



Brilliant

Pour sa première collection de joaillerie fine, Prada soigne sa différence.

Par LAURENT DOMBROWICZ

Rien de plus codifié que la joaillerie qui, malgré sa diversité d'inspirations et une offre prolixe, semble suivre des règles de marketing de plus en plus nivelantes. Hors de question pour Prada, dont l'identité repose à la fois sur des codes bourgeois, une intellectualisation des produits et une radicalité de tous les instants. Cette page blanche est devenue quasi instantanément une page or. "Eternal Gold", puisque c'est le nom de ce chapitre initiatique, est donc né sans les *guidelines* d'usage. La perception cognitive

et émotionnelle de ce qu'est la joaillerie a donné à cette ligne son élan et sa profondeur. Le choix de l'or jaune, comme *statement* de ce qui est précieux et qui dure. Pour la première fois dans la discipline joaillière, Prada a imaginé et réalisé cette collection en or 100 % recyclé, avec une traçabilité parfaite grâce aux certifications *Certified Recycled Gold* et *Chain of Custody*. Un souci de transparence et d'écoresponsabilité que la marque milanaise entretient depuis plusieurs années déjà avec son Re-Nylon, son matériau signature qu'elle produit de manière vertueuse dans des ateliers dédiés. Pour l'or et

les diamants des pavages sertis neige qui ornent plusieurs pièces, il ne s'agit pas seulement de vérifier la provenance d'extraction mais aussi de s'assurer que toute la chaîne respecte un ensemble drastique de valeurs sociales et environnementales. Cet or recyclé provient entre autres de composants électroniques déclassés que l'industrie produit par milliers de tonnes, comme on le voit dans la superbe vidéo institutionnelle réalisée en 3D.

"Eternal Gold", ce sont des bijoux issus du lexique universel Prada. Des formes intemporelles, que la marque a su faire

siennes par sa démarche moderniste. Le triangle, symbole d'équilibre, indissociable de la marque fondée par Mario Prada en 1913.

Le logo visible, c'est un autre inédit dans le secteur joaillier, si on excepte quelques lignes spécifiques de Tiffany, mettant en exergue l'appétit du public pour une identité de marque directe et addictive. Le cœur, souvent associé à un sentimentalisme mièvre, est ici surdimensionné et transformé en véritable objet de design. Le serpent, symbole

LE CHOIX DE L'OR JAUNE, COMME STATEMENT DE CE QUI EST PRÉCIEUX ET QUI DURE

de force vitale depuis l'Antiquité et maintes fois représenté par les marques de haute joaillerie, est chez Prada empreint d'une force néo-classique. Présentes de manière transversale dans toute la collection, les chaînes aux maillons facettés sont à l'image du duo créatif de Prada, unissant un goût pour l'essentiel et une esthétique mâtinée de design industriel. Quant à savoir si ce goût d'éternité se traduira un jour par une ligne de haute joaillerie aux ambitions différentes, la réponse est clairement oui •



PHOTOS D.R.

PHOTO D.R.