. «Sentiamo la necessità del cambiamento, nei toni e nella moda. È tutto troppo: troppo competitivo, troppo martellante. Non ci interessava creare una storia vera e propria, ma ci tenevamo che il risultato fosse più leggero, più semplice. Attenzione però: una moda più semplice nell'espressione, non nella realizzazione. Fare un pantalone di cotone leggero che cade perfettamente è molto complesso, altro che facile». Una semplicità di concetto, che qui si identifica con la spensieratezza dei bambini: «Quando si parla di serenità, è alla delicatezza dell'infanzia che si guarda».

L'estetica del fanciullino secondo Prada è resa attraverso soprabiti colorati che sembrano grembiuli di scuola, zainetti di nylon, cappelli di paglia laccata, colori sorbetto, tuniche con lo scollo a barchetta, tute per l'ora di ginnastica a scuola. E soprattutto, pagliaccetti che lasciano le gambe completamente scoperte: magari saranno facili, ma portabili mica tanto.

Il rischio di quando si lavora per sottrazione, puntando al calmo e al semplice, è che il messaggio si diluisca, finendo talvolta per scomparire. Detto questo, si capisce che la stilista non parla solo di moda, quando ragiona sull'eccessiva aggressività dell'oggi. «No, non mi riferisco solo a quella, ma al presente. Però questo è il mio lavoro e questi sono gli strumenti con cui mi esprimo». L'ultimo pensiero però è di tutt'altro genere. A chi le chiede se a settembre sarà allo show di Versace — maison appena acquisita dal Gruppo Prada — per il debutto del nuovo direttore creativo Dario Vitale, già suo braccio



destro da Miu Miu, risponde ridendo: «Ma no, io non c'entro niente con Versace. Non mi vedrete da nessuna parte». Poco dopo arriva la notizia della prossima uscita dell'ad Gianfranco D'Attis, pare per divergenze di vedute. Al suo posto, ad interim, l'ad del Gruppo Andrea Guerra.



Simon Cracken (foto Filippo Fior/IMAXTREE.COM)

Da Filippo Biraghi e Simone Botte di Simon Cracker, si semplifica diversamente. I due stilisti che hanno fatto di indipendenza e unicità la propria bandiera, partono da un'uniforme: pantaloni tagliati al ginocchio e t-shirt letteralmente color fango: sono realizzate con i tessuti che erano nel loro magazzino in Emilia Romagna, allagato durante l'alluvione. Su questa base aggiungono poi un capo, uno solo, su cui concentrare l'attenzione. Possono essere blazer con tanto di cravatta uniti gli uni agli altri, abiti classici a cui sono applicati code e veli, o magliette Frankenstein, ricavate unendo pezzi diversi. L'approccio ricorda molto quello di Martin Margiela, sono loro i primi a dirlo. Va bene così: fa sempre piacere ascoltare una voce fuori dal coro.





Il dandy estroso di Vivienne Westwood (foto Isidore Montag/IMAXTREE.COM)

Un gradito ritorno a Milano è Vivienne Westwood, un tempo tra i pilastri delle sfilate maschili. Il direttore creativo Andreas Kronthaler ha invaso il Bar Rivoli, a due passi da Piazza San Babila, trasformando il porticato con i tavolini in passerella. Ha presentato qui la sua versione aggiornata del guardaroba da Grand Tour, i viaggi educativi che due, tre secoli fa i giovani inglesi di buona famiglia facevano in Italia.

Di base, sono dei dandy aggiornati, quelli che passeggiano tra gli avventori: hanno pantaloni a vita alta e giacche sciancrate che esaltano la figura, vestaglie morbide, paltò voluminosi. Ma visto che si tratta pur sempre del marchio più anticonformista per antonomasia, a dare pepe ci sono i microshorts, gli stivali col tacco e le tute aderenti più da discoteca che da soleggiata domenica mattina in un bar del centro: un controsenso che qui, però, funziona.

