



Défilé Prada
Automne-Hiver 2016.
© COURTESY OF PRADA



PRADA

UN SIÈCLE DE GÉNIE ITALIEN

La marque milanaise a fêté son centenaire en 2013.
Toujours fidèle à ses origines dans la Galleria Vittorio Emanuele II,
tout près de la Scala,
elle a connu un développement exponentiel
en restant fidèle à sa tradition d'excellence.

PRADA, A CENTURY OF ITALIAN GENIUS

The Milanese trademark celebrated its centennial in 2013.

*True to its origins in the Galleria Vittorio Emanuele II, very near to La Scala,
it has experienced exponential growth remaining loyal to its tradition of excellence.*

COMMANDES ROYALES

ROYAL ORDERS



1913: Mario Prada ouvre sa boutique de sellerie-marquinerie dans le lieu le plus exclusif de Milan, le «salotto buono», c'est-à-dire la Galleria Vittorio Emanuele II qui relie la place du Dôme à la Scala. Très vite, la qualité de sa production lui attire les faveurs des clients les plus exigeants. À peine cinq ans après sa création, la Maison reçoit déjà des commandes de la garde-robe de la reine, dont les archives conservent scrupuleusement le témoignage.

1913: Mario Prada opened his leather goods and saddle-making boutique in the most exclusive quarter of Milan, the "salotto buono", the Galleria Vittorio Emanuele II which connects the Place du Dôme to La Scala. Very quickly, the quality of his products attracted the attention of the most demanding clients. Only five years after its creation, the trademark began receiving orders for the wardrobe of the queen, the traces of which are scrupulously preserved in the company's archives.

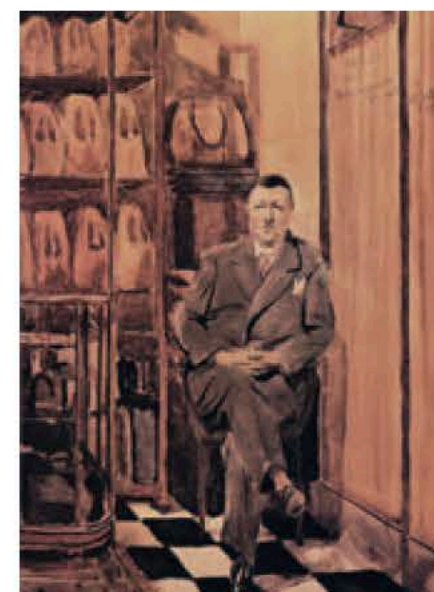


1.

1. Lettre officielle «Fournisseur de la Maison royale italienne». © ALBERT WATSON
2. Camionnette Prada utilisée pour livrer les achats à domicile des clients en 1918. © ALBERT WATSON



2.



3.

3. M. Mario Prada, grand-père de Miuccia Prada. © COURTESY OF PRADA
4. Bagages Prada, 1925. © ALBERT WATSON
5. Sac shopping Prada en nylon, 1978. © ALBERT WATSON

PRADA



5.

En cette même année 1918, comme pour marquer la fin des années terribles, sort un somptueux sac en lézard, avec une boucle en marcassite et lapis-lazuli. Dès 1919, la *Fratelli Prada* confirme qu'elle est la référence absolue: elle est devenue fournisseur officiel de la famille royale et peut ainsi intégrer les armoiries des Savoie à son logo.

The same year, 1918, as if to mark the end of those terrible years, a sumptuous handbag in lizard with a buckle of marcasite and lapis-lazuli was released. From 1919 on, the *Fratelli Prada* confirmed its position as an absolute reference; it had become the official supplier of the royal family and as such integrated the coat of arms of the Savoy in its logo.



Sac lézard avec boucle marcassite et lapis-lazuli, 1918. © ALBERT WATSON



4.

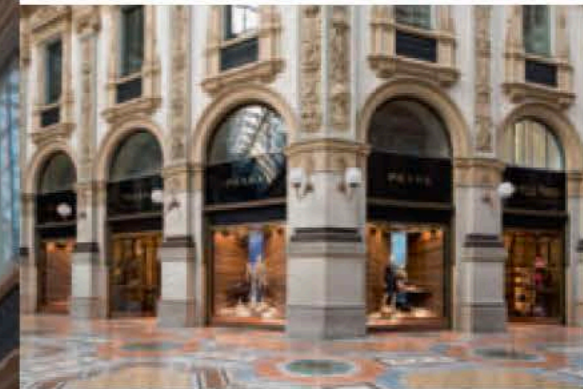
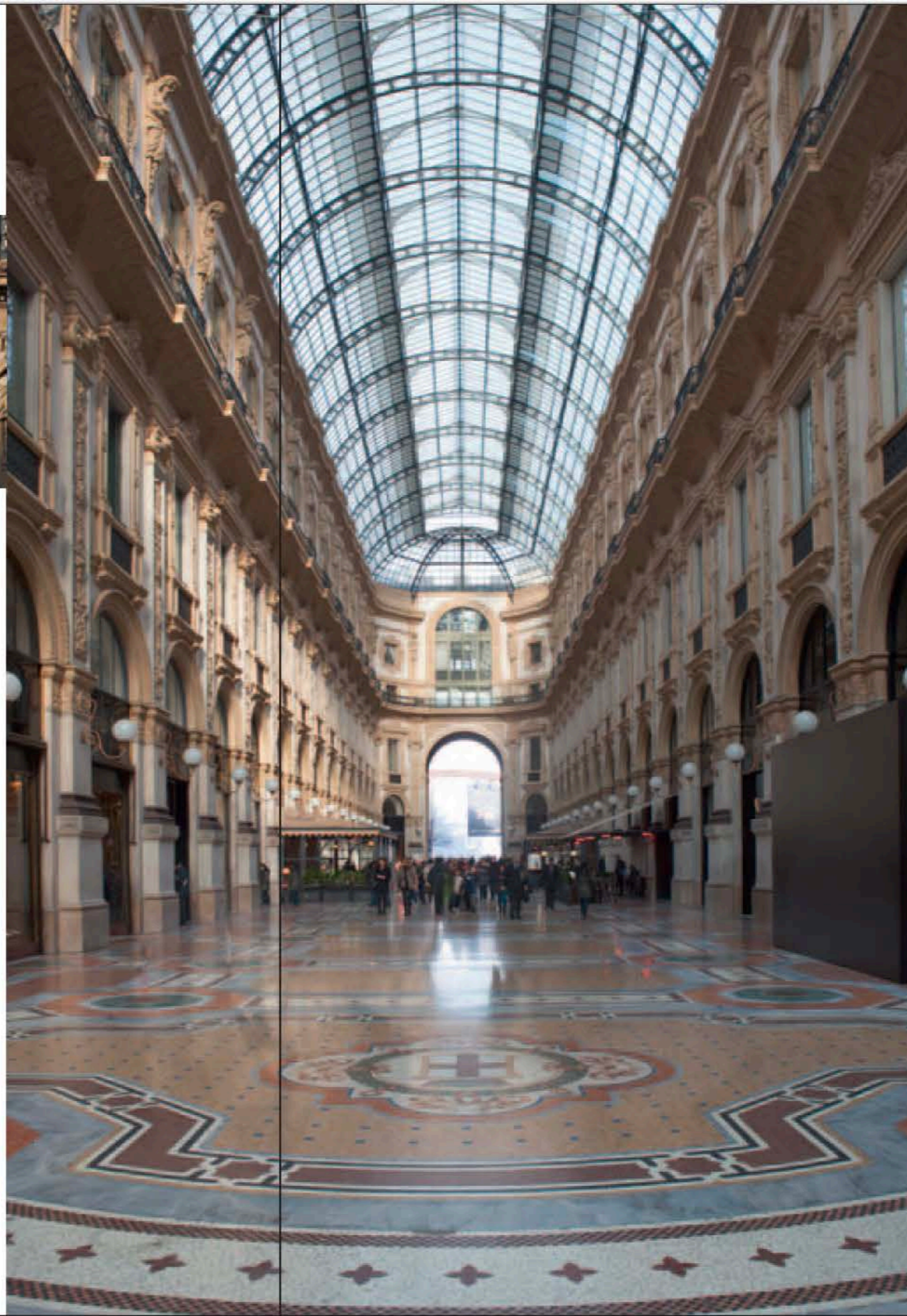
AU COEUR DE L'EMPIRE, LA GALLERIA VITTORIO EMANUELE II



THE HEART OF THE EMPIRE, THE GALLERIA VITTORIO EMANUELE II

Le lien avec la Galleria Vittorio Emanuele II n'a jamais été rompu. Aujourd'hui encore, la boutique historique de la Maison a conservé les étagères en acajou de Mario Prada, sur lesquelles sont exposés des produits actuels – vanity cases, malles et sacs faits main – à côté des créations anciennes, montrant une obsession séculaire pour l'excellence. En hommage à ce passé, Prada – avec Versace et Feltrinelli – a participé au financement de l'ambitieuse restauration de la Galleria, sous l'égide de la mairie de Milan et de la surintendance aux biens architecturaux.

The bond with the Galleria Vittorio Emanuele II has never been broken. Today, the historical boutique of the trademark retains the mahogany shelves of Mario Prada's time, on which the latest products are displayed – handmade handbags, vanity cases and trunks – next to classic creations, demonstrating a long-standing obsession for excellence. In tribute to this past, Prada – together with Versace and Feltrinelli – has participated in the financing of an ambitious restoration project of the Galleria, under the auspices of the city hall of Milan and its department of architectural heritage.



La Galleria
Vittorio Emanuele II.
© COURTESY OF PRADA

Commencée en 2014, juste après le centenaire, et achevée en 2015 après quelque 50 000 heures de travail, l'opération a permis de redonner sa splendeur au chef-d'œuvre de Mengoni, inauguré en 1867. L'intervention de Prada a concerné un quadrant entier, incluant les intérieurs et les façades, ainsi que l'installation d'un système sophistiqué d'air conditionné. Tout en contribuant à revitaliser le cœur de Milan, la Maison y a conservé ses racines : deux magasins de Prada (l'un dédié aux femmes et l'autre à la collection homme) se trouvent ici.

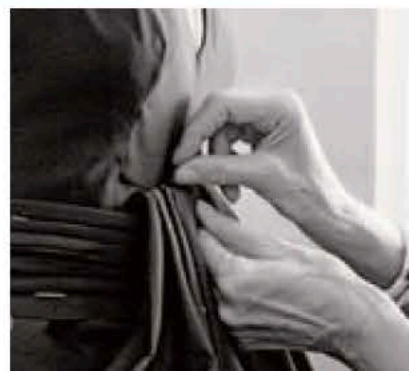
Begun in 2014, the year after the centennial, and completed in 2015 after more than 50,000 hours of work, the project restored the splendor of this masterpiece by Mengoni, inaugurated in 1867. Prada's participation concerned an entire quadrant of the gallery, including the interiors and the facades, as well as the installation of a sophisticated system of air conditioning. While contributing to the revitalization of the heart of Milan, the trademark has preserved its roots here: Two Prada stores (one dedicated to women's and one to men's collection) are located here.



UN SAVOIR-FAIRE ENTRETENU ET TRANSMIS

A SAVOIR-FAIRE
CULTIVATED
AND PASSED ON

Le savoir-faire
des artisans Prada.
© BRIGITTE LACOMBE



C'est la petite-fille de Mario Prada, Miuccia Prada, qui a relancé la marque à la fin des années 1970, avec son mari Patrizio Bertelli, qui forment l'un des couples les plus influents du monde. Patrizio Bertelli a imposé un business model dans lequel la production industrielle s'accorde avec l'artisanat d'excellence tandis que la créativité de Miuccia Prada et sa curiosité intellectuelle lui permettent d'anticiper les tendances, voire de les créer, dans des domaines aussi variés que le prêt-à-porter, les chaussures, la maroquinerie ou les parfums. Dans le classement Interbrand, Prada se situe au 69^e rang des marques les plus cotées du monde.

It was Mario Prada's granddaughter, Miuccia Prada, who re-launched the trademark at the end of the 1970's with her husband Patrizio Bertelli, who together form one of the world's most influential couples. Patrizio Bertelli set up a business model in which industrial production coincides with artisanal excellence, while the creativity of Miuccia Prada and her intellectual curiosity have allowed her to be on the cutting edge of trends and to create in sectors as varied as ready-to-wear, shoes, leather-goods, and perfumes. In the Interbrand classification, Prada is ranked 69th among the world's most highly rated trademarks.



Anne Hathaway,
Oscar 2013.
Cameron Diaz,
Academy Awards 2003.
Alejandro González Iñárritu,
Academy Awards 2016.
Gwyneth Paltrow,
collection Printemps, Paris 2013.
© COURTESY OF PRADA

Charlize Theron,
première de Hancock, Tokyo 2008.
Diane Kruger,
gala AmFar, New York 2016.
Nicole Kidman,
Qingdao Oriental
Movie Metropolis, 2016.
Leonardo Di Caprio
première de *Gatsby le Magnifique*, 2013.
© COURTESY OF PRADA

Défilés Prada.
© COURTESY OF PRADA

Prada fait partie du Groupe Prada (avec Miu Miu, Church's, Car Shoe et Marchesi 1824), dont le réseau de distribution couvre 70 pays et 618 boutiques en propre (au 31 janvier 2016). Les produits qui y sont proposés sont issus de 13 usines : onze en Italie, une en Grande-Bretagne (Church's), une en France (Tannerie Mégisserie Hervy), qui s'appuient sur un ensemble de sous-traitants choisis avec soin. Dans les usines du Groupe Prada sont valorisés le geste technique et un savoir-faire passé de génération en génération. Un chiffre ne trompe pas : les employés ont en moyenne une ancienneté de vingt ans, ce qui traduit un attachement à l'esprit de la Maison et un goût constant pour l'excellence et la transmission.

Prada is part of the Prada Group (together with Miu Miu, Church's, Car Shoe and Marchesi 1824) whose distribution network covers 70 countries and owns 618 boutiques (as of January 31, 2016). The products sold in these boutiques are crafted in 13 factories: 11 in Italy, one in England (Church's), and one in France (Tannerie Mégisserie Hervy), and call upon the talents of a group of sub-contractors chosen with great care. Prada Group's factories prize technical prowess and a savoir-faire passed down from generation to generation. One figure is particularly revealing, its employees have an average seniority of 20 years', illustrating a spiritual attachment to this trademark and a taste for excellence and transmission.



1.



2.

1. Le sac Prada Galleria (2007) tire son nom de la boutique historique de Milan.

2. Le Prada Cabier (2016) évoque d'anciens carnets où consigner nos pensées secrètes.
© COURTESY OF PRADA

DES BOUTIQUES NOUVELLE GÉNÉRATION

NEW-GENERATION BOUTIQUES

L'innovation créative et industrielle qui a permis à Prada de se hisser parmi les premiers groupes de luxe du monde s'est aussi appliquée dans la conception de nouveaux lieux de vente qui n'ont pas d'équivalent: les Epicenters, commandés aux plus grands architectes du monde, comme Rem Koolhaas et Herzog & de Meuron (qui ont reçu le prix Pritzker, considéré comme le prix Nobel de l'architecture). Véritables paysages culturels et marqueurs des villes où ils sont implantés, les Epicenters mêlent la technologie la plus avancée, le design et l'art contemporain. Ils ont investi New York (2001, *Rem Koolhaas*), Tokyo (2003, *Herzog & de Meuron*) et Los Angeles (2004, *Koolhaas*).

The creative and industrial innovation that have permitted Prada to position itself among the ranks of the world's leading luxury groups also applies to the conception of new unparalleled boutiques: the Epicenters, commissioned to the world's greatest architects, including Rem Koolhaas and Herzog & de Meuron (who received the Pritzker prize, considered the equivalent to the Nobel prize for architecture.) True cultural landscapes of the cities where they are located, the Epicenters bring together the most advanced technology, design and contemporary art. They have been opened in New York (2001, *Rem Koolhaas*), Tokyo (2003, *Herzog & de Meuron*) et Los Angeles (2004, *Koolhaas*).



3.

1. Epicenter Beverly Hills, Los Angeles.
© COURTESY OF PRADA
2. Epicenter Aoyama, Tokyo.
© NACASA & PARTNERS
3. Epicenter New York.
© COURTESY OF PRADA
4. & 5. Boutique Prada 10, avenue Montaigne Paris 8^e.
© COURTESY OF PRADA



5.



4.

PRADA

Paris possède plusieurs boutiques: au 5, rue de Grenelle (femme), au 6, Faubourg Saint-Honoré (homme et femme) et bien évidemment avenue Montaigne. Celle pour l'homme est au 12, les collections femme au 10. Sur 595 mètres carrés aux teintes beige et vert pâle, cette dernière réinterprète, au moyen d'alcôves, les niches emblématiques de la Maison. On y trouve aussi les parfums, notamment le *Candy Kiss* et les *Infusions* de Prada, qui réunissent six fragrances: Iris, Iris cèdre, Fleur d'oranger, Vétiver, Œillet et Amande. Mêlant tradition et modernité, les flacons ont l'estampille dessinée en 1913 par Mario Prada mais sont le fruit des recherches les plus récentes. Réunissant poésie et précision, délicatesse et puissance, sensualité et fraîcheur, ils incarnent la capacité de Prada à créer ses propres codes, fondant passé et présent en une esthétique originale.

Paris has several boutiques: at 5 rue de Grenelle (women's collection), at 6 Faubourg Saint-Honoré (women's and men's) and obviously on Avenue Montaigne: at 12 for men, at 10 for women. Covering 595 square meters in soft beige and pale green hues, the latter reinterprets the emblematic niches of the trademark. There are also perfumes, particularly *Candy Kiss* and the *Infusions* de Prada, which comprise six fragrances: iris, cedar iris, orange blossom, vétiver, carnation and almond. Marrying tradition and innovation, the perfume bottles bear the label designed in 1913 by Mario Prada but are the fruit of the most recent research. By bringing together poetry and precision, finesse and force, sensuality and freshness, they characterize Prada's ability to create its own codes, forging the past and present into an original aesthetic.



6.



7.

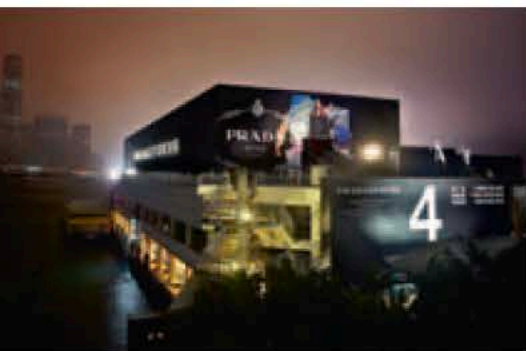
6. Candy Kiss de Prada.
© COURTESY OF PRADA
7. Les Infusions de Prada.
© COURTESY OF PRADA

DE LA CULTURE AVANT TOUTE CHOSE

CULTURE,
ABOVE ALL



1.



2.

L'univers de Prada a été synthétisé dans Pradasphere. Cette impressionnante exposition itinérante a été inaugurée en mai 2014 dans le grand magasin londonien Harrods. Les vitrines de Pradasphere résument les obsessions de la marque depuis ses débuts et montrent que des valeurs comme la beauté, le goût, la vanité, le pouvoir peuvent s'exprimer par la mode, les accessoires, le sport (le défi *Luna Rossa* pour l'*America's Cup*) et la culture en général. En novembre 2014, Pradasphere a été inauguré à Hong Kong. Prada a aussi proposé des initiatives originales comme les courts-métrages de Wes Anderson (*Castello Cavalcanti*) et Roman Polanski (*The Therapy*), ou un concours littéraire (*le Prada Journal*) en collaboration avec l'éditeur Feltrinelli.

The Prada world has been synthesized in Pradasphere. This impressive exhibition was inaugurated in May 2014 in London at Harrods. In its sparkling show windows, it summarizes the obsessions of the trademark since its beginning and shows that values such as beauty, taste, vanity and power can be expressed by fashion, accessories, sport (i.e. *Luna Rossa's* challenge for the *America's Cup*) and culture in general. In November 2014, Pradasphere was inaugurated in Hong Kong. Prada has also proposed initiatives such as the short films of Wes Anderson (*Castello Cavalcanti*) and Roman Polanski (*The Therapy*), as well as a literary contest (*the Prada Journal*) in collaboration with the publisher Feltrinelli.



3.



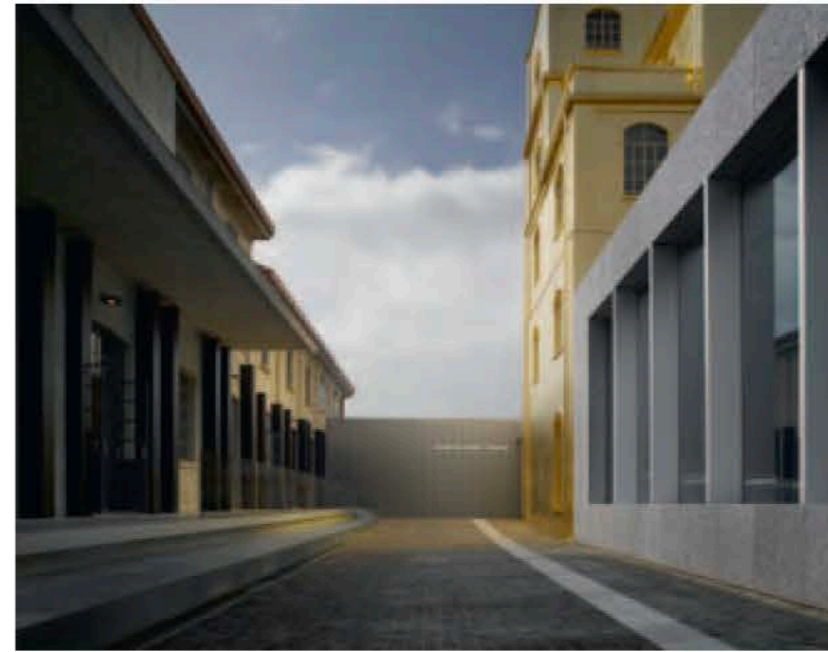
4.



5.

1. Pradasphere
Londres.
© AGOSTINO OSIO
2. Pradasphere
Hong Kong.
© COURTESY OF PRADA
3. Castello Cavalcanti
© B. LACOMBE
4. The Therapy.
© COURTESY OF PRADA
5. Prada Journal
3^e édition.
© COURTESY OF PRADA

PRADA



Créée en 1993, la Fondazione Prada dispose depuis 2015 d'un extraordinaire siège milanais, transformation par Rem Koolhaas d'une distillerie des années 1910.
© BAS PRINCEN / COURTESY FONDAZIONE PRADA



Avant d'accueillir la Fondazione Prada, le palais vénitien Ca' Corner della Regina a notamment abrité les archives de la Biennale de Venise.
© AGOSTINO OSIO / COURTESY FONDAZIONE PRADA

Le goût de Prada pour la culture s'incarne dans la Fondazione Prada, qui a présenté des expositions monographiques dédiées à des artistes contemporains, des projets cinématographiques ou architecturaux et des conférences philosophiques depuis 1993. Avec l'ouverture de la branche vénitienne, l'historique palais Ca' Corner della Regina, en 2011, et du siège milanais dessiné par Rem Koolhaas en 2015, la Fondazione Prada a développé son offre dans les arts visuels et la culture.

Prada's taste for culture is embodied by Fondazione Prada, which has presented solo shows devoted to contemporary artists, architecture and cinema projects and philosophy conferences, since 1993. With the opening of the Venetian venue, the historic palazzo of Ca' Corner della Regina, in 2011 and the Milan headquarters designed by Rem Koolhaas in 2015, Fondazione Prada has expanded its offer in visual arts and culture.

PRADA

