

# L'HOMME PRADA

MILANO

DAL 1913



**« Il y a l'idée de La Femme Prada  
et de L'Homme Prada, mais en réalité,  
ils n'existent pas. Ils sont multiples. »**

Miuccia Prada

Juillet 2016 voit le lancement de La Femme Prada et de L'Homme Prada – la quintessence de la parfumerie Prada. Chacun s'apprête à éclairer et définir les univers féminins et masculins chics et élégants de la Maison, mettant en lumière la sensualité de leurs échanges. L'association de La Femme et de L'Homme dans l'univers Prada exprime la notion de genre, contrastée, jouée sur le mode de la complémentarité, propre à la Maison, aussi bien que la nature fluide de l'identité.

« J'ai voulu présenter ensemble ces parfums, avec le même concept, le même photographe, pour qu'ils soient en réalité interchangeables, prévient Miuccia Prada. Les actrices et les acteurs interprètent chacun trois ou quatre rôles. C'est là que se joue le concept : qu'il n'y ait pas une seule icône incarnant un idéal féminin ou masculin. C'est même tout le contraire, que ces gens évoquent la réalité, les différences, et ce qui en découle. »

**« Il y a deux hommes en moi – un vit au  
sens plein du mot, l'autre songe et le  
juge. En une heure, le premier pourrait  
vous quitter, et le monde avec, pour  
toujours, et le second ? ... Le second ?... »**

Mikhail Lermontov,  
*Un héros de notre temps*

## **L'HOMME PRADA**

La question de l'identité est au cœur de L'Homme Prada. Qui est L'Homme Prada ? Aux yeux de Miuccia Prada, il n'y a pas de réponse simple. Un peu par esprit de contradiction, elle exprime sa fascination pour la fluidité des identités et les différences à travers l'idée d'un parfum singulier, L'Homme Prada.

Evitant le cliché d'une unique figure iconique représentant seule tout un univers de parfumerie, Prada se tourne vers une multiplicité d'identités pour célébrer les personnalités et les singularités des hommes qui porteront L'Homme Prada.

L'Homme Prada est destiné à refléter la dualité de l'identité masculine. Parfum de paires, de doubles, de juxtapositions, à la distance rafraîchissante contrastant avec une profondeur sensuelle, riche. Par l'utilisation d'ingrédients d'une qualité exceptionnelle, superposés, les traditions masculines sont dressées contre des notes féminines. Ainsi, une conclusion, ambitieuse, sans équivoque, inclusive, s'impose : L'Homme Prada est arrivé.

## LA CAMPAGNE

« Nous voulions explorer les différents aspects de la personnalité, mais toujours dans le cadre d'un portrait. Nous tenions à dire 'Vous êtes qui vous êtes et ce que vous voulez être.' »

Miuccia Prada.

Les photographies et films de campagne pour La Femme Prada et L'Homme Prada expriment l'attrance de Miuccia Prada pour la singularité et la fluidité des identités. Une nouvelle génération d'acteurs et d'actrices talentueux a été appelée pour interpréter des rôles énigmatiques, créant une narration nouvelle dans le monde de la parfumerie. Dane DeHaan, Ansel Elgort, Mia Goth et Mia Wasikowska composent la première partie de ce récit en devenir, incarnant l'élégance sous toutes les formes qu'elle peut adopter chez Prada. Par la suite d'autres talents viendront se joindre à eux pour prolonger ce dialogue créatif, et habiter les mondes de La Femme Prada et L'Homme Prada.

Collaborateur de longue date, le photographe Steven Meisel apporte son regard puissant pour offrir une existence à ces personnages, à travers l'art du portrait. Son style intime, débarrassé de tout superflu, va au cœur du sujet. L'approche est presque picturale, la lumière fortement contrastée créant un clair-obscur qui emprunte les codes du portrait classique. C'est la signature de l'identité Prada, qui réussit à être individuelle et singulière tout en étant instantanément reconnaissable.

## Dane DeHaan

Né en 1986, l'acteur américain Dane DeHaan a déjà établi sa réputation en tant qu'acteur : l'un des meilleurs de sa génération. Après un rôle remarqué dans la troisième saison de *In Treatment*, série phare de HBO et dans le long métrage *Chronicle* (2012), Dane DeHaan a choisi des rôles iconoclastes, témoignant d'une large palette d'expression. Dane DeHaan peut aussi bien donner vie au Bouffon vert dans un blockbuster tel que *The Amazing Spiderman 2* (2014) qu'aller explorer le cinéma d'art et d'essai et se fondre dans la peau de James Dean, sous l'oeil d'Anton Corbijn dans *Life* (2015). S'il se plaît à incarner des rôles complexes, Dane DeHaan n'a cessé d'esquiver les stéréotypes, pour devenir un acteur de premier plan bien peu conventionnel, sortant du rang. En attestent à nouveau les prochains *A Cure For Wellness*, un film d'horreur, *Tulip Fever*, romance se déroulant au xvii<sup>e</sup> siècle, et la très attendue adaptation de la BD *Valérian*. En 2013, Dane DeHaan a fait ses premiers pas dans l'univers Prada en posant pour la campagne Printemps-Eté 2013.









### Ansel Elgort

Né en 1994, l'acteur américain Ansel Elgort, également musicien, DJ et producteur connu sous le nom de Ansolo, habite à New York, où il est né. Son père est le photographe Arthur Elgort, et sa mère, Grethe Barrett Holby, est une productrice de spectacle, metteuse en scène, chorégraphe et dramaturge, reconnue pour son travail à l'Opéra. Après une formation de danseur, Ansel Elgort a fait ses débuts de comédien au théâtre, puis au cinéma dans le remake du film d'horreur, *Carrie* (2013), aux côtés de Julianne Moore et de Chloë Moretz. Depuis, il a gagné ses galons d'acteur, salué pour son interprétation d'Augustus Waters dans *Nos Etoiles Contraires* (2014), et ses prestations dans la série de films *Divergente*, où il incarne Caleb Prior. On a ensuite pu le voir dans le long métrage *Baby Driver* réalisé par Edgar Wright où il tient le rôle du personnage éponyme, BABY, et donne la réplique à Kevin Spacey, Jamie Fox, Jon Hamm et Lily James. Il a récemment tourné *Billionaire Boys Club* aux côtés de Kevin Spacey et de Chloë Moretz. Ce qui n'empêche pas Elgort de poursuivre une carrière de musicien, et de décrocher un contrat avec la maison de disques Island. Il continue fièrement de travailler avec Prada.









## LE PARFUM

L'approche à l'imagination infinie, instinctive, humaine, et composée avec le plus grand soin que Prada adopte pour créer ses parfums, se retrouve dans les cartes olfactives employées à la fois pour La Femme Prada et L'Homme Prada. Conçu pour emmener celui qui l'adopte en voyage, à travers des lieux, les souvenirs, le temps, il fait apparaître un point de rencontre pour que se croisent les parfums masculin et féminin, et qu'ils consomment leur relation esthétique, à travers l'expérimentation et la tradition.

L'Homme Prada est un parfum de paires, de doubles, de juxtapositions, de superpositions. Les codes classiques de la de la Fougère si masculine, sont présents dans le Néroli, le Géranium et le Patchouli. Et pourtant, les signatures interchangeables de Prada, masculin/féminin, sont également présentes sous la forme de l'Iris et de l'Ambre, les éléments principaux. Le résultat est aérien, et néanmoins, hautement sensuel.





Fig.1 Néroli



Fig.2 Poivre



Fig.3 Ambre



Fig.5 Violette



Fig.4 Iris



Fig.6 Gèranium

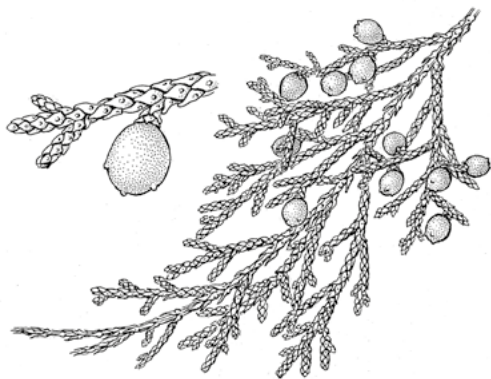


Fig.7 Cèdre



Fig.8 Patchouli



## LE FLACON

Deux parties d'un tout, les flacons de La Femme Prada et L'Homme Prada jouent sur la complémentarité plus qu'ils ne mettent en évidence les contrastes. Mêlant, avec imprévisibilité, la tradition, le symbolisme et l'artisanat le plus soigné, ces créations reflètent chaque parfum, entrelaçant les codes de la mode et de l'architecture.

L'Homme Prada parle le langage classique et symbolique de la Maison. L'iconique Saffiano Prada enveloppe de noir le dos arrondi du flacon et trouve un écho dans les motifs en losange d'un packaging simplement gaufré. Le logo Prada originel apparaît en lettres argentées, en relief sur le devant du flacon, et trouve ainsi son reflet, en creux, inscrit au dos. Les fondamentaux de la Maison, le noir et l'argent, appliqués au parfum masculin, expriment ses notes les plus glacées, le verre gris soulignant le classicisme. L'aspect presque architectural du flacon renvoie un net écho aux intérieurs Prada aux allures de boîtes à bijoux, un miroir interne réfléchissant la lumière et multipliant les visions.







#lafemmeprada  
#lhommeprada  
#pradaxprada  
#pradafrances

Communiqué de presse et campagne  
disponibles sur le lien suivant :

[http://downloads.puig.com/PRADA/  
PR/LaFemmePradaandLHommePrada/  
DIGITALPRESSROOM](http://downloads.puig.com/PRADA/PR/LaFemmePradaandLHommePrada/DIGITALPRESSROOM)

© Steven Meisel (p. 15, 17, 19, 21, 23 & 25)  
© Bobbi Angell (p. 29)  
© Robin Broadbent (p. 33, 35 & 37)

© Antonio Puig SA 2016

Toute représentation ou reproduction  
intégrale, ou partielle, faite sans le consente-  
ment de Antonio Puig SA, de ses ayants  
droit ou ayants cause, est illicite.

**PRADA**