



Содержание

Вступление	6
Наследие	8
Ранние годы	16
Эстетика Prada	26
Miu Miu: младшая сестра Prada	48
Мужская одежда	78
Коллекции нового тысячелетия	94
Недавние коллекции	116
Красота и парфюм	132
Искусство и дизайн	138
Источники	156
Алфавитный указатель	157
Слова благодарности	159



Вступление

Вы держите в руках книгу об удивительной истории миланского бренда Prada. Он начинал как магазин, торгующий роскошными товарами из кожи, и превратился в многонациональную империю, после того как в 1978 году руководство перешло к внучке основателя, Миучче Прада. Вы познакомитесь с новаторской философией Prada, а также со стремительным взлетом компании и мировой популярности лейбла.

Из первых глав вы узнаете об эстетическом развитии Prada, начиная с первых коллекций аксессуаров и прославившей марку нейлоновой сумки для покупок 1985 года, которая изменила концепцию роскошных аксессуаров, до самых удивительных коллекций прет-а-порте последних лет. Мы изучим ключевые элементы, поговорим об экспериментах и новациях бренда, в которых текстура, ткань и цвет использованы для того, чтобы бросить вызов укоренившимся представлениям о красоте.

В ранние годы Prada была символом минимализма, но компания не стояла на месте. Создаваемые ею образы сыграли важную роль в последующем возвращении к женственности под сильным влиянием силуэтов 1940-х, 1950-х и 1960-х годов. Мы поговорим и о том, как бренд постоянно смешивает традиционные ценности и приемы со взрывающими основы современными идеями.

Целая глава посвящена дополнительной линии Prada — Miu Miu, и мы проследим путь «младшей сестры» от первого показа в Милане до яркого появления на Неделе моды в Париже и утверждения собственного, неповторимого стиля лейбла. Мы обсудим последние коллекции и обратим внимание на характер этого оригинального бренда. Также отдельная глава посвящена Prada Men, успеху мужской одежды лейбла и ее уникальному стилю. Из этой книги вы узнаете и о других областях развития бренда, например о косметической продукции. Заключительная часть книги посвящена впечатляющей вовлеченности Prada в сферу искусства посредством некоммерческого фонда Fondazione Prada и интереснейшим планам бренда на будущее. Особое внимание уделено уникальному вкладу компании в художественные проекты.

Слева: яркие цвета, контрастные текстуры, простота и элегантность форм характерны для ДНК бренда Prada.



PRADA

Наследие

Итальянская столица моды стала сценой для истории самого крупного успеха в XX веке. Адрес этого успеха — Виа Бергамо, 21, Милан, штаб-квартира Prada.

История Prada началась в 1913 году, когда Марио Прада и его брат Марино открыли магазин кожаных изделий в престижной миланской галерее Виктора-Эммануила II. Эта известная торговая аркада XIX века со стеклянной крышей и мозаичным полом соединяет Пьяцца дель Дуомо с Пьяцца делла Скала. Магазин под названием «Fratelli Prada» (Братья Прада) специализировался на изделиях высокого качества из кожи и предметах роскоши. С самого начала известность магазина была связана с эксклюзивностью товаров. В наши дни Prada превратилась из сугубо семейного бизнеса в мировой модный бренд, управляет которым внучка Марио, Миучча. Prada присутствует в более чем 70 странах и имеет более 250 магазинов по всему миру. Помимо моды, но в соответствии со своим творческим духом, лейбл освоил и другие сферы деятельности, благодаря таким проектам, как Фонд продвижения современного искусства Fondazione Prada и парусная команда Luna Rossa для Кубка «Америки».

В 1913 году, работая исключительно с лучшими мастерами и материями, компания Марио Прада предлагала покупателям роскошь, стиль и оригинальность, и эти качества стали синонимом семейного имени. Fratelli Prada создали классический чемодан из шкуры моржа и импортировали из Англии пароходные кофры. В магазине продавали предметы багажа, дамские сумочки, косметички и линейку эксклюзивных аксессуаров, включая трости и зонты. К 1919 году, всего через несколько лет после основания бизнеса, Fratelli Prada стали официальным поставщиком итальянской королевской семьи. Это позволило братьям Прада использовать герб Савойского дома с переплетенными шнурами в дизайне их логотипа. И сегодня Prada использует тот же самый логотип.

Слева: первый магазин Prada открылся в 1913 году в миланской галерее Виктора-Эммануила II. Марио и Марино Прада назвали его «Fratelli Prada». С самого

начала магазин стал символом элегантности, роскоши и престижа, которыми бренд славится и сегодня.



RIVIERA
DELLA VERSIMA
VIAREGGIO
LIDO DI CAMAIORE
TURISMO-VIAGGI-PROPAGANDA

F. Bellini

RISANDA

London House

PRADA
ALGERIA

PRADA

PRADA

ALGERIA

PRADA





На страницах 10–11:

в импозантной галерее Виктора-Эммануила II в Милане открылся первый магазин Prada. Двойная аркада с высоким стеклянным потолком, характерным для XIX века, и красивыми мраморными и мозаичными полами соединяет Пьяцца дель Дуомо и Пьяцца дела Скала. Над центральной площадкой расположен величественный стеклянный купол.

Вверху: у Патрицио Бертелли был собственный бизнес по продаже кожаных изделий, когда он познакомился с Миуччей Прада в конце 1970-х годов. Они поженились в 1987 году в День святого Валентина и совместными усилиями превратили семейную фирму в мировой бренд.

На странице 13: второй магазин Prada открылся в 1983 году на Виа дела Спига. Он был таким же роскошным, как и первый, но с более современным оформлением.



Миучча Прада не изучала дизайн, крой или моду, не посещала она и школу искусств. Она получила докторскую степень в области политических наук, изучала пантомиму в миланском «Пикколо Театро» и готовилась стать актрисой. Эту карьеру ей пришлось оставить ради семейного бизнеса. По ее собственному признанию, у нее было скучное детство. Родители заставляли носить простые полосатые платья, а она мечтала о розовых. Позже она станет носить великолепную дизайнерскую одежду таких брендов, как Yves Saint Laurent и Pierre Cardin, создавая свой особый образ. Сила духа Миуччи и ее безошибочное чувство стиля сыграли ключевую роль в преобразовании бизнеса братьев Прада, превратив его из маленького семейного предприятия в один из ведущих и самых влиятельных Домов в мире современной высокой моды. Вскоре после того, как Миучча начала управлять компанией, она познакомилась с Патрицио Бертелли. У него была собственная фирма по производству кожаных изделий, и он взял на себя организацию бизнеса в компании Миуччи, став ее партнером, а потом и мужем. Он всегда поддерживал жену, пока она неустанно работала над созданием имиджа и направления развития бренда.

Именно Бертелли посоветовал Миучче прекратить импорт из Англии и изменить существующий дизайн. В 1979 году была запущена первая линия нейлоновых сумок и рюкзаков. Миучча решила задействовать Rosone, нейлоновую ткань, которую раньше использовали для внутренней обивки чемоданов. Эта ткань соответствовала ее любви ко всему индустриальному. Выбор материала оказался непростым с технической точки зрения, так как в то время нейлон таким образом никто не использовал. Работать с ним оказалось дороже, чем с кожей. Но Миучча Прада хотела создать что-то новое и неожиданное, одновременно функциональное и красивое. Тот факт, что сумки из нейлона было очень трудно шить, делал задачу еще увлекательнее. Упорство принесло плоды, и, хотя сумки Rosone не сразу добились успеха, в конце концов они стали первым коммерческим триумфом фирмы.

В течение следующих нескольких лет Миучча изучала все, что требовалось знать о бизнесе, и вскоре они с Бертелли начали расширять дело. В 1983 году они открыли второй магазин в Милане на Виа делла Спига, в котором внимание к деталям, характерное для первого магазина бренда, сочеталось с более современной эстетикой. В 1985 году Миучча создала один из самых знаковых на данный момент модных аксессуаров: нейлоновую сумку для покупок. Это был очередной эксперимент с Rosone, а не с кожей. Материал сделал сумку необычной, и дизайн оказался настолько востребованным, что контрафактные копии шили по всему миру. Шумиха пошла бренду на пользу. Миучча повысила статус нейлона: из промышленного материала он превратился в люксовый. Черная сумка с высокой ценой и неброским, но безошибочно узнаваемым треугольным металлическим логотипом стала must-have для редакторов отделов моды во всем мире. Бренд Prada обозначил свое присутствие в мире модных трендов. В это же время Prada предложила линейку обуви. Следом за ней четыре года спустя Миучча запустила свои первые коллекции прет-а-порте. Поначалу минималистичные, чистые линии были встречены неоднозначно, так как они противоречили объемным формам и одежде «для карьеры», модным в 1980-е. Но эстетика начинала меняться, и всего через несколько сезонов уникальный образ марки стал синонимом шика. Prada, какой мы знаем ее сейчас, заняла свое место в мире моды.



Вверху: Prada продолжала расширяться, добавив линейку обуви к существующим коллекциям аксессуаров в 1979 году. Качество и мастерство остаются неотъемлемой частью каждой модели.



Ранние годы

В 1980-е годы некоторые состоявшиеся компании, предлагавшие роскошные, сделанные вручную товары для путешествий — Hermes, Louis Vuitton, Gucci и Prada, — начали осваивать новые территории, сосредоточившись на аксессуарах, которые впоследствии стали основой для модных коллекций. Но Prada сделала смелый шаг, трансформировав свой имидж, придав уникальное утилитарное и урбанистическое измерение давно известному бренду. Это была не только революция в самой концепции багажа. Была предложена новая эстетика контрастных материалов, текстур и четких линий, которая стала весомой частью фирменного дизайна.

В этот период покупатели начали использовать аксессуары как символ статуса, и дамские сумочки пользовались особым спросом.

Prada с удивительной точностью выбрала время выпуска нейлоновой сумки для покупок. Новаторское использование Rosone, прочной промышленной ткани, в контексте роскоши было умным ходом. Этот дизайн повлиял на рынок люксовых товаров, сделав Prada лейблом must-have своего времени. До конца 1980-х годов в центре внимания Миуччи оставались эксклюзивные аксессуары, которыми всегда славилась компания ее деда. Хотя выглядели они по-новому, процесс производства оставался неизменным. Для сумочек, к примеру, сначала придумывали дизайн, потом делали эскизы, затем выкройку, которую раскладывали на ткани или коже. Детали мастерски вырезали и сшивали. Делали это очень опытные работники. К каждой сумке крепили оригинальную эмблему Prada, которая в прошлом украшала багаж итальянской аристократии.

Слева: в новаторской сумке-рюкзаке из нейлона Rosone от Prada умело сочетаются роскошь и внимание к деталям со свежим индустриальным подходом к аксессуарам. Намеренно неброский логотип Prada отражает общую эстетику того времени.

Расширение ассортимента аксессуаров

В то же самое время Прада осваивала совершенно новую для бренда территорию: обувь. Производить обувь предполагалось по традиционной технологии, но формы и материалы должны были привлечь внимание публики своей необычностью, индивидуальностью и творческим подходом. Литую резиновую подошву соединяли с кожей и другими материалами, которые ранее использовались исключительно для спорта в целях износостойчивости и никогда не рассматривались в контексте роскоши. К числу таких материалов относились сетка и перфорированная кожа, создававшие текстуру тканей пике или аэротекст.

