

LITTLE BOOK OF

# BOTTEGA VENETA

Het verhaal van het iconische  
modehuis Bottega Veneta

FRANCES SOLÁ-SANTIAGO

LITTLE BOOK OF

# BOTTEGA VENETA

Het verhaal van het iconische  
modehuis Bottega Veneta

FRANCES SOLÁ-SANTIAGO

**KOSM•S**

Kosmos Uitgevers, Utrecht/Antwerpen

INTRODUCTIE .....	6
EEN VENETIAANS ATELIER .....	16
DE KUNST VAN INTRECCIATO .....	26
READY-TO-WEAR, TAKE ONE .....	42
READY-TO-WEAR, TAKE TWO .....	58
DE LANGVERWACHTE DOORBRAAK ...	94
BOTTEGA-GROEN .....	118
BACK TO BASICS .....	132
REGISTER .....	156
VERANTWOORDING .....	160



# INTRODUCTIE

‘Bottega Veneta maakt handtassen. Dat betekent dat  
je op stap gaat – zo simpel is het gewoon’  
– Matthieu Blazy, creatief directeur bij Bottega Veneta

**E**r zijn maar weinig namen die luider klinken in de mode dan Bottega Veneta, met zijn *stealth wealth*-strategie (discrete welvaart) en sterke nadruk op ambachtelijk handwerk.

Vergeleken met de andere grote namen in de luxe- en lederwaren, die vaak al eeuwen oud zijn, is Bottega Veneta met zijn vijftig jaar echter een relatief jong modehuis. Desalniettemin heeft dit merk, sinds de oprichting in 1966, een indrukwekkende groei doorgeemaakt; van een klein atelier in Venetië tot een wereldwijd imperium in luxe goederen, van ready-to-wear en schoeisel tot juwelen en lederwaren. Het verhaal achter dit modehuis is nog het beste te vergelijken met een draaideur waar ontwerpers, ambachtslieden en zakenlui elkaar afwisselen. Allemaal probeerden ze een antwoord te vinden op de vraag: Wat is Bottega Veneta?

Het Bottega Veneta zoals we dat vandaag de dag kennen, is het resultaat van een doorlopende evolutie, waarvan de bakermat lag bij zijn grondleggers in Venetië, en waar diverse creatief directeurs, ontwerpteam, partnerschappen en eigenaars hun steentje aan hebben bijgedragen.

In de kern is Bottega Veneta een lederwarenmerk dat steeds bezig is om opnieuw te ontdekken wat accessoires kunnen bete-

HIERNAAST In 2021 werd Bottega Veneta's kenmerkende groen geïntroduceerd als het nieuwe logo.

ONDER Een line-up van modellen die op de catwalk Bottega Veneta's herfst 2022-collectie showen.

kenen voor een publiek dat zijn tassen en accessoires graag koestert als erfstukken – ook zonder logo's. Maar ook de uitstapjes naar de ready-to-wear – sommige succesvol, andere dappere zij het jammerlijk mislukte pogingen – toonden aan dat een lederwarenhus zich niet per se gebonden hoeft te voelen aan één enkele categorie. Integendeel, het merk bleek uitstekend in staat om met zijn kenmerkende lederweeftechnieken en gevoel voor esthetiek een vertaalslag te maken naar alledaagse kleding, die perfect bij de tijdgeest van de huidige mode past. In de afgelopen jaren heeft Bottega Veneta een aantal ongekende successen geboekt bij het grote publiek, dankzij nieuwe creatief directeuren die in staat waren om uit te dokteren hoe ze het luxe modehuis konden positi-



oneren in de steeds verder gedigitaliseerde en in toenemende mate geglobaliseerde mode-industrie. Ze maakten van Bottega Veneta een van de meest geliefde modemerken van onze tijd.

Bottega Veneta is er uiteindelijk een fraai voorbeeld van dat 'eenvoud' niet hetzelfde hoeft te betekenen als 'basic', en dat – om het motto van het modehuis te citeren – 'je eigen initialen genoeg zijn'. Het is ook een mix van traditie met futurisme; van materieel maximalisme met esthetisch minimalisme; bescheiden en gedurfd tegelijk. De ingenieuze technieken en de huisstijlkenmerken die zich steeds verder hebben ontwikkeld door de komst van nieuwe creatief directeuren, maken korte metten met het gegeven dat een merk, om goed te verkopen, zich van zijn verleden zou moeten

ONDER Bottega Veneta lederen aktentassen, zoals voor het eerst getoond aan de media in 1979.





HIERNAAST Actrice Margot Robbie draagt een groene jurk van de hand van Matthieu Blazy's Bottega Veneta in 2022.

ONDER Een Bottega Veneta-winkelpui.

VOLGENDE BLADZIJDE Jodie handtassen op een display in een Bottega Veneta-winkel.

ontdoen. Dit boek is een overzicht van de mijlpalen en transformaties die hebben bijgedragen aan de opkomst van Bottega Veneta als een serieuze speler in het wereldwijde modeveld, van het geknutsel in de beginperiode tot het huidige miljardensucces. Ook zullen we nader kennismaken met de mensen die, door hun uitzonderlijke kijk op esthetiek – waarmee ze de huisstijl-kenmerken steeds veranderden – verantwoordelijk zijn voor de groei en ontwikkeling van Bottega Veneta. Bottega Veneta is een tassenfabrikant, maar als merk is het er zeer op gericht om het echte leven van mensen te weerspiegelen: hoe mensen bewegen, hoe ze zich voelen en hoe ze zich kleden.

Dit verhaal laat zien hoe een merk nauw verbonden kan zijn met het verleden en toch een relevante plaats in het heden kan opeisen – in welke tijd dan ook. *Andiamo.*









**DE  
LANGVERWACHTE  
DOORBRAAK**



# HET DANIEL LEE-TIJDPERK BREEKT AAN

In de twintig jaar waarin Tomas Maier leiding gaf aan het huis van Bottega Veneta, barstte het vanwege het succes haast uit zijn voegen. Hij bouwde een solide klantenbestand op voor zijn ready-to-wear en lederwaren en bevorderde tegelijkertijd zijn erfgoed van intrecciato en vakmanschap. Maar tegen het einde van zijn creatieve leiderschap vroeg de modewereld zich af of het tijd was voor Maier om af te treden.

**D**e verkoop van het bedrijf was teruggelopen: de omzet daalde met 9 procent tussen 2016 en 2017, tot € 1,2 miljard. Te midden van die achteruitgang opende het merk zijn grootste winkel ooit aan Madison Avenue, verspreid over vijf verdiepingen en een half blok. Het nam drie negentiende-eeuwse herenhuisen in beslag. Het bedrijf verplaatste ook zijn catwalk-show van Milaan naar New York. Uiteindelijk slaagde de stealth wealth-strategie van Tomas Maiers Bottega Veneta er niet in om het soort popcultuurfenomeen te worden dat andere merken, waaronder Gucci van Alessandro Michele, rond die tijd hadden bereikt. Het was niet genoeg om de 'als je het weet, weet je het'-mentaliteit nog langer in stand te houden.

Daarom kondigde Kering in juni 2018 aan dat Maier het bedrijf zou verlaten.

HIERNAAST Designer Daniel Lee bij de Fashion Awards in Londen, in 2019.



BOVEN Een Bottega Veneta-handtas uit de pre-herfstcollectie 2019, Daniel Lee's debuut.

Slechts minimale details werden vrijgegeven over zijn vertrek. Maier ging verder met werken aan zijn eigen label. Al na twee dagen kondigde Kering een vervanger aan: Daniel Lee.

'Daniel Lee begrijpt de huidige uitdagingen waar het modehuis voor staat als geen ander, zowel op het gebied van creatie als qua ontwikkeling,' zei Claus-Dietrich Lahrs, CEO van Bottega Veneta destijds. 'Hij zal Bottega Veneta een nieuwe en onderscheidende creatieve taal brengen.' Lee was afgestudeerd aan Central Saint Martins en een voormalig student van Phoebe Philo's Céline. Destijds was Lee relatief onbekend, net zoals Maier voordat hij bij Bottega Veneta kwam. 'Niemand wist wie ik was voordat ik deze baan kreeg, wat best wel fijn was,' vertelde hij *British Vogue* in 2019. 'Bottega gaat over discretie en ultieme verfijning; het is ongrijpbaar, een beetje insider, een beetje gecodeerd – allemaal elementen die ik echt heel erg leuk vind.' Als achter-de-schermen ontwerper,

zonder openbare Insta-account, was Lee de heimelijke favoriet onder insiders in de modewereld.

Maar Lee was in die tijd niet de enige onbekende naam die werd aangesteld op het hoogste niveau: Gucci, een volle dochter van Kering, had in 2015 Alessandro Michele aangenomen, die het merk vervolgens transformeerde tot een wereldwijd fenomeen. Door Lee aan te nemen, wilde Kering deze strategie duidelijk ook toepassen bij Bottega Veneta.

Maar de aanstelling van Lee hing ook samen met zijn ervaring bij Céline van Phoebe Philo. De ontwerper had daar een loyale klantenkring van fans van het minimalisme opgebouwd die niet geïnteresseerd waren in gimmicks. Zo ontwikkelde hij een cultaanhang die compleet verrast was toen Philo Céline in 2017 verliet.

Toch vulde Maiers Bottega Veneta die leegte niet op, en Lee, die al voor grote namen als Balenciaga, Maison Margiela en Donna Karan had gewerkt, was geknipt voor de rol.

ONDER Een paar gevoerde pumps van het Bottega Veneta van Daniel Lee.



RECHTS Een look uit de Bottega Veneta herfst-/wintercollectie 2019, het catwalkdebuut van Daniel Lee.



Met de benoeming van Lee maakte Bottega Veneta ook een statement over zijn toekomst. Destijds bestond 85 procent van de omzet uit lederwaren, een categorie die sinds de oprichting het belangrijkste product was van het merk. Maar zelfs met alle ervaring die Lee meebracht, had hij meer te maken gehad met ready-to-wear dan met lederwaren. Zijn aanstelling gaf aan dat het bedrijf gokte op de Britse ontwerper om de zo langgehoopte ervaring van ready-to-wear te realiseren.

‘Ik kijk ernaar uit om verder te ontwikkelen wat eerder is gedaan, en een frisse, moderne wind te laten waaien en aan een nieuw perspectief bij te dragen,’ meldde Lee in het persbericht dat zijn aanstelling aankondigde. Een paar maanden later presenteerde hij zijn eerste collectie, en de veranderingen waren gigantisch.

Al snel kondigde het merk aan te willen afstappen van de Milan Fashion Week. Het bedrijf koos ervoor collecties buiten het seizoen – in salonstijl – te presenteren en die te laten rouleren tussen steden over de hele wereld. Toen Lee bij Bottega Veneta aantrad, maakte hij ook de keuze om de ambachtslieden, die al tientallen jaren bij het merk werkzaam waren, te behouden. (Hij transformeerde ook de bedrijfsfitnessruimte tot atelier, en een fotostudio tot zijn ontwerpatelier.) Maar wetende dat de ready-to-wear van het merk de impact miste die hij verlangde, verving Lee een deel van het ontwerpteam en bracht nieuwe mensen binnen. Een daarvan was Daisy Butler, een voormalige klasgenoot van Central Saint Martins, die als *head of heritage* werkte bij Bottega Veneta. ‘Zij begrijpt me,’ vertelde Lee aan *Cultured* in 2020. ‘We inspireren elkaar en bouwen samen aan ideeën gedurende onze vele gesprekken. Het is zó cruciaal om te kunnen sparren met elkaar.’ Uiteindelijk kwam de beslissing om bekende gezichten binnen te halen, voort uit Lee’s aanpak om collega’s te hebben die als een hechte gemeenschap aanvoelen. ‘Ik hou van de manier waarop [mode] mensen samenbrengt, hoe het mensen verbindt uit verschillende delen van de wereld,’ vertelde hij aan *British Vogue*.

‘Geld of geen geld, talent komt altijd vanzelf bovendrijven in deze industrie. Wat dat betreft is het een gelijk speelveld.’ Voor

**Bottega Veneta is met haar ingetogen elegantie en ultra coole chic hét merk voor liefhebbers van verfijnd, ambachtelijk handwerk.**

Van iconische tassen en doorlopend uitverkochte pouches tot met de hand afgewerkte jurken en schoenen met vierkante neuzen: dit iconische modehuis is favoriet onder de sterren dankzij de items van de fijnste kwaliteit en kenmerkende technieken, waaronder het typische intrecciatio-patroon.

Het *Little Book of Bottega Veneta* vertelt aan de hand van een uitgebreide reeks foto's en de boeiende verhalen van kenners de gehele geschiedenis van dit modehuis – van de beginperiode onder Michele Taddei en Renzo Zengiaro tot aan hun huidige status van een van de meest toonaangevende en spannendste merken ter wereld.



**KOS  
MOS**

NUR 452

Kosmos Uitgevers,  
Utrecht/Antwerpen

[www.kosmosuitgevers.nl](http://www.kosmosuitgevers.nl)