

PRADA

از تولید چمدان تا لباس‌های اسکار

در سال ۱۹۱۳ ماریو پرادا و برادرش مارتینو، یک خانه مد در میلان ایتالیا بنا کردند و نام آن را Fratelli Prada یا همان «برادران پرادا» گذاشتند. آنها در ابتدا چمدان‌های بزرگ و کیف‌های دستی چرمی تولید می‌کردند و سپس به تهیه لباس‌های بسیار شیک و زیبا از جنس چرم برای افراد ثروتمند پرداختند.

ماریو علاقه‌ای به استخدام زنان نشان نمی‌داد و عقیده داشت آنها نباید نقشی در شرکتش داشته باشند، لذا زنان خانواده پرادا را از ورود به دفتر خود منع می‌کرد. جالب آنکه پسر ماریو نیز هیچ‌گاه به کمک پدر نرفت و حتی پس از بازنشسته شدن ماریو، دخترش لوییژا جانشین او شد و برای مدت ۲۰ سال این شرکت خانوادگی را اداره کرد.

در سال ۱۹۷۸ موجیا پرادا (Miuccia Prada) دختر لوییژا، این کمپانی را به ارث برد و آن را به یکی از گرانقیمت‌ترین و معروف‌ترین مارک‌های دنیا مبدل کرد. او در ملاقاتی که با «پاتریزیو برتلی» طراح ایتالیایی که در سن ۱۷ سالگی تجارت چرم خود را آغاز کرده بود داشت، به پیشنهادهایش علاقه‌مند شده بود و پس از به دست آوردن شرکت، با به‌کارگیری پیشنهادهای او، برتلی را به مدیر کاری خود تبدیل کرد. اولین تولیدات موجیا کیف‌های ساده برآقی از پارچه‌های نایلونی مخصوص ساخت چتر نجات بودند که ماریو از آنها به عنوان روکش چمدان استفاده می‌کرد. آنها در ابتدا به دلیل تبلیغات کم و قیمت بالا، فروش پایینی داشتند؛ اما با ادامه تولید، تبلیغات را نیز آغاز کرده و همچنین شروع به عمده‌فروشی محصولات خود در فروشگاه‌های بزرگ اروپا کردند.

در سال ۱۹۸۳ پرادا دومین شعبه خود را در میلان و در پاساژ شیشه‌ای «ویتوریو امانوئل گالری» افتتاح کرد که بسیار مدرن و چشم‌نواز بود. یک سال بعد پرادا با معرفی کوله‌پشتی‌های نایلونی خود و افتتاح خط تولید کفش، شروع به تاسیس شعبه‌هایی در فلورانس، پاریس، مادرید و نیویورک کرد. در سال ۱۹۸۵ استقبال فراوان از کیف‌های دستی موجیا، سکوی پرتاب وی شد. او اولین نمایش مد لباس‌های شب را در سال ۱۹۸۹ برگزار کرد. موجیا با استعداد ذاتی که از پدر بزرگش ماریو به ارث برده بود، توانست طرح‌های تجملی



Brand

و زیبایی خود را به بازار ارائه کند. او طرح‌های شیک و زیبایی برای لباس‌های مردانه و زنانه داشت و لوازم با کیفیت خود را در یک قالب هماهنگ با بازار عرضه می‌کرد. مویچا این موفقیت را مدیون شناخت بالای خود از مواد اولیه و کاربرد آنها بود و می‌گفت: «پارچه، پارچه است. آن چه می‌تواند شما را به عنوان یک طراح خلاق به دیگران معرفی کند این است که چگونه پارچه‌ها را با هم ترکیب کنید و در قالب یک لباس به دیگران نشان دهید»

این موفقیت زمانی که دنیای مد توجه ویژه‌ای به کیفیت تولید، مواد اولیه مرغوب و رنگ‌های جذاب پرادا داشت، دوچندان شد. مجله تایم نیز پرادا را «مجموعه‌ای از آداب و رسوم خوب سنتی و زرق و برق صنعت فوق مدرن امروزی» خواند و از آن روز پرادا روز به روز اوج گرفت و به یکی از معروف‌ترین خانه‌های مد ایتالیایی تبدیل شد. یکی از ویژگی‌ها خاص پرادا این بود که درست بر خلاف زمان ماریو، همه کارمندان شرکت را زنان تشکیل می‌دادند و مویچا یک کیف زنانه خاص را به عنوان یونیفرم کارمندان شرکت انتخاب کرده بود.

در سال ۱۹۹۲ آنها برند «میو میو» را برای جوانان و افراد مشهور روانه بازار کردند و در سال بعد جایزه ویژه تولید لوازم جانبی را از شورای طراحان مد ایتالیا دریافت کردند. از آن پس تولید لباس‌های مردانه نیز در پرادا آغاز شد و طراحی لباس‌های مراسم اسکار نیز در زمره کارهای پرادا قرار گرفت.

در سال ۱۹۹۸ وقتی برتلی ۱۰ درصد از سهام گوچی را خریداری کرد، تحلیل‌گران بر این باور بودند که پرادا قصد دارد گروه گوچی را از آن خود کند. برتلی با فروش سهم خود به «برنارد آرنالت»، رییس گروه لویی ویتان، به این شایعه‌ها پایان داد، ولی از سوی دیگر شروع به خرید شرکت‌های دیگر و ادغام با آنها برای گسترش پرادا شد.

خرید ۵۱ درصد سهام «هلموت لانگ» در نیویورک، به دست آوردن شرکت «جیل ساندر» در آلمان، «کمپانی چرچ» در انگلستان برای تولید کفش و گروه درینگو برای تولید عینک از جمله این اقدامات بود. در سال ۱۹۹۹ پرادا با پیوستن به گروه لویی ویتان، گوچی را در خرید شرکت فندی ناکام گذاشت.

در سال ۲۰۰۳ رمانی با نام «شیطان پرادا می‌پوشد» توسط لورن وایزبرگر نوشته شد که ساخت فیلم‌های لویودی آن تا ۳۰ ژوئن ۲۰۰۶ به پایان رسید و با فروش بالای ۳۰۰ میلیون دلار، محبوبیت پرادا را بیش از پیش افزایش داد. در سال ۲۰۰۶

چندین برند پرادا از جمله هلموت لانگ و جیل ساندر فروخته

شد و برنامه‌های مختلفی برای سودآوری شرکت پیشنهاد شد. این شرکت در سال

۲۰۰۷ همکاری خود را با LG برای تولید گوشی‌های موبایل آغاز کرد.

امروزه پرادا نه تنها یک مارک شناخته شده برای کیف و کفش است، بلکه لباس‌ها، عطر، نوشت‌افزار، وسایل تزئینی، موبایل و بسیاری از وسایل ساخت این کمپانی نیز علاقه‌مندان خاص خود را در سراسر دنیا داشته و این شرکت سالانه درآمدی بالغ بر ۲ میلیارد دلار دارد.