

LITTLE BOOK OF

# PRADA

Het meeslepende verhaal van Prada

LAIA FARRAN GRAVES



LITTLE BOOK OF  
**PRADA**

LAIA FARRAN GRAVES



**KOSM • S**  
Utrecht/Antwerpen

**Laia Farran Graves**, een stylist en journalist die gespecialiseerd is in mode en beauty, heeft onder andere gewerkt voor tijdschriften als *Vogue*, *InStyle*, *Glamour*, *Marie Claire* en *The Sunday Times Style*. Laia woont in Londen.

Voor *Lucia*

**KOSM • S**  
[www.kosmosuitgevers.nl](http://www.kosmosuitgevers.nl)

Oorspronkelijke titel: *Little Book of Prada*  
Oorspronkelijk uitgegeven door:  
Welbeck Publishing Group, Londen,  
Engeland  
Tekst © Laia Farran Graves 2020  
Design © Welbeck 2020

Productie Nederlandse editie: Fontline,  
Nijmegen  
Vertaling: Manja den Heijer voor Fontline

ISBN 978 90 215 7940 5  
NUR 553

**Alle rechten voorbehouden / All rights reserved**

Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, online-publicatie of op welke andere wijze en/of door welk ander medium ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Deze uitgave is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. Noch de maker, noch de uitgever kan echter aansprakelijk gesteld worden voor eventuele schade als gevolg van eventuele onjuistheden en/of onvolledigheden in deze uitgave.



# Inhoud

Inleiding	6
Erfgoed	8
De beginjaren	16
De esthetiek van Prada	26
Miu Miu: Prada's kleine zusje	48
Herenkleding	78
New Millennium collecties	94
Recente collecties	116
Beauty en geur	132
Kunst en design	138
Bronnen	156
Index	158
Fotoverantwoording en dankwoord	160



# Inleiding

De volgende bladzijden vertellen het buitengewone verhaal van Prada, het Milanese merk dat begon als een luxe lederwarenbedrijf en tot een multinationaal imperium werd omgevormd nadat Miuccia Prada, de kleindochter van de oprichter, het bedrijf in 1978 overnam. Dit boek behandelt de visionaire filosofie van Prada, de snelle opkomst van het bedrijf en de wereldwijde aantrekkingskracht van het label.

De eerste hoofdstukken gaan in op de esthetische ontwikkeling van Prada, van de vroege collecties accessoires die in 1985 resulteerden in de nylon tas die het aanzien van luxe accessoires veranderde, tot de opvallendste prêt-à-portercollecties van de afgelopen tijd. We nemen de belangrijkste elementen onder de loep en belichten de experimentele en innovatieve manieren waarop textuur, stoffen en kleur als middel gebruikt worden om het bestaande beeld van bekoorlijkheid te prikkelen en uit te dagen.

Dit boek documenteert de cruciale rol die Prada had op het vroege minimalisme. Het geeft een overzicht van de ontwikkeling van het bedrijf en kijkt naar de cruciale rol die het speelde in de latere terugkeer naar vrouwelijkheid, sterk beïnvloed door de silhouetten van de jaren 40, 50 en 60. Tegelijkertijd wordt de identiteit van het merk verkend: een constante versmelting van traditionele waarden en technieken met baanbrekende moderne ideeën.

Ook Prada's diffusieliijn Miu Miu wordt besproken, vanaf de eerste show in Milaan tot de gedurfde verhuizing naar Paris Fashion Week, in de zoektocht om zichzelf opnieuw te definiëren. Recente collecties worden besproken en de essentie van dit eigenzinnige merk wordt geschetst. Prada Men komt ook aan bod, waarbij het succes van de herenkleding en de eigen unieke stijl worden behandeld. Ook andere gebieden waarop het merk actief is, zoals de beautyindustrie, komen aan bod. Het laatste deel van het boek belicht Prada's betrokkenheid bij kunst via de non-profitorganisatie Fondazione Prada, waarbij spannende plannen voor de toekomst onthuld worden en de unieke bijdrage besproken wordt die het bedrijf aan de kunstwereld leverde en nog steeds levert.

**Links** Sprekende kleuren, eenvoudige, elegante vormen en contrasterende texturen kenmerken het DNA van het merk Prada.



PRADA



# Erfgoed

De modehoofdstad van Italië herbergt een van de grootste succesverhalen van de 20e eeuw. Het adres van dit grootse etablissement is Via Bergamo 21 te Milaan, het hoofdkantoor van Prada.

Het verhaal van Prada begon in 1913, toen Mario Prada en zijn broer Martino een lederwarenwinkel openden in de luxueuze Galleria Vittorio Emanuele II in Milaan. Deze historische winkelgalerij uit de 19e eeuw, met haar glazen daken en mozaïeken, verbond Piazza del Duomo met Piazza della Scala. De winkel, bekend als Fratelli Prada (Gebroeders Prada), was gespecialiseerd in hoogwaardige lederen producten en luxe artikelen en stond vanaf het begin bekend om zijn topkwaliteit. Tegenwoordig is Prada geëvolueerd van een intiem familiebedrijf tot een wereldwijd modemerken, geleid door Mario's kleindochter Miuccia. Prada is momenteel actief in meer dan 70 landen, met wereldwijd meer dan 250 winkels. Het label heeft naast mode zijn activiteiten uitgebreid naar nieuwe (maar wel bij de identiteit passende) gebieden, met ondernemingen zoals de non-profit kunstorganisatie Fondazione Prada en het zeilteam Luna Rossa in de America's Cup Challenge.

Met alleen het beste vakmanschap en de beste materialen leverde het bedrijf van Mario Prada in 1913 luxe, stijl en originaliteit, eigenschappen die synoniem zouden worden met de familienaam. Fratelli Prada creëerde de klassieke walrusleren tas en importeerde reiskisten uit Engeland. Er werden koffers, handtassen, beautycases en een reeks prachtige accessoires verkocht, waaronder wandelstokken en paraplu's. In 1919, toen het bedrijf pas een paar jaar bestond, werden de broers benoemd tot hofleverancier van de Italiaanse koninklijke familie. Dit gaf ze het recht om het wapen van het Huis van Savoye en het ontwerp van het geknoopte touw in hun logo te gebruiken, het logo dat nog steeds door Prada wordt gebruikt.

**Links** De eerste Prada-winkel werd in 1913 geopend in de Galleria Vittorio Emanuele II in Milaan. Mario en Martino Prada noemden die Fratelli Prada

(Gebroeders Prada). Vanaf het begin stond de zaak al bekend om alle elegantie, luxe en prestige waar het merk nog altijd mee geassocieerd wordt.



RIVIERA DELLA VERSIUA  
VIAREGGIO  
LIDO DI CAMAIORE  
TURISMO VIAGGI PROPAGANDA

*F. Bellini*

RIVIERA DELLA VERSIUA  
VIAREGGIO LIDO DI CAMAIORE  
TURISMO VIAGGI PROPAGANDA

PRADA

PRADA

ALIGERIA

ISANDA

London House





# De beginjaren

In de jaren 80 verbreedde een aantal gevestigde bedrijven in luxe, handgemaakte reisartikelen (Hermès, Louis Vuitton, Gucci en Prada) zich en werd de focus verlegd naar accessoires, waardoor een platform ontstond voor latere modecollecties. Maar Prada zette de moedige stap om ook het imago te transformeren, door een unieke praktische en stedelijke dimensie toe te voegen aan het al lang gevestigde merk. Dit bracht niet alleen een revolutie teweeg in het concept van tassen zelf, maar wat nog belangrijker was, het leidde tot een nieuwe esthetiek van contrasterende stoffen, texturen en strakke lijnen, die een belangrijk deel werd van de signatuur en ontwerpidenteit van het label.

In die tijd begonnen consumenten accessoires te gebruiken als statussymbool en was er vooral vraag naar handtassen. De lancering van de nylon draagtas was door Prada perfect getimed en het innovatieve gebruik van pocone, een stoere industriële stof, in een luxueuze context was een slimme zet. Het beïnvloedde de luxemarkt en bekroonde Prada tot het meest begeerde label van die tijd.

Tot het einde van de jaren 80 concentreerde Miuccia zich op de creatie van de exclusieve accessoires waar het bedrijf van haar grootvader altijd al bekend om stond. Hoewel er een nieuwe identiteit was gecreëerd, bleef het productieproces ongewijzigd. Handtassen werden bijvoorbeeld ontworpen en geschetst, waarna een sjabloon werd getekend dat op de stof of het leer werd gelegd. Deze delen werden vervolgens vakkundig uitgesneden en aan elkaar gestikt door zeer ervaren medewerkers. Elke tas was prachtig uitgevoerd en droeg het originele Prada-embleem dat vroeger de tassen en koffers van de Italiaanse aristocratie had versierd.

**Links** Prada's innovatieve poconenylon rugzakken hebben luxe en aandacht voor detail slim gecombineerd met een frisse industriële benadering van accessoires. Het discrete Prada-logo was onopvallend verwerkt en maakte een statement dat de algehele esthetiek van die tijd weerspiegelde.

## Uitbreiding naar accessoires

Tegelijkertijd drukte Prada ook een stempel op een ander nieuw avontuur: schoenen. De fabricagemethoden waren misschien traditioneel, maar de gebruikte vormen en materialen waren echt baanbrekend en spraken met hun vindingrijkheid en inspirerende aanpak tot de verbeelding van het publiek. Vorgevormde rubberen zolen werden gecombineerd met leer en andere stoffen die voorheen waren voorbehouden aan sportkleding en nog nooit eerder voor luxeartikelen waren gebruikt. Voorbeelden hiervan waren technische stoffen, zoals gaas en geperforeerd leer die een bijna piqué-achtige textuur creëerden.



**Deze bladzijde** Het gebruik van nylon om rugzakken te maken was een ongekende, gewaagde zet die in de jaren 80 een revolutie teweegbracht in accessoires. Ondanks het gebruik van een industrieel materiaal waren de kwaliteit en het fabricageproces van de tassen ongeëvenaard. Prada-rugzakken zijn tegenwoordig nog steeds verkrijgbaar in verschillende kleuren.



**Deze bladzijden** De zwarte pocone draagtas werd in 1985 gelanceerd, veroorzaakte opschudding in de mode-wereld en zette Prada nadrukkelijk op de modekaart. Prada's handtassen, in al hun variaties, zijn sindsdien wereldwijd begeerde objecten vanwege hun kwaliteit en eenvoudige ontwerp.







Deze excentrieke en experimentele benadering van design, waarbij zowel moderne als traditionele technieken werden gebruikt, resulteerde in een nieuw perspectief. Voor de klanten was er nu een lijn met een delicate balans tussen klassiek en modern, wat zowel creatievelingen en fashionista's als intellectuelen aansprak.

In 1993 ontving Prada de prestigieuze prijs voor accessoires van het Council of Fashion Designers of America. In hetzelfde jaar richtte Miuccia ook de Fondazione Prada op, die als doel heeft hedendaagse kunstenaars te begunstigen en hun werk te laten zien. Prada's voorliefde voor kunst



beïnvloedde ook de modecollecties van het merk, waarin vaak illustraties, popart- en opartbeelden waren verwerkt. Alle ogen waren nu op Prada gericht, nu hun belangrijkste modecollecties zich zo sterk onderscheidden. Nieuwe lijnen volgden: Miu Miu in 1993, confectiekleding, schoenen en accessoires voor mannen (ook in 1993), Prada Sport (met zijn legendarische 'rode lijn') in 1997 en de Prada-brillencollectie (in 2000).

**Boven** Een in de jaren 80 gelanceerde schoenenlijn weerspiegelde het gedachtegoed van Prada door een moderne dimensie aan klassieke ontwerpen toe te voegen. Sommige van de gebruikte materialen waren misschien modern, maar het fabricageproces bleef traditioneel.

**Rechts** Prada's brillencollectie werd in 2000 geïntroduceerd en zonnebrillen speelden direct een belangrijke rol in de collecties. Deze oranje bril, uit de herfst-/wintershow 2011, compleet de outfit met een futuristische après-ski-uitstraling.







ST



In de lente-/zomercollectie van 2005 waren retroprints te zien die lijken op meubelstoffen uit de jaren 70. Het was een show die draaide om eenvoudige vormen met gedurfde en zelfverzekerde patronen in combinaties van bruin, oker, groen en blauw. Zachtere, mooiere en meisjesachtigere prints zijn ook prominent aanwezig bij Miu Miu: jurken met sterrenprints in citroengeel en roze in 2006 en dierenprints in 2010. In 2011 waren sterren-, dieren- en lotusbloemprints aanwezig in een glam-rockcollectie geïnspireerd door de obsessie met roem die toen heerste. Het gebruik van conflicterende prints is een interessante formule die door Miu Miu op twee manieren ingezet wordt: verschillende prints worden in één kledingstuk over en door elkaar heen gebruikt of kledingstukken met verschillende prints vormen samen een mismatchend ensemble. In de lente/zomer van 2012 verschenen prints en patchwork op laarzen, tassen, jurken en een selectie van prachtige capes die aan de voorkant of aan de zijkant waren vastgemaakt met een dik, zwart lint. Gecombineerd met klompen met hoge hakken en westernlaarzen, die een folky sfeer toevoegden aan een verder gotische collectie, stalen ze de show.

**Uiterst links** De lente-/zomershow 2011 was een verkenning van roem, met glamoureuze en opvallende outfits. Dit zijdesatijnen overhemd met zilveren traliewerk op de voorkant wordt gedragen met een rok met een stermotief op de voorkant. Fuchsiakleurige hakken met bandjes dragen bij aan de 'rock chick'-uitstraling.

**Links** Miu Miu gebruikt vaak mooie prints, zoals dit dessin met donkere sterren op een zachtgele achtergrond. De jurk, die hier over een wit T-shirt wordt gedragen, wordt gecomplementeerd door een zonnebril, lange handschoenen en hoge hakken, wat bijdraagt aan de zelfverzekerde stijl van de lente-/zomershow van 2006.

**Rechts** De prints die in de lente-/zomercollectie 2010 werden gebruikt, waren zowel prikkelend als delicaat. Deze outfit combineert afbeeldingen van witte honden op de zwarte minirok, met naakte vrouwenfiguren op de zachtbruine blouse met rode kraag.

**Uiterst rechts** Een lotusbloemenprint op zijde gaf een oriëntaals tintje aan de glamoureuze lente-/zomershow van 2011. Een dunne blauwe riem in de taille creëert een vrouwelijke vorm.









# Sexy verleidsters

Miu Miu's sensuele manier van kleden neemt veel verschillende gedaanten aan en naarmate het merk evolueert, is het steeds aanwezig in collecties middels de styling en algehele opzet van de shows. In de herfst/winter van 2002 werden bijvoorbeeld hoge laarzen gedragen met hotpants en overjassen, terwijl de extreem korte jurken van het voorjaar van 2008 deden denken aan Franse dienstmeisjes, Alice in Wonderland en Playboybunny's en daarmee een theatrale vorm van sensualiteit uitdroegen. De verleidelijke en sexy advertentiecampagne van dat seizoen, met in de hoofdrol actrice Kirsten Dunst, werd gefotografeerd door partners Mert Alas en Marcus Piggott en had een provocerende, op de jaren 50 geïnspireerde pin-uplook.

**Links** Deze outfit, van lente/zomer 2012, toont een interessante combinatie van patronen in de patchwork-jurk en -laarzen. De tas heeft een geometrisch patroon in roze, zwart en rood, met een gouden hengel.

**Rechts** Twee modellen backstage tijdens de lente-/zomershow 2008. Het model op de voorgrond draagt rode lippenstift passend bij haar schoenen met hoge hakken, een zwart-wit pofjurkje met witte bloemshorts, witte manchetten en een zwarte choker, die doet denken aan een Playboybunny.

**Blz. 72 en 73** Links een veelkleurig pof-mini-jurkje in combinatie met een oranje zonnebril, rechts een delicate jurk met een pofrok die drama toevoegt aan de eenvoudige vorm, beide uit 2008.







Ingetogen elegantie en luxe, innovatieve stoffen en sublieme originaliteit zijn allemaal kenmerken van het modehuis Prada. In dit prachtig geïllustreerde werk onthult Laia Farran Graves de hele geschiedenis; van de bedrijfsoorsprong als fabrikant van lederwaren tot het wereldwijde mode-imperium, opgezet en geleid door Miuccia Prada.

*Little Book of Prada* beschrijft de evolutie en vernieuwingen van het merk, maar ook het designethos gebaseerd op interesse in minimalisme en hedendaagse kunst. De prachtige modefotografie, met beelden van de kledingstukken en de catwalk, vormt een eerbetoon aan een van de invloedrijkste modehuizen ter wereld en de vrouw erachter.

**KOS  
M•S**

NUR 450  
Kosmos Uitgevers,  
Utrecht/Antwerpen



WWW.KOSMOSUITGEVERS.NL