

Corso breve

Prada: La costruzione di un brand

ANDREA
BATILLA



Corso breve

Nel documento troverai un riassunto dei temi trattati nei video, con immagini, testi e link utili all'approfondimento.

Per ogni lezione, troverai dei temi/parole che caratterizzano la sfilata e in alcuni casi anche dei concetti che verranno approfonditi e trattati nello specifico.

Indice

Prada: La costruzione di un brand

Non è un corso sulla storia del brand ma sulle sue matrici culturali. Su quali basi e con quali riferimenti il marchio è arrivato ad avere il percepito che ha oggi.

**ANDREA
BATILLA**



La costruzione di un brand

Indice

AI 1988/89 - Borghesia milanese

.....

P. 7

PE 1990 - Minimalismo

.....

P. 10

PE 1991 - Erotismo

.....

P. 13

AI 1993/94 - Tematizzazione

.....

P. 16

PE 1994 - Estetica del brutto

.....

P. 19

AI 1994/95 - Sportswear tecnico

.....

P. 22

AI 1995/96 - Controllo della lingua

.....

P. 24

PE 1996 - Introduzione della decorazione

.....

P. 26



La costruzione di un brand

Indice

PE 1998 - Artificio vs Realtà	<i>P. 29</i>
PE 2000 - Classicismo	<i>P. 31</i>
AI 2002/2003 Erotismo	<i>P. 33</i>
AI 2004/2005 - Romanticismo	<i>P. 35</i>
AI 2007/2008 - Futuro	<i>P. 38</i>
PE 2008 - Fiaba	<i>P. 40</i>
AI 2008/2009 - Cattolicesimo	<i>P. 42</i>
PE 2010 - Cancellazione della nostalgia	<i>P. 44</i>



La costruzione di un brand

Indice

PE 2011 - Streetwear

.....

P. 46

PE 2013 - Razionalità

.....

P. 48

PE 2014 - Istinto

.....

P. 50

AI 2014/15 - Cinema

.....

P. 52

PE 2016 - Iperdecorativismo

.....

P. 54

AI 2017/2018 - Femminismo

.....

P. 57

AI 2022/23 - Ritorno al minimalismo

.....

P. 59

**ANDREA
BATILLA**



Prada AI 1988/89 Borghesia milanese

Siamo nel mezzo degli anni '80 del power dressing, di Versace, Armani e Ferrè. La sfilata si svolge nello showroom di Via Melzi D'Eril e il contrasto tra gli interni ottocenteschi e la povertà di abiti e styling è quasi esasperante.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: BORGHESIA MILANESE

La linea di ready to wear femminile viene lanciata nel 1988. È la collezione A1 88/89. Prada è già un marchio affermato che produce borse dal gusto ricercato ma per esprimere i valori fondamentali di un brand bisogna approdare all'ideazione anche di una collezione di abbigliamento. Siamo nel mezzo degli anni '80 del power dressing, di Versace, Armani, Ferrè e Krizia. Si sta attraversando il periodo della Milano da bere che comunica un'atmosfera di lusso sfrenato, sessualità, ricongiungimento con il corpo. Miuccia discende da una ricca famiglia borghese ma ha introiettato i semi della ribellione del '68 e attraverso il suo approccio intellettuale il suo obiettivo sarà quello di introdurre e contrapporre al massimalismo di quel periodo un'estetica legata alla semplificazione. La sfilata si svolge nello showroom di Via Melzi D'Eril e il contrasto tra gli interni ottocenteschi e la povertà di abiti e styling è quasi esasperante. I due temi ben visibili sono: il volere mantenere un dialogo aperto con la cultura borghese e il voler riscriverne i codici con un linguaggio semplificato e contemporaneo. Altri designer, definiti successivamente minimalisti Romeo Gigli uno tra gli esponenti più famosi, cercano di riscrivere l'idea di lusso ma colei che riuscirà realmente nell'impresa sarà soltanto Miuccia.



ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: VESTIRE BORGHESE

Il vestire borghese nasce nell'800 ma si struttura come linguaggio lungo tutto il '900. La sua radice è protestante, calvinista e puritana e professa i valori del capitalismo, di un guardaroba utilitario, poco appariscente. Non dimostrare di avere i soldi e non essere appariscenti è il primo comandamento. Il cambiamento drastico si nota soprattutto nell'abbigliamento maschile che adotta colori cupi, un atteggiamento umile e con un'etica fondata esclusivamente sul lavoro e sul successo che qualificavano in maniera positiva un individuo.

In realtà l'800 è il regno del massimalismo ma il concetto nasce lì e diventa evidente con le avanguardie del '900 come il Bauhaus che portano all'estremo l'idea di minimalismo.

In particolare Milano diventa la capitale economica e industriale italiana e l'etica del lavoro e del guadagno si salda con un'estetica molto precisa, esistente ancora oggi.



Galleria Vittorio Emanuele Milano, Bauhaus, Moda maschile '800

Prada

La costruzione di un brand



Prada PE 1990 Minimalismo

È la prima collezione con un forte contenuto moda in cui Miuccia cerca di trovare una strada personale all'interno del minimalismo milanese.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: MINIMALISMO

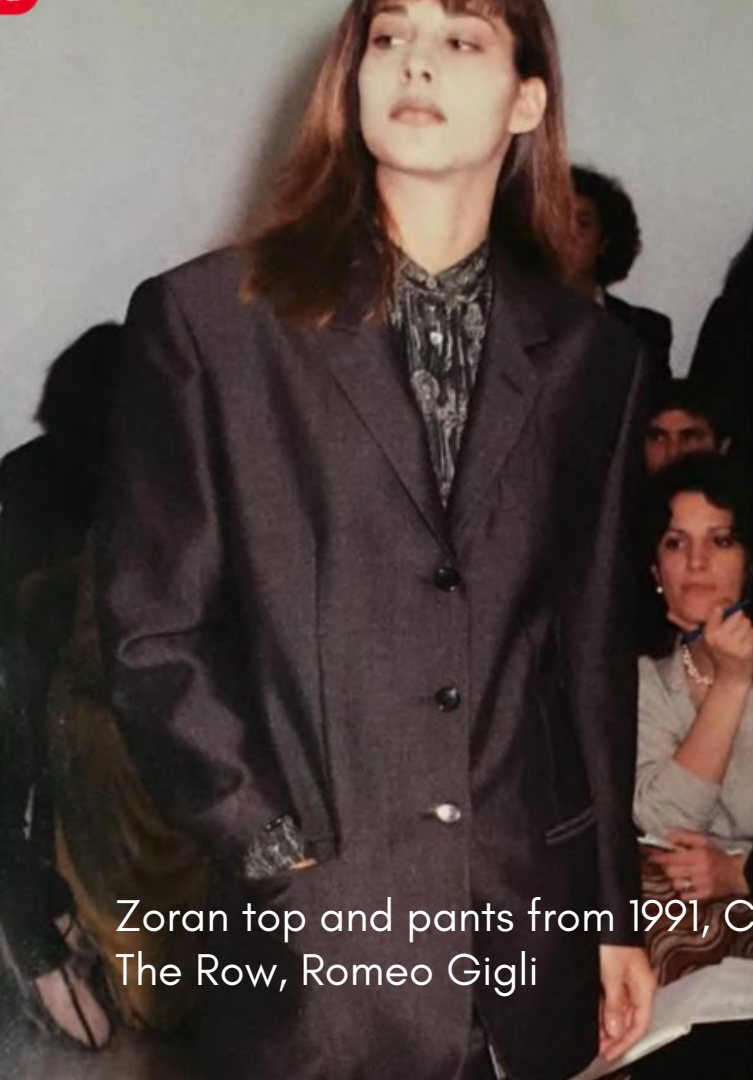
È un evidentissimo omaggio a Romeo Gigli che infatti è in prima fila insieme all'altra sua socia Carla Sozzani.

È la prima collezione con un forte contenuto moda in cui Miuccia cerca di trovare una strada personale all'interno del minimalismo milanese. Il minimalismo è un movimento artistico che nasce negli anni '60. Si sviluppa prima negli Stati Uniti e poi in Europa. I principali esponenti sono in America Dan Flavin, Donald Judd, Sol LeWitt, e in Europa Piero Manzoni, Enrico Castellani.

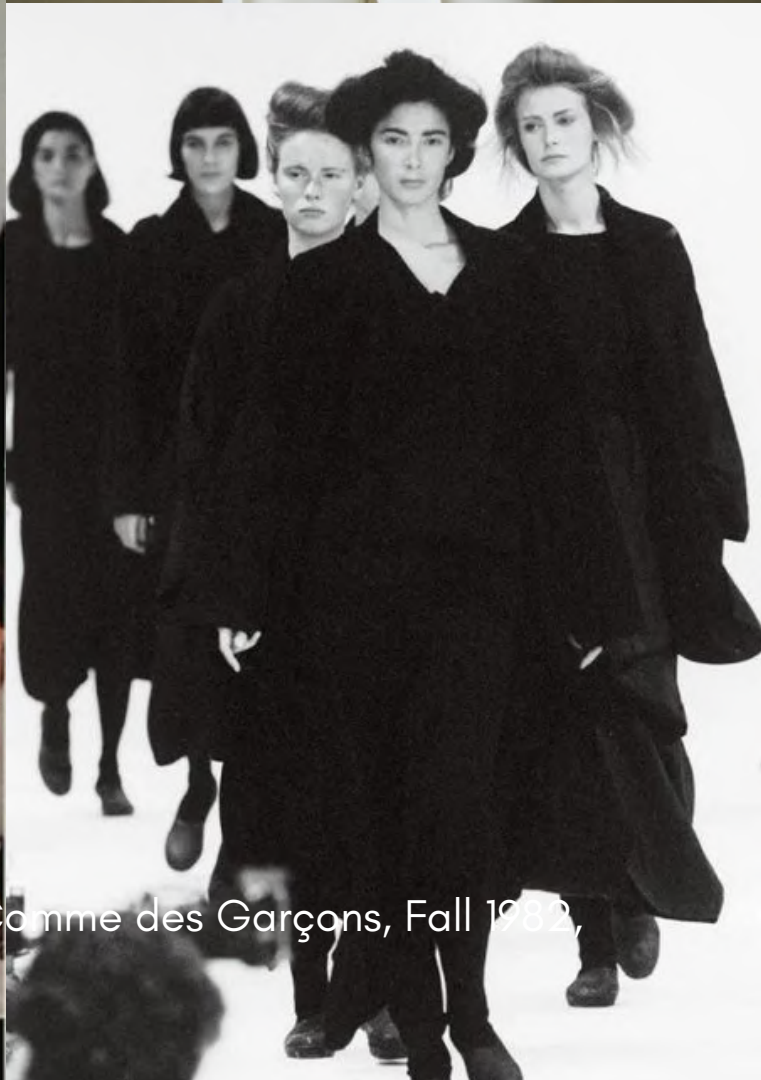
Ma esiste un minimalismo nella musica con Philipp Glass, nella letteratura con Raymond Carver. L'eliminazione del non essenziale è una critica aperta all'eccesso, al consumismo, all'uso commerciale delle emozioni e ha un significato fortemente politico. Il fatto di essere impersonali negli oggetti porta in realtà a dirigere l'attenzione verso chi li usa, quindi a trasferire la narrazione sull'identità della persona. Gli anni '90 saranno caratterizzati da un rifugio dentro di sé e da una fuga dalla realtà. C'è quindi qui un primo riferimento all'arte ma anche alla contemporaneità della moda e quello che stava avvenendo a Milano in quel momento.



Opposite: Semi silk-
jersey T-shirt, \$60, and
a layered silk-chiffon
skirt, Collection by
Ralph Lauren, \$1,320.
This page: Zoran silk-
chiffon top, \$450;
worn over a satin top,
\$350; and cotton-
chino pants, \$400.
More info, last pages.



Zoran top and pants from 1991, Comme des Garçons, Fall 1982,
The Row, Romeo Gigli



LINKS

ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: MINIMALISMO NELLA MODA

Il riduzionismo nella moda ha due radici. La prima è americana, discende direttamente dall'arte e da quel movimento e il suo principale esponente è Zoran, designer di origine serba tra la fine degli anni '70 e gli '80 che si basa sull'idea di pratica, di sportswear, di essenziale. Se pensate a The Row, esiste ancora quella radice minimalista e no logo.

La seconda radice è il movimento dei giapponesi, nato più o meno nello stesso periodo.

Romeo Gigli in particolare è un riferimento molto forte per Miuccia che ne apprezza la semplicità ma anche il modo di trattare materiali, colori e decorazione.

Dan Flavin e il minimalismo nell'arte

Mad man e il potere della pubblicità

Ladicorbic Zoran

La filosofia di moda di Yohji Yamamoto

Prada

La costruzione di un brand

P. 12



Prada PE 1991 Erotismo

Con questa collezione arrivano elementi nuovi che portano il discorso di Prada in territori nuovi.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: EROTISMO

Con questa collezione arrivano elementi nuovi che portano il discorso di Prada in territori ancora inesplorati.

La caratteristica più evidente è che il corpo femminile non è più nascosto e quindi emerge una componente sensuale ed erotica che in teoria è un elemento dissonante rispetto al minimalismo. Nel minimalismo infatti uno dei presupposti è nascondere il corpo o comunque non oggettificarlo.

Nella realtà però questo periodo storico, dopo la massificazione del culto del corpo degli anni '80, sta facendo una riflessione sul fatto che il corpo possa essere mostrato ed essere seducente senza che ci sia nessuna componente anti femminista.

Forse questo è uno dei primi passi di Miuccia verso una riappropriazione del corpo che durerà fino ad oggi.





ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: CATTIVO GUSTO

Con le uscite in pelle stampata vacchetta Miuccia introduce in maniera ironica un elemento che diventerà centrale nel suo linguaggio: l'uso deliberato del cattivo gusto. Mescolato a pezzi super semplici. Questo materiale perde il suo significato eccessivo e volgare e diventa un nuovo strumento creativo. In generale tutto ciò che è opulento, eccessivo e decorativo è qualcosa che di solito associamo al cattivo gusto ma in realtà è un insieme di regole che hanno radici diverse da quelle del minimalismo borghese. Durante la sua carriera Miuccia farà spesso incursioni in elementi che non appartengono alla sua cultura, rendendoli personali.

Uno dei meccanismi più semplici è usare le cose da sera per il giorno e viceversa, rompendo regole centenarie di buon gusto.



Prada AI 1993/94 Tematizzazione

Spesso le collezioni di Prada saranno l'incontro di due temi apparentemente opposti.



Prada AI 1993/94

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: TEMATIZZAZIONE

C'è un cambio drastico di location che diventa bianca e minimalista. Comincia anche la tematizzazione delle sfilate: da una parte c'è il tema del viaggio negli anni '70, cose fluide e femminili in colori terrosi, dall'altra c'è il nero, il guardaroba maschile, il militare. Spesso le collezioni di Prada saranno l'incontro di due temi apparentemente opposti.

Appare anche il logo sulle fibbie delle cinture e la collezione è molto più strutturata e creativa. Dimostra come si cominci a portare temi apparentemente lontani dall'estetica di Prada, come gli anni 70, nelle collezioni.



Joe McKenna, Prada AI 1993/1994 details

ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: STYLING

Qui comincia la collaborazione con Joe McKenna. La sfilata nell'insieme risulta più chiara ed è ben visibile la divisione per temi. La location neutra, per esempio, aiuta a decodificare tutti gli elementi presenti. Il casting è molto più realistico ed elimina quasi del tutto le supermodel, diventando così molto più contemporaneo.

Casting e styling diventano più estremi e si inaugura la tendenza di Prada a lavorare su styling impossibili da riprodurre nel quotidiano, molto più vicini a ciò che si vedeva negli editoriali sui magazine e non nelle sfilate. La figura dello stylist diventa per la prima volta molto potente all'interno di un progetto di moda e inaugura una tendenza che sarà seguita da molti che porterà poi alla nascita della figura del direttore creativo.

Joe McKenna

La figura dello stylist

Prada

La costruzione di un brand

LINKS



Prada PE 1994 Estetica del brutto

Questa collezione è rivoluzionaria per molti motivi. Viene fuori per la prima volta un'idea di erotismo sottile raccontato da una serie infinita di sottovesti. Qualcosa di sexy e allo stesso tempo allucinato.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: L'ESTETICA DEL BRUTTO

Questa collezione è rivoluzionaria per molti motivi. Viene fuori per la prima volta un'idea di erotismo sottile raccontato da una serie infinita di sottovesti. Qualcosa di sexy e allo stesso tempo allucinato. È un modo di togliere tutto, di lasciare l'essenziale dando un'impressione di mancanza di senso, di cinismo di fondo. La famosa estetica del brutto esce qui per la prima volta. I corpi nudi non sexy sono quasi inquietanti. Siamo a metà degli anni '90 e questo tipo di estetica parte dall'Inghilterra e da giornali come Dazed e I-D che vanno contro la classica rappresentazione glamour della moda introducendo fotografi come Jurgen Teller o Wolfgang Tillmans ma anche sguardi indipendenti come Nan Goldin. È da questo tipo di visione nichilista che nasce questo periodo della storia di Prada con Kate Moss, una delle protagoniste indiscusse, e l'heroin chic. Qui si conclude la vera e propria costruzione del brand, che diventa riconoscibile ma è solo l'inizio di una lunga storia.

Ugly Chic | A Bazmark Production. Directed by Baz Luhrmann.

Miuccia Prada, che ha trovato il bello nel brutto

Juergen Teller

Wolfgang Tillmans

Nan Golding

Prada

La costruzione di un brand

P. 20

LINKS

Prada PE 1994



Prada AI 1994/95 Sportswear tecnico

Con questa collezione viene introdotto il nylon nero nell'abbigliamento e l'idea dell'abbigliamento tecnico comincia a mescolarsi con quella del vestire borghese.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: SPORTSWEAR TECNICO

Con questa collezione viene introdotto il nylon nero nell'abbigliamento e l'idea dell'abbigliamento tecnico comincia a mescolarsi con quella del vestire borghese.

Si struttura anche il concetto di uniforme, reso intelligibile grazie ai molti richiami militari. L'uniforme borghese e quella militare si sovrappongono per comunicare la volontà di volersi creare un'uniforme propria.

Fino a quel momento l'abbigliamento tecnico era rimasto fuori dal perimetro della moda e con questa collezione diventa uno dei segni distintivi di Prada.

L'alternanza maschile/militare e intimo/femminile è un altro segno ricorrente nelle collezioni a venire.





ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: UNIFORMI

In tutto il lavoro di Miuccia esiste un costante riferimento a Saint Laurent soprattutto rispetto all'idea di corruzione della borghesia: basta pensare al film "Belle de Jour" di Buñuel. Esiste una componente visibile e socialmente accettabile e una che dovrebbe rimanere invisibile che invece viene rivelata. Spesso le due cose si mescolano. Esiste sempre un riferimento all'idea di perversione erotica, di superamento dei limiti borghesi attraverso il sesso e il corpo. Soprattutto l'inizio, con le sottovesti, di questa sfilata è Prada per come la conosciamo ancora oggi.

Uniform: la mostra fotografica.

BELLE DE JOUR - Official Trailer - Directed by Luis Buñuel & newly restored

LINKS

Belle de Jour di Buñuel, Prada AI 1993/1994 details

Prada

La costruzione di un brand

P. 23



Prada AI 1995/96 Controllo del linguaggio

Prada diventa il riferimento per un minimalismo colto ma portabile, estremamente commerciale.



Prada AI 1995/96



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: CONTROLLO DEL LINGUAGGIO

Insieme a Jil Sander e Helmut Lang (che poi verranno comprati e rivenduti) Prada diventa il riferimento per un minimalismo colto ma portabile, estremamente commerciale.

Una delle sfilate più a fuoco della storia di Prada che definisce quali sono gli oggetti di interesse e come sono, uno per uno.

Gli oggetti borghesi come il cappotto e il tailleur vengono ridotti all'essenziale, sono uniformi che parlano di identità attraverso l'anonimato. I materiali tecnici e stretch cambiano il significato degli oggetti. L'uscita del cappotto cammello su Nadja Auermann è diventata storica perchè tiene chiuso un semplice cappotto, lasciando solo immaginare cosa potrebbe esserci sotto.

C'è sempre qualcosa di nostalgico e retro che rende sopportabile il senso pervasivo di nichilismo ma il concetto è che Miuccia dice: questi oggetti quotidiani e tra conosciuti adesso sono diventati miei. Il finale in nero e stampa a micro fiori introduce l'elemento dell'assurdo che deriva dal ribaltamento delle stagioni.

ANDREA
BATILLA



Prada PE 1996 Introduzione della decorazione

Questa collezione è stata chiamata la
Trash o Ugly Chic.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: CONTROLLO DEL LINGUAGGIO

Questa collezione è stata chiamata la Trash o Ugly Chic. È un lavoro sulla banalità del quotidiano, sull'uso di elementi talmente semplici e comprensibili che insieme diventano dissonanti. La prima cosa importante sono i colori: bruciato e carta da zucchero, verde acido e melanzana che insieme compongono una palette non donante. Attraverso essi e le stampe viene introdotto un elemento decorativo che fino ad ora non era mai stato presente. I materiali e le linee ovviamente povere introducono un nuovo elemento nel linguaggio di Prada. Il lusso non necessariamente deve essere legato a ciò che convenzionalmente viene definito ricco ma può indagare anche elementi ritenuti poveri come il poliestere. Il riferimento è alla casalinga americana senza gusto e senza soldi degli anni '70. Un periodo assolutamente non interessante fino a quel momento che ricorda i primi esperimenti di ready to wear per le masse. L'assolutamente basso viene elevato a status symbol. Nessuno prima l'aveva mai fatto.

Prada

La costruzione di un brand

P. 27



Prada PE 1996



ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: LA BANALITÀ DEL QUOTIDIANO

Come esercizio, per comprendere meglio il concetto di questa collezione, vi invito a guardare un film di Chantal Akerman "Jeanne Dielman, 23, quai du Commerce, 1080". Il film si svolge interamente all'interno della casa della protagonista, il titolo del film è proprio il suo indirizzo, vengono raccontati i minimi dettagli dei gesti legati alla vita quotidiana di una casalinga degli anni 70' esplorandone la banalità ma elevandoli e considerandoli un modo vincente di sopravvivere ad una situazione alienante.

La protagonista, sposata e con un figlio, decide di prostituirsi e la regista racconta i suoi incontri con i clienti con la stessa apatia e distacco paragonandoli alle attività casalinghe che la protagonista svolge quotidianamente. Il metodo di narrazione utilizzato dalla Akerman è analogo a quello che Miuccia utilizza per costruire questa collezione, esplorando appunto la banalità del quotidiano e raccontarlo in maniera accettabile e rivelarlo.

Jeanne Dielman, 23, quai du Commerce, 1080 Bruxelles - Trailer

Prada

La costruzione di un brand

P. 28



Prada

PE 1998

Artificio vs Realtà

Un gioco tra verità e artificio attraverso la mescolanza di tessuti naturali come la canapa e plastiche o gomma.

ANDREA
BATILLA

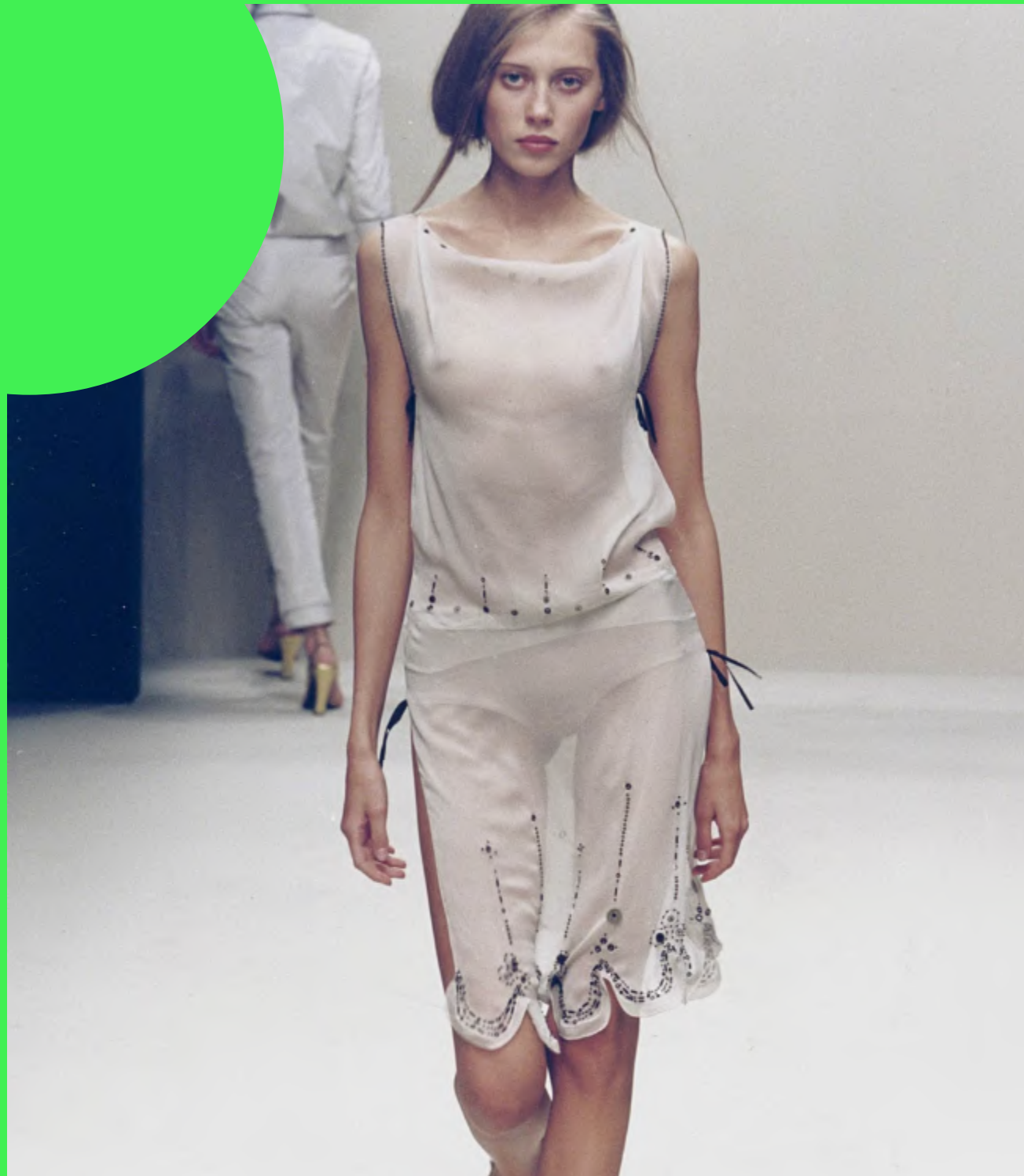
PAROLA DI RIFERIMENTO: ARTIFICIO VS REALTÀ

Un gioco tra verità e artificio attraverso la mescolanza di tessuti naturali come la canapa e plastiche o gomma. Le stampe di riferimento nella collezione è quella a spighe di grano, elemento riconosciuto e associato genericamente alla natura e al nutrimento, nella collezione viene abbinato a blocchi di colore cupi e meno romantici.

Il linguaggio si stratifica e, pur rimanendo all'interno delle forme conosciute, le tematiche diventano più profonde, meno riconoscibili, più intellettuali. C'è un forte avvicinamento al linguaggio oscuro dell'arte concettuale contemporanea.

Il prodotto diventa sempre più complesso ma l'artigianalità non ha niente di romantico o di visibile. Una gonna in caucciù ricamata in canutiglie rappresenta molto bene quanto da Prada il concetto dei contrasti venga introiettato non utilizzando praticamente mai degli elementi in modo letterale.





Prada PE 2000 Classicismo

Dopo le sperimentazioni tecniche degli anni '90, Prada torna a lavorare sull'idea di classicismo borghese.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: CLASSICISMO

Dopo le sperimentazioni tecniche degli anni '90, Prada torna a lavorare sull'idea di classicismo borghese. È tutto di nuovo volutamente semplificato e si lavora sugli oggetti base del guardaroba della signora milanese ma a questo punto Miuccia è anche capace di essere leggera e ironica e introdurre in maniera abbastanza esplicita elementi discordanti come il suo amore per Yves Saint Laurent, da lei indossato quando andava alle manifestazioni comuniste negli anni '60. In questa collezione c'è una rilassatezza e una sicurezza rispetto ai temi soliti di Prada che prima non c'era mai stata. Sembra non esserci stato nessuno sforzo. Sono anzi tutti pezzi commercialmente molto facili, accessori compresi. Stampa bocche, cuori e rossetti diventano iconiche perchè riferite ad un'idea di femminile esplicita che Miuccia non aveva mai affrontato, elementi in aperta contraddizione con la riservatezza borghese.



Prada AI 2002/2003 Erotismo

In una maniera velata Miuccia esplora il mondo dell'erotismo e gli oggetti che rimandano a un certo tipo di perversioni sessuali.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: EROTISMO

In una maniera velata Miuccia esplora il mondo dell'erotismo e gli oggetti che rimandano a un certo tipo di perversioni sessuali. I tacchi, gli stivali col tacco, le gonne strette, il nero, abiti e completi aderenti, trench in plastica, colori accesi.

C'è un richiamo alle dominatrix e a un'idea di sexy esplicito che Prada non aveva mai affrontato prima.

La parte della sera è molto importante e usa spesso catene di swarovsky.

I contrasti tra materiali sono molto duri, corpo e spalle sono sempre segnati. Le pellicce sono allo stesso tempo un elemento di sofisticatezza e di depravazione insieme ai cortissimi baby doll. È molto interessante la volontà di Miuccia nell'affrontare temi che non sente particolarmente vicino e come sia riuscita a restituire il racconto di una donna tridimensionale a differenza di alcuni suoi colleghi designer che volutamente hanno sempre preferito un racconto legato alla bidimensionalità.

Prada

La costruzione di un brand

P. 34



Prada AI 2002/2003



Prada AI 2004/2005 Romanticismo

Si torna alla forte tematizzazione e all'iperdecorativismo che ormai è una forma espressiva controllata perfettamente.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: ROMANTICISMO

Il primo riferimento è il romanticismo movimento artistico che comunica la realtà per come il pittore la vede e non come è realmente raccontando i moti affettivi degli esseri umani spesso incontrollabili che creano personalità ed indennità. I dipinti di Caspar David Friedrich, uno dei maggiori esponenti del movimento, vengono usati per le stampe. Si torna alla forte tematizzazione e all'iperdecorativismo che ormai è una forma espressiva controllata perfettamente. Poi c'è l'idea di futuro, di materiali tecnici mescolati alle fibre naturali e di stampe riviste con un intervento digitale molto visibile. È una collezione ottocentesca nel senso di iper decorata, languida, piena di sovrapposizioni e con uno styling che non è più di Joe Mckenna ma di Katie Grand.

Il linguaggio diventa stratificato e complesso e i contrasti sempre più forti. Come per esempio Maschile e femminile, ricco e povero. Si abbandona completamente l'idea di minimalismo ma rimane un forte intellettualismo che serve ad affrontare anche temi che come questo sono molto distanti dai codici di Prada.



ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: L'ARTE DI MESCOLARE GLI OPPOSTI

Comincia il periodo espressionista di Prada in cui le collezioni vengono articolate intorno a concetti molto lontani tra di loro. La sintesi viene trovata attraverso forme riconoscibili ma alla semplificazione del linguaggio si preferisce l'eccesso e il massimo dell'espressione del tema. Si innesta anche un sotto tema che è quello di tentare di immaginare il futuro partendo da elementi del passato. Dalla nostalgia.



LINKS

'Abbazia nel querceto' Dipinto di Caspar David Friedrich, Katie Grand,
'Ritratto di un artista nel suo studio' Théodore Géricault

Katie Grand- Show studio

Prada

La costruzione di un brand

P. 37



Prada AI 2007/2008 Futuro

Nel tentativo di raccontare il futuro senza nessun riferimento al passato, la collezione non è strutturata intorno ad un tema ma alla negazione dell'idea di tema.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: FUTURO

Nel tentativo di raccontare il futuro senza nessun riferimento al passato, la collezione non è strutturata intorno ad un tema ma alla negazione dell'idea di tema.

Attraverso un profondo lavoro di ricerca tessile, i materiali assumono aspetti nuovi, perturbanti, sconosciuti. Spalmature, agugliate di tessuti diversi, goffrature, finte pellicce. L'artificio e la tecnologia tessile sono le vere protagoniste della collezione.

È un futuro artificiale, sintetico, luminescente, contraddittorio in cui ogni elemento non è mai quello che sembra.

Con l'AI 2007/2008 Miuccia vuole dirci che può non esistere nessun vincolo creativo abbattendo le barriere che conoscevamo fino ad allora. È una delle collezioni fondamentali per la storia della moda, sarà infatti una tra le più copiate e utili a chi dallo streetwear vorrà passare ad occuparsi di alta moda.





Prada PE 2008 Fiaba

Nei disegni c'è l'idea di riprodurre un mondo tardo medievale di fiabe e fate che corrisponde, per Miuccia, ad un tentativo di esplorare l'inconscio femminile.



Prada PE 2008

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: FIABA

Nelle scenografie avveniristiche create da AMO di Rem Koolhaas e con le stampe del giovane artista californiano James Jean, Prada presenta una sfilata interamente composta da capi leggerissimi di maglia e di seta e le uscite, di soli pigiama, determinano una scelta radicale. Non troviamo traccia di capispalla o altri pezzi solitamente usati per costruire una collezione.

Nei disegni c'è l'idea di riprodurre un mondo tardo medievale di fiabe e fate che corrisponde, per Miuccia, ad un tentativo di esplorare l'inconscio femminile. Ma le stampe, pur in colori pastello, contengono immagini a volte disturbanti e inquietanti rendendo la narrazione, come al solito, complessa. È una sfilata radicalmente univoca che mostra solo capi leggeri perchè vuole raccontare il tema del sogno e dell'inconscio con estrema precisione.

Con questa sfilata nella moda viene introdotta l'idea del pigiama da giorno che diventerà, da quel momento, estremamente commerciale.

L'ARTE DI RIDEFINIRE I TERRITORI DI SCENA DI PRADA

James Jean

Prada

La costruzione di un brand

P. 41

LINKS



Prada AI 2008/2009 Cattolicesimo

Prada viene oramai spinta in direzioni diversissime senza paura di perdere il DNA del brand.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: CATTOLICESIMO

Queste tre sfilate, tutte magistrali, in sequenza, dimostrano come la narrazione di Prada venga oramai spinta in direzioni diversissime senza paura di perdere il DNA del brand. Questo perchè i temi di riferimento, borghesia, erotismo, perbenismo e anticonvenzionalità, sono sempre presenti. In questo caso gli estremi della cultura borghese sono rappresentati dal cattolicesimo e dalle uniformi di sacerdoti e suore che qui prendono vita attraverso un occhio perverso che li intinge nell'erotismo, inteso sia come totale liberazione che come massima costrizione. Il pizzo, il nero monacale, il popeline azzurro delle camicie maschili sono gli elementi dominanti che vengono magistralmente scomposti per ricreare un universo nuovo attraverso simboli potentissimi, tipici della cultura cattolica.

Il pizzo macramè è anche l'elemento femminile e romantico per eccellenza che in questo caso diventa dark, ieratico, razionale. La ragazza perbene che fa la comunione con il vestitino di pizzo rosa viene ribaltata e diventa un'eroina dark, una dark lady.

Fritz Lang

Alfred Hitchcock - Gli uccelli

Prada

La costruzione di un brand

LINKS



Prada PE 2010 Cancellazione della nostalgia

Un'anno dopo la spaventosa crisi finanziaria che colpisce il mondo, il messaggio di Prada è di osservare il passato senza nostalgia, vetrificandolo dentro una cartolina senza emotività.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: CANCELLAZIONE DELLA NOSTALGIA

Un'anno dopo la spaventosa crisi finanziaria che colpisce il mondo, il messaggio di Prada è di osservare il passato senza nostalgia, vetrificandolo dentro una cartolina senza emotività. Questo è un ripensamento sull'idea stessa di fare collezioni che si riferiscono in maniera precisa ad un periodo storico (gli anni '60) e ad una figura (Lolita di Nobokov), spiegando che esiste la possibilità di non essere nostalgici ma di osservare la storia da lontano, rileggendola con gli occhi molto meno ottimistici del presente. Sono adolescenti che si lasciano scivolare addosso il peso del passato, che usano le cartoline che raffigurano l'Italia della dolce vita, come elemento decorativo ma non come ancora affettiva. C'è anche un'idea dell'Italia come luogo ideale, cartolina turistica, che viene cancellato attraverso la freddezza dei colori e l'effetto felicità viene completamente spento. A volte sembra esserci un ammiccamento a certe cose di Dolce e Gabbana, come nelle uscite con le pietre finali, ma in questi abiti non c'è niente di realmente sexy.

Prada

La costruzione di un brand

P. 45





Prada PE 2011 Streetwear

Con questa collezione epica Prada decide di affrontare il mondo dello streetwear, osservandone gli oggetti iconici.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: STREETWEAR

Con questa collezione epica Prada decide di affrontare il mondo dello streetwear, osservandone gli oggetti iconici come le camicie da bowling, le felpe a righe, i pesanti drill di cotone, e in generale la chiarezza del messaggio. Il mondo del ready to wear si unisce a quello dello streetwear.

Per rendere tutto interessante, la narrazione viene incrociata con riferimenti alla cultura messicana molto espliciti.

Il senso barocco delle stampe e i colori fortissimi si fondono con le forme primarie da t-shirt e anche in questo caso tutto assume un'aria tecnologicamente fredda. Lo spirito del workwear assume le forme dei tailleur, mentre le t-shirt raccolgono la ricchezza dei barocchismi sudamericani. Due punti di partenza lontanissimi che vengono fusi in un'unica narrazione che ricorda anche il glamour di certi film anni '50 con Carmen Miranda che si svincola dalla sua narrazione stereotipata. Come sempre la nostalgia è raffreddata perchè il materiale storico è affrontato in chiave razionale e non emotiva.

Jil Sander PE 2012 by Raf Simons

Carmen Miranda - Samba Boogie

Prada

La costruzione di un brand

P. 47

Prada PE 2011

LINKS



Prada PE 2013 Razionalità

In un set freddo e razionale, Prada costruisce un'ode all'essenzialità del Giappone e a come i simboli del femminile vengono gestiti in una cultura molto lontana dalla nostra.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: RAZIONALITÀ

In un set freddo e razionale, Prada costruisce un'ode all'essenzialità del Giappone e a come i simboli del femminile vengono gestiti in una cultura molto lontana dalla nostra.

Le forme ipersemplicate derivano interamente dai kimono e anche i fiori usati come decorazione sono tipicamente giapponesi. Ma la mancanza di uso di colori cancella l'elemento romantico e quindi quello della sottomissione femminile.

C'è un minimalismo assoluto che richiama sia la filosofia e le architetture zen che le prime sfilate di Prada degli anni '90.

La seconda parte, rosa, verde e bianca si apre a un'idea di femminile più giocoso, più vicino alla contemporaneità dei manga ma l'indice di astrazione rimane sempre altissimo, sia nelle forme che nei colori.

Forse una delle collezioni più concettuali e indecifrabili di Prada, al limite dell'inquietante ma proprio per questo una delle più interessanti.

Teatro La cantatrice calva di Eugène Ionesco Franca Valeri
Renzo Montagnani by Casimiro

Prada

La costruzione di un brand

P. 49



LINKS

Prada PE 2013



Prada PE 2014 Istinto

Con questa collezione Prada inaugura un periodo di massimalismo estremamente istintivo in cui il focus centrale è l'accumulo di segni.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: ISTINTO

Con questa collezione Prada inaugura un periodo di massimalismo estremamente istintivo in cui il focus centrale è l'accumulo di segni. Materiali, forme e colori si sovrappongono senza nessuna paura restituendo un messaggio ottimista.

Con l'aiuto dei muralisti Miles "El Mac" MacGregor, Mesa, Gabriel Spectre e degli illustratori Jeanne Detallante, e Pierre Mornet, il lavoro di decorazione raggiunge proporzioni esplosive.

L'iperdecorativismo delle collezioni fa anche molto cambiare il design degli accessori che diventano policromi e stampati, uscendo dall'idea di classico che aveva sempre caratterizzato Prada.

Il prodotto si adegua alle richieste del mercato e per raccontarlo la narrazione cambia piuttosto coraggiosamente.

Gli oggetti riflettono ottimismo e sono concepiti con una mentalità usa e getta che prima non era mai interessata a Prada.

Prada diventa simbolo dell'exasperazione creativa, lontano millenni dalle sue radici minimaliste.

In the heart of the multitude

Prada

La costruzione di un brand

P. 51

Prada PE 2014

LINKS





Prada AI 2014/15 Cinema

Prada costruisce una collezione cinematografica che parte dalle *Lacrime Amare* di Petra Von Kant e esplora le avanguardie tedesche degli anni 20 e 30, in particolare l'espressionismo e il movimento Bauhaus.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: CINEMA

Con una colonna sonora di brani di Kurt Weill cantata dal vivo da Barbara Sukowa, attrice feticcio di Fassbinder, Prada costruisce una collezione cinematografica che parte dalle Lacrime Amare di Petra Von Kant e esplora le avanguardie tedesche degli anni 20 e 30, in particolare l'espressionismo e il movimento Bauhaus.

I codici di Prada del contrasto tra maschile e femminile sono riportati al periodo tra le due guerre in cui esplodono le avanguardie artistiche ma scoppia anche il nazismo. È un momento allo stesso tempo luminoso e oscuro dove negli abiti si accumula un senso di decadenza, molto simile, nelle atmosfere a quello degli anni '70 delle Baader Meinhof in Germania. C'è un forte senso dell'erotismo nei colori violenti e nella giustapposizione tra capispalla e sottovesti.

La decorazione non è più gioiosa ma rappresenta l'ultimo respiro positivo di un mondo in decomposizione che terminerà nella seconda guerra mondiale.

Miuccia Prada's Powerhouse

"Le lacrime amare di Petra Von Kant" (1972)

La banda Baader - Meinhof

Olivier Rizzo

Il gruppo Prada e il cinema

Prada

La costruzione di un brand

P. 53

Prada A/W 2014

LINKS



Prada PE 2016 Iperdecorativismo

Prada ha sempre più il controllo su elementi discordanti in apparenza che diventano armonici quando riuniti su un outfit.

ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: IPERDECORATIVISMO

Prada ha sempre più il controllo su elementi discordanti in apparenza che diventano armonici quando riuniti su un outfit.

In questa collezione vengono ripetute in maniera ossessiva solamente due forme, puntando tutta la concentrazione sulle decorazioni.

Ogni singolo oggetto o pezzo di oggetto è iperdecorato e non lascia niente all'immaginazione che anzi è costretta a piegarsi di fronte a questo sfarzo massimalista.

Prada continua a dimostrare la sua forza di brand impermeabile ai cambiamenti della moda e la sua capacità di cambiare in maniera lenta ma decisa.

Nel frattempo si è cancellata la divisione tra giorno e sera, tra estate e inverno e le collezioni sono un continuum di espressioni diverse.



Prada PE 2016



ANDREA
BATILLA

APPROFONDIMENTO DI UN CONCETTO: ASSENZA DI TEMATIZZAZIONE

In queste ultime collezioni è sempre più difficile riconoscere un tema o un riferimento a un periodo storico perchè il caos decorativo e di forme prende il sopravvento. Prada decide di parlare senza parlare, esprimendo concetti vaghi che non danno una forma alle collezioni. È un comportamento volutamente antinarrativo, un lavoro sulle superfici e forse sulla superficialità assolutamente voluto.

Prada PE 2016

Prada

La costruzione di un brand

P. 56

LINKS



Prada AI 2017/2018 Femminismo

Prada ci riporta al tema caro del femminismo e alle strade degli anni '70 mescolandolo con l'iperfemminilità degli anni '50.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: FEMMINISMO

All'interno di un linguaggio assolutamente massimalista, fatto di intricate sovrapposizioni in cui la decorazione è centrale, Prada ci riporta al tema caro del femminismo e alle strade degli anni '70 mescolandolo con l'iperfemminilità degli anni '50.

Il maschile e il femminile si alternano uniti da una stessa visione cromatica eccessiva, quasi infantile. La consistenza del messaggio è estremamente fluida perchè gli oggetti sono realizzati in materiali apparentemente non appropriati come il mohair super fluffy o stampato, giorno e sera si mescolano senza soluzione di continuità e il messaggio sotteso, quello sul femminismo, sul quale sia la vera essenza del femminile, rimane volutamente senza risposte.

Rispetto alla PE 2011 qui è stato fatto un gigantesco passo avanti nella complessità delle giustapposizioni di materiali e di forme. È come se si cercasse di negare il significato degli abiti fondendoli assieme.

Le immagini stampate sugli abiti sono locandine di film famosi come Colazione da Tiffany o Barbarella fatti dall'illustratore Robert E. McGinnis che raccontano una femminilità stereotipata ma riletta in chiave ironica.

Why Everyone is Talking About the Prada Poster Collection

Prada

La costruzione di un brand

P. 58

LINKS

Prada AI 2017/18

ANDREA
BATILLA



Prada AI 2022/2023 Ritorno al minimalismo

Con l'arrivo di Raf Simons alla co-direzione creativa di Prada, il brand torna nel territorio del minimalismo più freddo.



ANDREA
BATILLA

PAROLA DI RIFERIMENTO: RITORNO AL MINIMALISMO

Con l'arrivo di Raf Simons alla co-direzione creativa di Prada, il brand torna nel territorio del minimalismo più freddo. Viene distillato il linguaggio passato di Prada e riprodotto in una maniera semplificata, forse più commerciale. Lo strappo, l'imperfezione e l'errore è il sottotema della sfilata ma si ha molta cura a non arrivare mai a niente di estremo, contenendo ogni eccesso creativo. Prevale la visione fredda del designer belga su quella decorativista e italiana di Miuccia ma questa iper sintesi restituisce forza generativa al marchio che forse aveva esagerato con il massimalismo. Il lavoro sul prodotto è sempre straordinario ma molto meno visibile e questo lascia quasi un vuoto a chi era abituato agli eccessi visivi di qualche collezione fa. L'atmosfera è cupa e il messaggio non è più ottimistico. L'approccio razionale ha come risultato una visione pessimistica della vita. Come riferimento culturale siamo in pieni anni '90 e all'estetica di certi film horror come The Ring, qualcosa di molto distante dall'universo di Miuccia. Prada non è più un brand emotivo ma ha subito una glaciazione, è stato smembrato e i singoli elementi rivelati. Visto il successo commerciale questa strada ha permesso di renderlo più comprensibile. La mancanza di segni definiti nelle collezioni è stata sostituita da un uso esagerato del logo che adesso troviamo praticamente ovunque.

Corso breve

Prada: La costruzione di un brand

**ANDREA
BATILLA**

