

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento dei beni culturali

Corso di Laurea triennale in

Discipline delle Arti, della Musica e dello Spettacolo

Il dialogo tra moda e arte: le collaborazioni di Louis Vuitton con gli artisti

The dialogue between fashion and art: Louis Vuitton's collaborations  
with artists

Relatore:

Prof. Guido Bartorelli

Laureanda:

Lucrezia Dal Bò

Matricola: 2019447

**ANNO ACCADEMICO 2022/2023**



*All'amore.*

*Alla gioia di amare. Alla felicità di amare l'estate. Al coraggio di amare la vita.*





## INDICE

<b>ABSTRACT.....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>2</b>
<b>I. LOUIS VUITTON: LE ORIGINI, LA STORIA, LO STILE.....</b>	<b>4</b>
<i>I.I Le umili origini, i primi passi, i progetti.....</i>	<i>4</i>
<i>I.II La prima dura sventura della Maison.....</i>	<i>5</i>
<i>I.III Il passaggio di testimone al figlio Georges: un giovane e importante rinnovamento aziendale.....</i>	<i>7</i>
<i>I.IV Il nuovo secolo: lusso, viaggi, innovazione.....</i>	<i>12</i>
<i>I.V La terza generazione: Gaston-Louis Vuitton, il nuovo design moderno di lusso.....</i>	<i>13</i>
<i>I.VI LVMH, il fallimento e la geniale ripresa.....</i>	<i>16</i>
<b>II. LE CELEBRI COLLABORAZIONI ARTISTICHE DI LOUIS VUITTON.....</b>	<b>18</b>
<i>II.I L'apertura dei giochi: Stephen Sprouse.....</i>	<i>18</i>
<i>II.II Un'esplosione di colori: Takashi Murakami.....</i>	<i>23</i>
<i>II.III Richard Prince: materiali innovativi, colorati e divertenti.....</i>	<i>31</i>
<i>II.IV Un geniale ma incompreso ritorno al passato: Jeff Koons.....</i>	<i>35</i>
<i>II.V La serie felina di Grace Coddington.....</i>	<i>41</i>
<i>II.VI Urs Fischer, surrealista e psichedelico.....</i>	<i>45</i>
<i>II.VII L'infinito universo di Yayoi Kusama.....</i>	<i>49</i>
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>56</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>59</b>
<b>ARTICOLI.....</b>	<b>60</b>
<b>SITOGRAFIA.....</b>	<b>60</b>
<b>VIDEOGRAFIA.....</b>	<b>62</b>
<b>RINGRAZIAMENTI.....</b>	<b>64</b>



## **ABSTRACT**

Può l'arte diventare la fonte di ispirazione per una Maison di moda?

Nel caso di Louis Vuitton, l'arte è stata strumento di ripresa dopo anni di crisi finanziarie. Il successo raggiunto grazie alla creatività di Stephen Sprouse, prima collaborazione artistica della Maison francese, ha fatto in modo che l'azienda credesse nel valore della sinergia tra moda e arte, continuando così la ricerca verso nuove mete.

## **INTRODUZIONE**

Questo lavoro di tesi propone un viaggio dalle origini della Maison Louis Vuitton ai giorni nostri, attraverso un'analisi specifica sulle collaborazioni che la celebre casa di moda e pelletteria ha attuato con diversi artisti contemporanei. A partire dal 2001 sino al 2023, i direttori artistici dell'azienda individuarono sette artisti di fama internazionale col compito di creare nuove versioni inedite di borse, bauli e accessori, i quali dovevano far incrementare le vendite dell'azienda stando in linea con i dettami stilistici della Maison. Stephen Sprouse, Takashi Murakami, Richard Prince, Jeff Koons, Grace Coddington, Urs Fischer e Yayoi Kusama si dimostrarono all'altezza di un compito così delicato, dando nuova linfa a modelli di borse già esistenti e inventandone di nuovi.

La tesi è sviluppata in due capitoli: il primo tratta dettagliatamente delle origini e degli sviluppi della casa di moda e pelletteria Louis Vuitton, attraverso la narrazione degli episodi salienti e dei personaggi coinvolti, delle innovazioni introdotte e dei cambiamenti attuati; il secondo capitolo mira ad analizzare il contributo apportato dagli artisti alla Maison, attraverso una minuziosa e dettagliata rappresentazione iconografica.

La scelta di questo tema deriva dalla mia passione infinita per la moda, e nello specifico per le borse e le scarpe, trasmessami da mia madre, esperta del settore. Questa passione ha reso la ricerca per la mia tesi interessante e stimolante.

I metodi di ricerca di informazioni e fonti sono stati molteplici: letteratura del settore, biografie degli artisti, riviste di moda, articoli scientifici, cataloghi di mostre artistiche, depliant informativi, video di sfilate, pubblicità su YouTube, siti internet e blog di moda. Infine è stato essenziale il contatto diretto con il Customer Care di Louis Vuitton, resosi disponibile a chiarire ogni mio dubbio che sopravveniva in itinere, offrendomi informazioni utili e attendibili per posta elettronica e telefonicamente; inoltre ho avuto l'opportunità di recuperare del materiale promozionale negli store Louis Vuitton di Padova, Venezia, Milano, Vienna e Parigi, anche con l'aiuto delle mie amicizie.

Importante sottolineare che, grazie a questo tipo di comunicazione diretto con l'azienda, sono riuscita a reperire materiale inedito non rintracciabile nei libri e sul web. Inizialmente il mio lavoro di tesi prevedeva un ottavo artista, Cindy Sherman, la quale, come risulta da alcune fotografie sul web, avrebbe collaborato con l'azienda per la produzione di alcune borse. Non trovando informazioni dettagliate e confrontandomi col Customer Care, sono venuta a conoscenza che questa collaborazione non è mai esistita e che le immagini delle borse legate al nome di Cindy Sherman sono state create con Intelligenza Artificiale, probabilmente per ingannare la clientela.

## I. LOUIS VUITTON: LE ORIGINI, LA STORIA, LO STILE

### *I.1 Le umili origini, i primi passi, i progetti*

Louis Vuitton nacque ad Anchay il 4 agosto 1821, in una famiglia di artigiani. Ancora tredicenne, egli decise di recarsi a Parigi alla ricerca di fortuna e nel 1837 trovò lavoro come apprendista di Monsieur Maréchal, un famoso produttore di valigeria dell'epoca. Lavorò con lui per 17 anni dimostrando grande abilità e passione nella produzione di bauli. Nel mentre il giovane Louis ebbe la possibilità di entrare in contatto con il mondo del lusso, vivendo e lavorando a pochi passi dai negozi e dai ricchi viali del centro di Parigi<sup>1</sup>.

Nel 1853 Eugenia, moglie spagnola di Napoleone III, nominò Louis Vuitton suo imballatore personale, responsabile quindi dei suoi capi d'abbigliamento e accessori. Grazie al suo talento, Vuitton divenne una stimata maestranza e, a 33 anni, aprì il suo primo laboratorio personale, specializzandosi in imballaggi di articoli di alta moda. La boutique si trovava nei pressi di Place Vendôme. La fama crebbe dunque rapidamente: la sua intuizione di creare bauli in pioppo, più leggeri ed eleganti rispetto a quelli in pelle di maiale, raggiunse sempre di più una clientela fidelizzata.

---

<sup>1</sup> K. HOMER, *Louis Vuitton: La storia della celebre casa di moda*, Milano, Il castello, 2022, pp. 13-14

Per creare bauli ancora maggiormente funzionali ed esteticamente piacevoli Louis Vuitton sperimentò “Trianon”, una tela di colore grigio chiaro con un trattamento a base di cera che permetteva la impermeabilità del baule. Da ultimo innovò anche la chiusura: dal coperchio a cupola, progettato per permettere all’acqua di scendere lungo le pareti, si optò per un coperchio piatto e più pratico qualora fosse servito impilare più bagagli. La pratica funzionalità di questa chiusura consentì alla bottega di raggiungere discreta fama e maggiori guadagni<sup>2</sup>.

### ***I.II La prima dura sventura della Maison***

La floridezza della boutique dovette fare i conti con gli eventi del 1870. La guerra franco-prussiana, la caduta di Napoleone III e la fine del Secondo Impero impedirono la regolare attività commerciale, che dopo poco fermò anche la produzione.

Le truppe prussiane assediaron Parigi in inverno e quattro lunghi mesi di attacchi condussero alla mancanza di cibo. In questo tempo di guerra, Louis Vuitton offrì quasi tutta la sua scorta di tela per realizzare mongolfiere: esse, per la capitale, erano l’unico modo per comunicare con il resto della Francia<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Ivi, pp. 14-16, 20

<sup>3</sup> Ivi, p. 20

Nel settembre 1870 i Francesi vennero militarmente sconfitti a Sedan. Le successive elezioni del 1871 sancirono la vittoria dei monarchici sui repubblicani e il Parlamento diede il governo in mano al Generale Thiers. Quest'ultimo, con il consenso delle truppe prussiane che occupavano militarmente la capitale e il Paese, inviò centomila soldati con il pretesto di pacificare Parigi: in verità furono mesti attori della "Settimana di sangue", un'azione militare di cui si ricordano le raccapriccianti fucilazioni di massa. La resa di Parigi arrivò ormai a capitale distrutta nel 1871<sup>4</sup>.

Mentre la situazione francese continuava ad essere appesa ad un filo, Louis Vuitton tornò nel suo laboratorio di Asnières inaugurato nel 1859 dove trovò tutto distrutto, il legno di pioppo bruciato e le attrezzature rubate.

Egli non si fece abbattere: ricostruì i laboratori ampliati in una nuova sede. Scelse, infatti, di lavorare vicino alle stazioni ferroviarie, al teatro dell'opera e al rinomato Grand Hôtel. La prossimità di questi ultimi garantì alla boutique una clientela ricca e, soprattutto, viaggiatrice. Questa posizione strategica in Rue Scribe fece tornare la Maison alle originali glorie, aprendo di nuovo la strada alla produzione e alle innovazioni: qui rimase il laboratorio principale parigino dell'azienda fino al 1914<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> M. DRAGO, E. BELLOMO, *Storia 3*, III, Milano, Alpha Test, 2014, p. 70

<sup>5</sup> K. HOMER, *Louis Vuitton: La storia della celebre casa di moda*, Milano, Il castello, 2022, p. 21





Figura 1 - dipendenti di Louis Vuitton posano davanti a un camion per le consegne fuori dalla fabbrica di Asnières. Il bambino sdraiato è Louis Gaston.

### ***I.III Il passaggio di testimone al figlio Georges: un giovane e importante rinnovamento aziendale***

A guerra conclusa, Louis Vuitton decise di lasciare le redini dell'azienda a suo figlio Georges. Nato nel 1857 e cresciuto tra i tavoli dei laboratori del padre, ben presto apprese l'arte artigiana. A lui venne dunque affidata la direzione della boutique di Rue Scribe. Si sposò in giovane età con Joséphine Patrelle, figlia di agiata famiglia. Furono proprio queste nozze a permettergli di acquistare il negozio dal padre, il quale si ritirò ad Asnières per lavorare su nuovi modelli da produrre.

I bagagli del tempo erano tradizionalmente di fabbricazione inglese e costituivano la diretta concorrenza dei francesi nel mercato della valigeria di lusso. Georges aprì un negozio ad Oxford Street a Londra nel 1885, ma superò la diffidenza britannica solo dopo cinque anni, riuscendo nel tempo a conquistare una generosa fetta di mercato. Non tenne mai nascosto il suo patriottismo, apponendo la bandiera francese sulle insegne dei negozi e sui manichini in vetrina, rallentando così l'ascesa al successo in terra inglese.

Le valigie firmate Louis Vuitton furono sin da subito prodotti di design innovativo ma, con l'aggiunta del lucchetto a cilindro, la Maison riuscì a rivoluzionare il mondo dei viaggiatori. Inizialmente venivano utilizzati tamburi a molla, ovvero serrature con chiavistelli a disco mobile ognuna con il proprio numero di serie. Nel 1890, padre e figlio brevettarono insieme questo nuovo lucchetto: a ciascuna unità corrispondeva una chiave unica, numerata e passepartout per tutti i bagagli del cliente. In più, era possibile commissionare dei bagagli apribili con la stessa chiave<sup>6</sup>.

Nel 1900 Georges Vuitton trasferì la sede in un'altra zona e qui iniziò a prosperare, pur facendo i conti con le imitazioni dalla concorrenza che non vennero mai a mancare<sup>7</sup>.

In questi anni la moda era chiamata a dialogare sempre di più con l'innovazione: la scoperta di nuovi modi per comunicare aveva indotto la voglia

---

<sup>6</sup> Ivi, p. 31

<sup>7</sup> Ivi, pp. 25-26

del Nuovo nel pubblico elitario. In aggiunta, tutte le potenzialità creative della Maison dovevano essere sfruttate al fine di creare nuovi prodotti e articoli di design per soddisfare il desiderio della clientela<sup>8</sup>.

Questa seconda generazione diede vita a quelli che saranno i modelli più iconici firmati Louis Vuitton. Persisteva tuttavia il problema della contraffazione del pattern “Grey Trianon” e della tela più usata, Rayee, a righe. Georges ideò la tela “Damier”, con motivo a quadri marroni e beige, alternati in maniera cadenzata col marchio registrato L. Vuitton. Tre anni dopo la presentazione di questa tela all’Esposizione Universale morì Louis Vuitton, il fondatore.

---

<sup>8</sup> C. M. BELFANTI, *Civiltà della moda*, Bologna, Il Mulino, 2019, p. 213



Figura 2 - Baule progettato negli anni Cinquanta dell'Ottocento con profili in faggio sulla classica tela Rayee.

**MALLES ET SACS DE LOUIS VUITTON**  
Fabrique à ASNIÈRES (Seine)

**SAC DE CABINE**

**MALLE CUIR POUR HOMMES**

**PARIS**  
1, Rue Scribe  
TELEPHONE 210-18  
57, AVENUE MARCEAU  
Telephone 515-67

**LONDRES**  
454, Strand  
En face la Gare  
de  
CHARING CROSS

**MALLE POUR CHAPEAUX DE DAMES**

**MALLE POUR HOMMES**

**BOITE POUR CHAPEAUX D'HOMMES**

**CATALOGUE**  
franco

An advertisement for Louis Vuitton trunks and bags. It features several illustrations of different models: a small black bag, a large leather trunk, a hatbox, a trunk with a diamond-patterned interior, a trunk with a woven interior, and a hatbox. The text is in French and includes the brand name, factory location, and contact information for Paris and London.

Figura 3 - Una delle prime selezioni dei bauli Louis Vuitton del 1890 con la tela Damier.

Nel 1896 Georges Vuitton, costantemente alla ricerca di un metodo per sottrarsi al plagio, ideò la tela che a tutt'oggi è la più riconoscibile dell'azienda: Monogram. Questa tela presenta una base grigio scuro (#453630) e un motivo color terra (#9b7e4b) che vede alternarsi un fiore a quattro petali all'interno di un diamante, un fiore a tinta unita, un fiore a quattro petali arrotondati inscritto in un cerchio e le iniziali del padre LV. Le fonti di ispirazioni furono molteplici: viaggiò infatti dall'arte gotica alle contaminazioni estetiche tradizionali giapponesi. Inizialmente questo motivo non incontrò il gusto del tempo, divenendo apprezzato solo successivamente<sup>9</sup>.



Figura 4 - Malle Idéal, baule ideale, del 1911 con l'iconica stampa Monogram.

---

<sup>9</sup> K. HOMER, *Louis Vuitton: La storia della celebre casa di moda*, Milano, Il castello, 2022, p. 28

#### *I.IV Il nuovo secolo: lusso, viaggi, innovazione*

I primi anni del ventesimo secolo furono ricchi di lussuosi viaggi transatlantici via mare, per i quali i viaggiatori più agiati necessitavano di un grande numero di bagagli. Tra di questi era popolare “Idéal”, un grande baule diviso in scomparti che poteva accogliere abiti, camicie, biancheria, scarpe e accessori per l’uomo e per la donna<sup>10</sup>.



Figura 5 - Malle Idéal, un armadio portatile.

Negli stessi anni si svilupparono nuove modalità di trasporto, destinate a rivoluzionare il settore della valigeria. L’automobile presto si diffuse fra la classe abbiente e la Maison non si fece trovare impreparata: nel 1897 Georges Vuitton lanciò nel mercato un bagaglio apposito, ispirandosi ad un baule di zinco che il padre creò per i viaggi esotici. Inizialmente, prima che le automobili

---

<sup>10</sup> Ivi, p.32



avessero il bagagliaio, si usava legare il baule, impermeabile, sulla parte posteriore del veicolo oppure sul tetto<sup>11</sup>.

Nel 1901 venne creata “Steamer”, per risolvere il problema dello spazio a bordo su qualsiasi mezzo di trasporto: si presentava come una grande borsa morbida<sup>12</sup>.

La meta prescelta dell'élite europea dell'epoca era la Costa Azzurra, dunque Georges decise di aprire il suo terzo negozio proprio nel sud della Francia.

Negli stessi anni iniziavano a comparire i primi viaggi per via d'aria, prima in mongolfiera e, più tardi, in aeroplano. Georges Vuitton iniziò a ideare e produrre valigie leggere per il cielo ancora prima che questa modalità di trasporto divenisse ordinaria<sup>13</sup>; nel 1910 egli progettò “Aéro”, un bagaglio leggerissimo da legare ai lati della mongolfiera o da portare in aereo<sup>14</sup>.

### ***I.V La terza generazione: Gaston-Louis Vuitton, il nuovo design moderno di lusso***

Georges Vuitton condivideva la passione per l'aviazione con uno dei suoi tre figli, Gaston-Louis Vuitton. Nato nel 1883, Gaston-Louis dimostrò da subito

---

<sup>11</sup> Ivi, p.33

<sup>12</sup> Ivi, p.32

<sup>13</sup> Ivi, p.34

<sup>14</sup> Ivi, p.36

un'attenzione particolare per il design. Dopo un periodo di apprendistato nei laboratori di Asnières, nel 1906 il padre lo nominò direttore dell'azienda.

Nel 1914 decise di trasferire il negozio monomarca di Parigi in una sede diversa e più grande, al numero 70 di Avenue des Champs-Élysées. L'edificio in stile art déco di sette piani divenne il negozio di articoli da viaggio più grande in tutto il mondo. Caratteristica emblematica erano le vetrine, modificate di settimana in settimana seguendo i progetti e i disegni di Gaston-Louis: divennero presto leggendarie e insolite grazie al suo stile<sup>15</sup>. Egli stesso affermò: “l'arte di creare il display per una vetrina si basa su un raffinato senso architettonico e sulle abilità di un regista teatrale”<sup>16</sup>.

Allo scoppio della Prima guerra mondiale nel 1914 e negli anni successivi, come molte aziende di beni di lusso dell'epoca, Louis Vuitton fece fatica a reperire le materie prime: infatti tutti i materiali nei laboratori furono usati per produrre barelle pieghevoli, cassette militari ed altri oggetti utili al fronte.

A guerra conclusa, le produzioni ripresero e si iniziò a guardare al Nuovo Mondo dei grandi vincitori, l'America. La moda di viaggiare continuava a fiorire, soprattutto per gli spostamenti in enormi navi dall'Europa all'America. Anche qui non tardarono ad aprire due negozi: nel 1905, a Chicago e a San Francisco venivano montate le insegne “Louis Vuitton” e poco dopo, anche

---

<sup>15</sup> Ivi, p. 38

<sup>16</sup> Louis Vuitton, *L'arte di creare una vetrina di Gaston Louis Vuitton*, 2022, <https://it.louisvuitton.com/ita-it/articoli/larte-di-creare-una-vetrina-di-gaston-louis-vuitton#:~:text=Nel%201925%20scrisse%20un%20saggio.abilit%C3%A0%20di%20un%20regista%20teatrale%22>, [accesso 10 luglio 2023]



Washington e New York videro i bagagli francesi in vetrina. Il marchio continuò a espandersi nelle Americhe con ulteriori punti vendita<sup>17</sup>, che dal 1930 dedicarono spazi ai giocattoli per i clienti più piccoli<sup>18</sup>.

Gli affari della Maison subirono un importante calo al sopraggiungere del secondo conflitto mondiale, al termine del quale ripresero grazie alla celebrità che il brand Louis Vuitton godeva in tutto il mondo. Dopo la liberazione della capitale francese nel 1944, Gaston-Louis rinnovò la governance aziendale, assegnando ad ogni suo figlio un ruolo: Henry-Louis responsabile delle vendite a Parigi, Claude-Louis responsabile del laboratorio ad Asnières e Jacques-Louis direttore amministrativo e finanziario.

Negli anni a venire si diffusero i viaggi del fine settimana, anche di una sola notte. La risposta della Maison fu il modello “Keepall”, che venne apprezzato negli ambienti elitari del tempo, rendendo il comodo borsone<sup>19</sup> un articolo desiderabile e di tendenza, un vero status symbol ante litteram.



Figura 6 - Keepall in tela Monogram.

---

<sup>17</sup> K. HOMER, *Louis Vuitton: La storia della celebre casa di moda*, Milano, Il castello, 2022, pp. 38-39

<sup>18</sup> P. BECCARI, *The Book*, Paris, xx, 16, 2023, p. 97

<sup>19</sup> K. HOMER, *Louis Vuitton: La storia della celebre casa di moda*, Milano, Il castello, 2022, pp.47-48

Gaston-Louis morì nel 1970, lasciando nelle mani dei figli una delle maggiori aziende francesi dell'epoca. Questi ultimi tuttavia decisero di passare il testimone della presidenza a Henry Recamier, marito della figlia di Gaston-Louis, che poteva contare su una grande abilità ed esperienza nel campo del commercio internazionale<sup>20</sup>.

### ***I.VI LVMH, il fallimento e la geniale ripresa***

La nuova presidenza di Louis Vuitton di fine anni Ottanta del ventesimo secolo, vide grandi cambiamenti sin da subito. Infatti, Henry Recamier espanse la Maison comprando alcune partecipazioni di controllo in altri marchi di fascia alta tra cui Givenchy, Loewe e Veuve Clicquot. Egli, tuttavia, ambiva ad un maggiore controllo nel mercato dei beni di lusso. Decise quindi di fondere l'azienda con Moët Hennessy, creando così il mega-brand LVMH, Louis Vuitton Moët Hennessy. Gli accordi dettavano che ciascuna parte avrebbe mantenuto il controllo delle proprie filiali. Alain Chevalier, a capo dell'azienda di vini e alcolici pregiati, venne nominato presidente; mentre Recamier divenne vicepresidente esecutivo. Gli animi non rimasero comunque calmi a lungo. Infatti, dopo alcuni anni di dispute per la presidenza terminate in un'aula di

---

<sup>20</sup> Ivi, p. 55

Tribunale, Chevalier e Recamier furono costretti a lasciare il loro prestigioso posto a Bernard Arnault, uno sviluppatore di progetti immobiliari e ingegnere della finanza che aveva investito in LVMH.

Nel corso dei primi anni Novanta Louis Vuitton si trovò in difficoltà: il marchio risultava inflazionato a causa dell'altissimo numero di nuovi prodotti che venivano creati per aumentare le vendite. Fu così che nel 1997 Arnault incaricò un nuovo designer, Marc Jacobs, per rilanciare il marchio<sup>21</sup>. Quest'ultimo, dal 2001, ebbe la straordinaria idea di collaborare con alcuni grandi artisti, generando così un interessante dialogo tra Moda e Arte. La sua missione venne poi continuata da Nicolas Ghesquière dal 2013.

---

<sup>21</sup> Ivi, pp. 63-65

## II. LE CELEBRI COLLABORAZIONI ARTISTICHE DI LOUIS VUITTON

### *II.1 L'apertura dei giochi: Stephen Sprouse*

Nel 2001 Marc Jacobs, allora direttore creativo della Maison, invitò Stephen Sprouse a unire in un solo corpo moda e arte per la prima volta<sup>22</sup>. A quest'ultimo venne chiesto di creare dei graffiti per la stagione Primavera/Estate 2001 di borse firmate Louis Vuitton<sup>23</sup>.

Stephen Sprouse (1953-2004) fu un artista e fashion designer americano. Egli traeva ispirazione dagli anni Ottanta, dalla vita dell'underground e, in particolare, dalla Street Art. La sua arte aveva come base la Pop Art letta in chiave punk<sup>24</sup>. Una delle sue prime apparizioni nel mondo della moda risulta essere in occasione di una collezione di capi d'abbigliamento per Debbie Harry, la celebre cantante del gruppo "Blondie", la quale sfoggiò per molti anni abiti con stampe grafiche e disegni nel classico stile punk dell'artista.

---

<sup>22</sup> Garde Robe Italy, *Le più influenti collaborazioni artistiche di Louis Vuitton*, 2023, <https://www.garderobeitaly.com/collaborazioni-artistiche-di-louis-vuitton/> [accesso 15 agosto 2023]

<sup>23</sup> Redazione MAM-e, *Stephen Sprouse*, 2021, <https://moda.mam-e.it/sprouse-stephen/> [accesso 16 agosto 2023]

<sup>24</sup> Carolina Torres, *Stephen Sprouse*, 2014, <http://ensayosuarcarolinatorres.blogspot.com/2013/02/biografia-stephen-sprouse.html> [accesso 16 agosto 2023]

Dopo un periodo di relativa oscurità e blocco artistico negli anni Ottanta, accettò di lavorare con Louis Vuitton. Nella sua prima collaborazione con la Maison, dunque, diede il nome di *Monogram Graffiti* alle sue creazioni e ottenne il permesso di reinterpretare l'esclusivo Monogram, contribuendo a ridefinire il concetto di lusso e streetwear<sup>25</sup>.

Da un'intervista del 2012 a Marc Jacobs, emerge l'anima di questa collaborazione:

Non sono un vero ribelle, ma è stato una specie di soluzione ingegnosa fare ciò che ci era stato detto di non fare da qualcuno della vecchia guardia di Louis Vuitton: “Non snaturare il Monogramma”. C'era un che di rispettoso e irrispettoso al tempo stesso (nello scarabocchiare il Monogramma). Anche in questo caso, semmai, abbiamo solo accentuato l'attenzione sul Monogramma scrivendoci sopra<sup>26</sup>.

La collezione ebbe un enorme successo, dovuto anche alla risposta della stampa che scatenò una vera ossessione per le borse con la stampa graffiti. Marc Jacobs ricorda:

---

<sup>25</sup> Servizio clienti Louis Vuitton, telefonata, 22 settembre 2023

<sup>26</sup> P. GOLBIN (a cura di), *Louis Vuitton/Marc Jacobs*, Milano, Rizzoli, 2012, p. 153

Erano ovunque. E ancora oggi alcuni di quei negozi in cui si vendono borse come souvenir, accanto al nostro ufficio di Parigi, hanno delle piccole borse di nylon, chiare imitazioni di Sprouse<sup>27</sup>.

Il motivo a graffiti dell'artista americano fu poi ristampato otto anni dopo, nel 2009, in colori fluorescenti, riprova del suo grande potenziale. Anche qui risaltano le scritte "Louis Vuitton" e "Paris", sempre in stile bomboletta spray, con lo stesso obiettivo finale di deformare il classico Monogramma in chiave glamour.

Nel 2009 Marc Jacobs presentò la nuova collezione *Tribute Monogram Roses*, in memoria di Sprouse, morto di cancro ai polmoni cinque anni prima. Essa, oltre a presentare nuovamente la stampa a graffiti, introduceva la stampa leopardata e il motivo a rose disegnati dallo stesso Sprouse alcuni anni prima. Il successo anche qui non venne a mancare e il motivo contagiò i principali modelli di borse: Neverfull, Speedy, Pochette. Attualmente è possibile acquistare esclusivamente on-line questa collaborazione e, nonostante i prezzi estremamente alti, le liste di attesa risultano essere comunque molto lunghe<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> *Ibidem*

<sup>28</sup> Lussuosissimo, *Borse Louis Vuitton: la Stephen Sprouse Collection 2009*, 2009  
<https://www.lussuosissimo.com/borse-louis-vuitton-stephen-sprouse-collection-2009/> [accesso 21 settembre 2023]



Figura 7 - selezione di bauli e borse Monogram Graffiti del 2001 in collaborazione con Stephen Sprouse. In verde: Borsa Speedy e cappelliera. In arancione: Borzone Keepall e Malle. In giallo: due Malle. In azzurro: Borsa Speedy, Malle e Pochette. In nero: Borsa Alma big.



Figura 8 - Borsa Alma MG big pink, handbag, 2001.

Figura 9 - Pochette MG beige, shoulder bag, 2001.

Figura 10 - Borsa Speedy MG grey, handbag, 2001.



Figura 11 - Borsa Speedy MG Fluo green, handbag, 2009.

Figura 12 - Borsa Neverfull MG Fluo green, shoulder bag, 2009.

Figura 13 - Zippy Wallet MG Fluo green, 2009.





Figura 14 - Borsa Neverfull MG Fluo pink, shoulder bag, 2009.

Figura 15 - Borsa Speedy MG Fluo pink, handbag, 2009.



Figura 16 - Pochette Monogram Roses, shoulder bag, 2009. Louis Vuitton rende omaggio a Stephen Sprouse tramite una collezione di borse decorate con le iconiche rose dell'artista.



Figura 17 - Borsa Neverfull MR, shoulder bag, 2009.



Figura 18 - Borsa Speedy MR, handbag, 2009.



Figura 19 - Borsa Adele Leopard Monogram, handbag, 2004. Articolo in edizione limitata ormai fuori produzione. Fu l'ultima borsa progettata da Stephen Sprouse per LV prima di morire.



## *II.II Un'esplosione di colori: Takashi Murakami*

La seconda collaborazione artistica di Louis Vuitton vide protagonista Takashi Murakami, che contribuì allo sviluppo artistico della Maison per diversi anni.

Takashi Murakami nasce a Tokyo nel 1962. La sua prima formazione venne caratterizzata da un binomio tra elementi tradizionali, come la partecipazione ai rituali buddhisti e le lunghe lezioni di calligrafia, e uno sguardo aperto verso il mondo occidentale. Questo secondo aspetto consisteva prevalentemente nella frequentazione di mostre di artisti provenienti dall'Europa, come Pierre-Auguste Renoir e Francisco Goya, sulle quali Murakami era obbligato dai genitori a scrivere lunghe recensioni.

Takashi Murakami ebbe sempre un ruolo protagonista nella produzione mondiale e nel marketing giapponese, attraverso quella che lui chiama arte "superflat". Questa arte riporta uno stile altamente influenzato dalle tecnologie digitali e dalle animazioni giapponesi, caratterizzate dal gioco tra superfici mobili e piane<sup>29</sup>.

«Murakami grew up with the 60s generation's love of manga, anime and cult sci-fi television series.»<sup>30</sup>, sviluppando, così, una sorta di dipendenza da questi

---

<sup>29</sup> C. R. YANO, *Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines*, in «The Journal of Asian Studies», LXVIII, 3, 2009, pp. 685-686

<sup>30</sup> A. WARHOL, P. HACKETT, *POP. Andy Warhol racconta gli anni Sessanta*, Padova, Meridiano Zero, 2008, pp. 85-86

articoli offerti dalla cultura di massa<sup>31</sup>. L'inizio della carriera dell'artista giapponese contemporaneo venne influenzato, dunque, da diverse correnti culturali, tra cui l'arte tradizionale giapponese, i manga e gli anime, la cultura Pop, la fantascienza e la kawaii, la cultura giapponese con tenerezza e vulnerabilità infantile in primo piano. Ognuno di questi suoi tratti provengono da pittura, scultura e cinema e lo porteranno a creare diverse serie per la Maison<sup>32</sup>.

Il suo primo lavoro per Louis Vuitton, una serie dal titolo *Monogram Multicolor*, si caratterizza del classico Monogramma riprodotto in 33 colori diversi su uno sfondo bianco o nero. Dal 2002, anno di questa prima collaborazione, e per altri tredici anni collaborerà con Louis Vuitton per diverse serie ricche di vendite e successi.

Per la seconda serie, *Cherry Blossom*, egli impreziosisce la tela Monogram con diversi fiori di ciliegio, sotto forma di cartone animato, in ricordo della patria del sol levante. Esistono due diverse versioni di questa serie: la prima con tela Monogram classica, la seconda con tela Monogram rosa. Anche questa serie fu creata nel 2002.

---

<sup>31</sup> Ivi, p. 9

<sup>32</sup> A. NISHIMURA MORSE, *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics: A Collaboration with Nobuo Tsuji and the Museum of Fine Arts, Boston*, Boston, Museum of Fine Arts, 2018

*Eye Monogram Serie* uscì nello stesso anno e appare quasi una rivisitazione della prima serie: il motivo multicolore del Monogramma rimane e, in aggiunta, Murakami inserisce variopinti occhi dal mondo manga.

La quarta serie prende il nome di *Monogram Cerise* e venne creata nel 2005. Si vedono ciliegie in stile cartoon appese alle lettere e alle decorazioni del classico Monogramma francese.

Nel 2007 Louis Vuitton mise in commercio la serie *Moka Hands Monogram Canvas*. Essa presenta un ingrandimento del logo LV multicolore con due mani in stile Mickey Mouse. Questa edizione fu creata per il museo di arte contemporanea di Los Angeles e fu disponibile in commercio con formula limited edition: comprendeva, infatti, un solo modello di borsa, la Neverfull.

Nel 2008, in occasione dell'inaugurazione della mostra dal nome "Murakami" al Brooklyn Museum di New York, venne svelato il sesto capolavoro dell'artista per Louis Vuitton: *Monogramouflage*, un pattern mimetico verde oliva e avorio fa da sfondo al peculiare Monogramma di colore nero<sup>33</sup>. Si vede oltretutto una sostituzione delle bande di pelle sostenitive solitamente color cuoio, le quali si tingono di nero.

Mentre nelle serie precedenti Murakami si limitò a ridisegnare il pattern di Louis Vuitton, in *Character Bags* egli stampa alcuni personaggi di spicco dei

---

<sup>33</sup> Servizio clienti Louis Vuitton, e-mail, telefonata, 18 agosto 2023

suoi lavori sulla tela originale Louis Vuitton. Il risultato di questa collaborazione fu sicuramente meno redditizio rispetto agli altri lavori, divenendo tuttavia una serie di oggetti collezionabili, comunque di successo. Queste figure immaginarie e fantastiche racchiudono ognuna un ibrido tra animali, umani e robot. La sua ispirazione per questi personaggi venne dai primi anni del periodo Edo (1600-1868), durante il quale gli artisti si dimostrarono eccentrici e capaci di direzionare lo sguardo dello spettatore in modo più o meno accelerato sulla superficie della tela, creando movimenti a zig zag<sup>34</sup>.

Nel 2010 *Cosmic Blossom* chiuse la lunga serie delle grandi collaborazioni tra Louis Vuitton e Takashi Murakami. Qui torna il pattern Murakaniano fiorito più conosciuto di sempre in chiave Louis Vuitton: un tripudio di fiori e diamanti colorati o monocolori su vernice lucida ricoprono borse e accessori.

Nella primavera del 2010, Murakami rinnovò alcune collezioni precedenti rivisitandole: *Monogram Cerise*, *Eye Monogram serie*, *Monogramouflage* e *Monogram Multicolore*<sup>35</sup>.

Da ultimo, non può essere dimenticato il parallelismo tra le colorate opere di Murakami e la Pop art: la sua produzione lo qualificò come uno degli eredi di Andy Warhol. In omaggio di quest'ultimo, Murakami diede il nome di "Hiropon factory" al suo studio, fondato a Tokyo nel 1996<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup> N. CORNYETZ, *MURAKAMI TAKASHI AND THE HELL OF OTHERS: SEXUAL (IN)DIFFERENCE, THE EYE, AND THE GAZE IN MURAKAMI*, in «Criticism» LIV, 2, 2012, pp. 181-183

<sup>35</sup> Servizio clienti Louis Vuitton, e-mail, telefonata, 18 agosto 2023

<sup>36</sup> S. THORNTON, *Seven Days in the Art World*, London, Granta, 2008, p. 185



Figura 20 - Borsa Alma MM White, handbag, 2002.

Figura 21 - Borsa Audra MM White, handbag, 2002.

Figura 22 - Borsa Beverly MM White, shoulder bag, 2002.



Figura 23 - Borsa Claudia MM White, handbag, 2002.

Figura 24 - Borsa Sharleen MM White, handbag, 2002.

Figura 25 - Borsa Marilyn MM Black, shoulder bag, 2002.



Figura 26 - Borsa Sologne MM Black, tracolla, 2002.      Figura 27 - Borsa Boulogne MM Black, tracolla, 2002.

Figura 28 - Borsa Rita MM Black, handbag, 2002.



Figura 29 - Borsa Retrò CB Pink, handbag, 2002.



Figura 30 - Borsa Papillon CB Pink, shoulder bag, 2002.



Figura 31 - Pochette CB Pink, shoulder bag, 2002.



Figura 32 - Borsa Retrò CB Brown, handbag, 2002.



Figura 33 - Borsa Papillon CB Brown, shoulder bag, 2002.



Figura 34 - Pochette CB Brown, shoulder bag, 2002.



Figure 35/36/37 - Tre borse della serie Eye Monogram Serie. Nessuna possiede un nome originale ma, essendo state disegnate appositamente per questa collezione, vengono nominate “Eye need you handbag”, 2002.





Figura 38 - Borsa Flat MC, handbag, 2005.

Figura 39 - Borsone Keepall MC, handbag, 2005.

Figura 40 - Porta agenda MC, 2005.



Figura 41 - Pochette MC in basso a sinistra, Borsa Bucket, shoulder bag a destra, 2005.

Figura 42 - Borsa Neverfull Moka Hands Monogram Canvas, shoulder bag, 2007. Fu l'unico modello di borsa prodotto per questa serie.



Figura 43 - Borsone Keepall Bandouliere Monogramouflage, tracolla e handbag, 2008.

Figura 44 - Borsa Speedy Monogramouflage, handbag, 2008.



Figura 45 - Portagioie Character Bags rigido, 2009.

Figura 46 - Borsa Trotteur CB, tracolla, 2009.

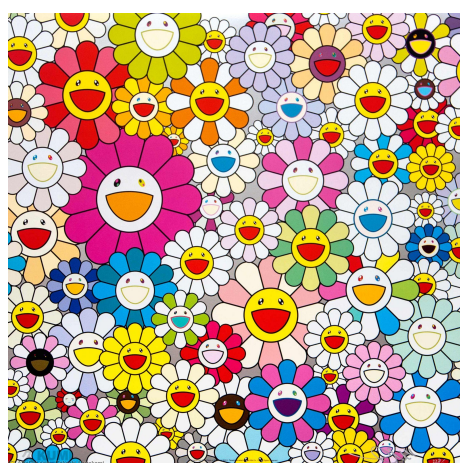


Figura 47 - T. MURAKAMI, *I fiori crescono in questo mondo e nella terra del Nirvana*, 2013. Stampa, 50 x 50 cm. Collezione privata. Da questo pattern prende ispirazione per la realizzazione di Cosmic Blossom.

Figura 48 - Foulard Bandana Cosmic Blossom, colorato.



Figura 49/50/51 - Borsa Neverfull Vernis Blue/Pink/Purple, shoulder bag, 2010.



### ***II.III Richard Prince: materiali innovativi, colorati e divertenti***

Richard Prince (1949) viene considerato uno dei rappresentanti americani più noti dell'arte di appropriazione: una corrente artistica basata sulla riproduzione rielaborata di creazioni originali di altri autori<sup>37</sup>. Alla fine degli anni Settanta Prince diventò membro della Picture Generation di New York, dove conobbe Cindy Sherman e Louise Lawler con i quali sperimentò la “ri-fotografia”: fotografava foto esistenti e le ingrandiva per la stampa<sup>38</sup>. Più tardi negli anni Ottanta, inaugurò la serie *Cowboys*, con tema principale la virilità, e la serie *Jokes*, opere con tecniche diverse riportanti barzellette<sup>39</sup>.

In occasione della sua collaborazione con la Maison, egli disegnò degli articoli piuttosto insoliti e originali: come base mantenne il classico Monogramma impreziosito con colorati interventi artistici somiglianti a graffiti o acquerelli. Per la serie *After Dark* del 2008, egli decise di creare 4 versioni: *Monogram Jokes* con barzellette stampate, *Monogram Pulp* in giallo, rosa o rosso su denim blu e PVC con grandi scritte Louis Vuitton, *Monogram Watercolor* dove

---

<sup>37</sup> Corradini - Patent et Trademark Attorneys, *La “appropriation art” come espressione artistica in deroga al diritto d'autore*, 2022, <https://www.corradini.it/la-appropriation-art-come-espressione-artistica-in-deroga-al-diritto-dautore/> [accesso 26 agosto 2023]

<sup>38</sup> M. HOLMAN, *Richard Prince, principe dell'appropriazione. Un'intervista all'artista americano, che espone opere su carta al Louisiana Museum of Modern Art*, 2022, <https://www.ilgiornaledellarte.com/articoli/richard-prince-principe-dell-appropriazione/141130.html> [accesso 1 settembre 2023]

<sup>39</sup> A. ZORLONI, *L'economia dell'arte contemporanea. Mercati, strategie e star system*, Milano, Franco Angeli, 2017, p. 208

sovrappone 17 colori differenti e *Bonbon* in pelle verde e rosa<sup>40</sup>. In aggiunta, Prince applica pelle di serpente per la decorazione di manici e inserti di alcune borse selezionate. I materiali pelle e tela vennero, dunque, rimpiazzati da pelle scamosciata, plastica e neoprene, donando alle borse un lato più accattivante e moderno<sup>41</sup>.

Nella maggior parte dei casi l'artista si "appropriò" di alcune barzellette che vennero stampate sulle borse rendendole dunque uniche, poiché decise di non ripetere ciascuna freddura più di una volta. Le borse *Man crazy Jokes* furono presentate al pubblico in occasione della sfilata primavera/estate del 2008: Marc Jacobs, direttore creativo di Louis Vuitton di quegli anni, fece sfilare 12 modelle munite delle insolite borse e vestite da infermiere per rendere omaggio alla serie di dipinti "Nurses" dell'artista<sup>42</sup>.

Vale la pena, infine, osservare lo sviluppo di Richard Prince come artista, al fine di ricostruire il fondamento logico della sua collaborazione con Louis Vuitton. Glenn O'Brien, scrittore, cita l'artista «If this works, Richard said, I can retire»<sup>43</sup>. Egli evita di esprimere una sua opinione dettagliata sulle sue motivazioni artistiche, ma provoca insinuando che *After Dark* potrebbe porre fine alla sua carriera. Prince, pertanto, annulla ogni forma di critica che potrebbe

---

<sup>40</sup> K. HOMER, *Louis Vuitton: La storia della celebre casa di moda*, Milano, Il castello, 2022, p. 94

<sup>41</sup> M. TITTON, *Andy's Heritage: Collaborations between Fashion, Art, and Louis Vuitton*, in E. BLIMLINGER, A. B. BRAIDT, K. RIGLER, *Aesthetic Politics in Fashion*, Wien, Elke Gaugele, 2014, pp. 68-69

<sup>42</sup> V. VERNOSE, *Revisiting Richard Prince's Nurse Series for Louis Vuitton*, 2020, <https://crfashionbook.com/fashion-a32302399-richard-princes-louis-vuitton-marc-jacobs-nurses/> [accesso 1 settembre 2023]

<sup>43</sup> G. O'BRIEN, *Prince Richard*, in J. GASPARINA, *Louis Vuitton: Art, Fashion and Architecture*, New York, Rizzoli, 2009, p. 322

mirare proprio al guadagno economico ottenuto dal lavoro con la Maison. Rosetta Brooks, critica d'arte, definisce tale comportamento come la chiave del successo dell'artista:

The key to the success of Prince's work is the way in which he presents both his art and himself, characterized by a muteness - or even a deliberate obfuscation - regarding his intentions. By side-stepping a straightforward response to questions of intentionality, Prince refuses to close down meaning, or even to suggest any particular goal towards which the work might be heading<sup>44</sup>.



Figura 52 - sfilata primavera/estate 2008. Borse Limited Edition After Dark in collaborazione con Richard Prince, 2008.

Figura 53 - Figura 16 - R. PRINCE, *Settlement Nurse*, 2003. Acrilico e inchiostro su tela, 211 x 120 cm. New York, Barbara Gladstone Gallery.

<sup>44</sup> R. BROOKS, *Survey: Prince of Light or Darkness?*, in R. BROOKS, J. RIAN, L. SANTE, *Richard Prince*, London, Phaidon, 2003, pp. 26-69



Figura 54/55/56 - 3 delle 12 borse Limited Edition Mancrazy Jokes presentate in occasione della sfilata primavera/estate 2008, 2008. Link sfilata: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_tFiaWP0vL8&t=33s](https://www.youtube.com/watch?v=_tFiaWP0vL8&t=33s)



Figura 57 - Borsone Weekender Monogram Pulp Pink, handbag, 2008.

Figura 58 - Pochette Monogram Bonbon Red, shoulder bag, 2008.

Figura 59 - Borsa Speedy Monogram Watercolor White, handbag, 2008.



Figura 60 - Borsone Weekender Monogram Pulp Red, handbag, 2008.

Figura 61 - Pochette Monogram Bonbon Green, shoulder bag, 2008.

Figura 62 - Borsa Speedy Monogram Watercolor Water, handbag, 2008.

## *II.IV Un geniale ma incompreso ritorno al passato: Jeff Koons*

Jeffrey Koons (1955) è ritenuto uno dei grandi pilastri americani dell'arte contemporanea odierna, poiché capace di elevare il suo gusto estremamente kitsch ad una forma artistica di critica sociale nei confronti della società consumistica occidentale.

Nato a York, in Pennsylvania, Koons studiò arte e design al college, interessandosi in particolar modo all'arte bizantina, all'arte folk americana e all'arte surrealista. Ancora giovanissimo, all'età di ventidue anni, veniva già considerato un esordiente di successo nel mondo dell'arte: iniziò a creare le prime sculture iconiche di fiori e conigli gonfiabili, senza mai trascurare il suo talento in pittura. Nel 1985 venne inaugurata la sua prima mostra individuale, la quale includeva poster Nike, le opere della serie *Equilibrium* e alcuni articoli della serie *Bronze*, in particolar modo un canotto di gomma e un gilet di salvataggio<sup>45</sup>. Egli si definì un artista socievole e mentalmente aperto, a cui piaceva confrontarsi con altri artisti, come Richard Prince e Barbara Kruger. Nonostante questo, egli preferì sempre creare la sua arte, o meglio volle «...to were my own shoes»<sup>46</sup>.

---

<sup>45</sup> J. KOONS, A. MUTHESIUS, *Jeff Koons*, Köln, Taschen, 1997, pp. 172-173

<sup>46</sup> Ivi, p. 14

Il suo primo approccio con i grandi del passato risale al 1963, quando riprodusse alcuni quadri famosi da esporre e vendere nella piccola bottega del padre<sup>47</sup>. La sua passione per i grandi classici risultò essere il cardine per la sua collaborazione con Louis Vuitton. Per la sua serie dal titolo *Masters* del 2017, egli pensò ad una reinterpretazione di alcune opere dei grandi maestri del passato. Nel mentre, trasse spunto dalle sue stesse opere dal titolo “Gazing Balls”, sfere e semisfere di vetro blu poste sopra o di fronte a fedeli riproduzioni di opere d’arte.

Le opere da stampare sugli articoli furono selezionate dopo un meticoloso studio degli artisti internazionali Leonardo Da Vinci, Rubens, Fragonard, Van Gogh e Tiziano: *Mona Lisa*, *Caccia alla Tigre*, *Ragazza con cane*, *Campo di grano con cipressi* e *Marte, Venere e Amore*. A sconvolgere il pubblico fu la nascita di un nuovo Monogramma rivisto da Jeff Koons che trasformò, in chiave egocentrica, le iniziali LV in JK<sup>48</sup>.

Gli elementi del nuovo Monogram posti all’esterno delle borse sono realizzati in metallo, così come la firma dell’artista. Ogni borsa viene decorata con un portachiavi a forma di coniglietto gonfiabile, elemento iconico della carriera di Koons. Infine, all’interno della borsa, è possibile leggere una breve biografia e osservare un ritratto del maestro che realizzò l’opera riportata all’esterno.

---

<sup>47</sup> Ivi, pp. 172-173

<sup>48</sup> Impulse, *Louis Vuitton x Jeff Koons: moda e arte si incontrano nella collezione Masters*, <https://www.impulsemag.it/fashion/news-fashion/louis-vuitton-jeff-koons/> [accesso 2 settembre 2023]



Egli si impose di insegnare alla clientela ad osservare i grandi maestri del passato in modo inaspettato e diverso, riuscendo a celebrare l'umanità<sup>49</sup>. Quasi nessuno, tuttavia, riuscì ad apprezzare la collezione e la trasformò in oggetto di critica: da un lato, chi la considerava troppo pacchiana e, dall'altro, chi accusava l'artista di aver snaturato le grandi opere dell'arte per crearne delle borse e degli accessori<sup>50</sup>.

Nonostante l'enorme delusione della prima serie *Masters*, Louis Vuitton e Jeff Koons collaborarono in una seconda edizione a distanza di soli sei mesi. Alla fine del 2017, dunque, venne realizzato una nuova collaborazione sempre denominata *Masters*. Questa volta i protagonisti furono Turner con *Antica Roma: Agrippina che approda con le ceneri di Germanico*, Francois Boucher con *Ragazza distesa*, Nicolas Poussin con *Il trionfo di Pan*, Edouard Manet con *Colazione sull'erba*, Paul Gauguin con *Terra deliziosa* e Claude Monet con *Ninfee*. La composizione, i materiali e le decorazioni non cambiarono, a fronte dell'estrema fiducia di Louis Vuitton nei confronti dell'artista statunitense.

---

<sup>49</sup> LES FACONS, *Louis Vuitton 'MASTERS' Collection by Jeff Koons*, 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=kvbNJ4UXZHc> [accesso 2 settembre 2023]

<sup>50</sup> Servizio Clienti Louis Vuitton, telefonata, 1 settembre 2023



Figura 63 - Borsa Montaigne M Da Vinci, handbag, 2017.

Figura 64 - Pochette Chain Bag M Da Vinci, tracolla, 2017.

Figura 65 - Porta Speedy M Da Vinci, handbag, 2017.



Figura 66/67 - Interno Pochette Chain Bag M Da Vinci e interno Borsa Neverfull M Da Vinci, 2017. Biografia di Leonardo Da Vinci e profilo Jeff Koons.

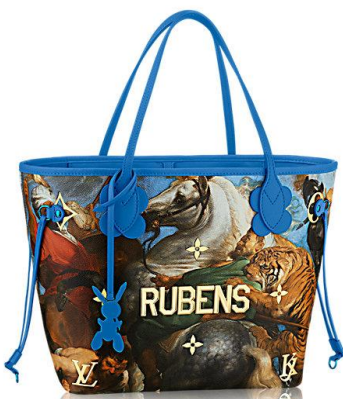


Figura 68 - Borsa Neverfull M Rubens, shoulder bag, 2017.

Figura 69 - Borsone Keepall M Rubens, handbag, 2017.

Figura 70 - Backpack M Rubens, 2017.





Figura 71 - Interno Backpack M Rubens, 2017.

Biografia di Rubens e profilo Jeff Koons.



Figura 72 - Borsa Montaigne M Fragonard, handbag, 2017.

Figura 73 - Pochette M Fragonard, shoulder bag, 2017.

Figura 74 - Interno Borsa Neverfull M Fragonard, 2017. Biografia di Fragonard e profilo di Jeff Koons.



Figura 75 - Zippy Wallet M Van Gogh, handbag, 2017.

Figura 76 - Pochette M Van Gogh, shoulder bag, 2017.

Figura 77 - Borsa Montaigne M Van Gogh, handbag, 2017.



Figura 78 - Retro Backpack M Van Gogh, 2017.

Figura 79 - Interno Borsa Neverfull M Van Gogh, 2017. Biografia di Van Gogh e profilo di Jeff Koons.

Figura 80 - Borsa Neverfull M Titian, 2017.



Figura 81 - Borse Neverfull M, handbag, dal basso verso l'alto: Monet, Turner, Manet, Gauguin, Poussin e Boucher, 2017.

## *II.V La serie felina di Grace Coddington*

Grace Coddington (1941), ex modella, giornalista, icona di stile e storica direttrice creativa di Vogue ebbe, sin da giovanissima, la passione per la moda e per i gatti. Questi suoi due grandi amori la portarono a collaborare con Louis Vuitton nel 2018 in una serie dal titolo *Catogram*.

Nella capsule collection in questione si vedono decine di dolci animali disegnati sull'iconico Monogramma, stampato su borse bianche, nere e marroni, con inserti a toni caldi come rosso, giallo e marrone. I soggetti dei disegni sono gli adorati persiani dell'artista, nonché il cane di Nicolas Ghesquière<sup>51</sup>. Per questa collaborazione Louis Vuitton volle produrre nuove tipologie di borse, calzature e accessori per soddisfare al meglio le numerose richieste della clientela, la quale sollecitava «qualcosa di più stravagante»<sup>52</sup>. Uno degli esempi più iconici che diventarono popolari in questo contesto fu la Petite Malle, una borsa a forma di baule. Gli accessori di *Catogram* che più vennero apprezzati furono un ombrello in nylon, una coperta in pelle di agnello e un bucket hat, cappello da pescatore.

---

<sup>51</sup> LVMH, *Louis Vuitton lancia la nuova capsule collection in collaborazione con Grace Coddington, ex direttrice creativa di Vogue US*, 2018, <https://www.lvmh.it/notizie-documenti/notizie/louis-vuitton-unveils-capsule-collection-with-grace-coddington-former-creative-director-of-vogue-us/> [accesso 23 settembre 2023]

<sup>52</sup> Servizio Clienti Louis Vuitton, telefonata, 2 settembre 2023

In questa serie nulla venne lasciato al caso ed ogni dettaglio fu essenziale. Pertanto, Grace optò per una fodera interna decorata con dei piccoli topi, mentre i porte-adresse delle valigie vennero dipinti a mano con estrema precisione.

Una seconda versione di *Catogram* venera maggiormente i gatti. Le nuove borse prendono la forma dei musci e dei corpi dei simpatici animali in stile cartoon. Anche questa versione viene decorata internamente dalla fodera con topi e prende spessore grazie ad una fascia rigida di pelle Monogram posta fra le due facce della borsa.

Questa collaborazione non solo riflette l'infinito amore per gli animali di Grace Coddington e Nicolas Ghesquière, ma soprattutto la loro comune essenza anticonformista con uno sguardo dinamico e diverso dal solito.





Figura 82 - Borsa Petite Malle Catogram Brown, tracolla, 2018.

Figura 83 - Kirigami Pochette set Catogram Brown, White e Black, handbag, 2018.

Figura 83 - Borsa Micro Boite Chapeau Catogram Brown, 2018.



Figura 84 - Borsa Petite Malle Catogram White, tracolla, 2018.

Figura 85 - Borsa Speedy Catogram White, handbag, 2018.

Figura 86 - Borsa Micro Boite Chapeau Catogram White, 2018.



Figura 87 - Borsa Micro Boite Chapeau Catogram Leather, 2018.

Figura 88 - Borsa Paname Camera Set Catogram Brown, tracolla, 2018.



Figura 89/90 - Borsa Neverfull Catogram White/Brown, shoulder bag, 2018.

Figura 91 - Borsa City Steamer Catogram Brown and Leather, shoulder bag, 2018.



Figura 92 - Limited Edition Catogram Black Cat, handbag, 2018.

Figura 93 - Limited Edition Catogram Grey Cat, handbag, 2018.



Figura 94 - Tela interna rossa delle borse con motivo a topini, collezione Catogram, 2018.

## *II.VI Urs Fischer, surrealista e psichedelico*

Uno degli artisti più influenti nella scena dell'arte contemporanea, Urs Fischer, collaborerà con la Maison nel 2020, dimostrando grande capacità nello sfidare le convenzioni artistiche tradizionali.

Urs Fischer nacque a Zurigo nel 1973, dove frequentò l'Università delle Arti e si formò come artista. Le sue molteplici capacità artistiche gli permisero di diventare un artista poliedrico. Infatti,

Il ventaglio di possibilità che offre l'arte di Fisher è straordinariamente vasto. Non si tratta solo dell'alternanza tra scultura, fotografia, disegno, pittura, e progetti editoriali, e di come questi interagiscano tra loro. La varietà si estende anche ai materiali, alla dimensione, e alla composizione, e soprattutto allo spirito, che oscilla costantemente tra il ludico e il drammatico<sup>53</sup>.

Il suo desiderio di sperimentazione, abbinato ad un estremo interesse per il processo di costruzione e progettazione che anticipa l'opera d'arte, lo portò a

---

<sup>53</sup> M. ROBECCHI, *Welcome to Madame Fisscher*, in C. BOURGEOIS, M. ROBECCHI, P. FALGUIERES, *Urs Fischer-Madame Fisscher*, Venezia, Kiito-San, 2012, p. 11

creare una selezione di opere ricche di imprevedibilità e sfumature diverse, arrivando al punto di impossessarsi delle tecniche usate<sup>54</sup>.

I temi da lui trattati sono, in generale, trasformazione, degradazione e natura effimera della realtà, con i quali riesce in ogni momento a discostare il pubblico dalla vita reale: lo spettatore, infatti, viene catturato dall'opera, viene condizionato da ciò che vede e si rispecchia di fronte all'oggetto sensibile, diventando un soggetto contemplativo<sup>55</sup>.

In occasione della collaborazione *Louis Vuitton x Urs Fischer*, Louis Vuitton permise, per la terza volta nella storia della Maison francese, di reinterpretare il classico Monogramma. Egli definì il suo operato ex tempore, frutto dunque unicamente del suo pensiero improvvisato<sup>56</sup>. La serie vede la produzione di borse, capi d'abbigliamento, scarpe e accessori in perfetta sintonia con l'estro stravagante dell'artista. Il nuovo Monogramma venne dunque stampato in due versioni, nero e rosso oppure nero e bianco su diversi articoli.

Ciò che rende speciale tale collaborazione sono le borse Limited Edition: quattro dei modelli più conosciuti dell'azienda presentano un carattere più accattivante grazie alla tecnica del *tuffetage*, che crea con il velluto un effetto peluche e scultoreo su ogni lettera presente del Monogramma<sup>57</sup>.

---

<sup>54</sup> *Ibidem*

<sup>55</sup> W. WORRINGER, *Abstraktion und Einfühlung: ein Beitrag zur Stilpsychologie*, München, Fink, 2007

<sup>56</sup> Servizio Clienti Louis Vuitton, telefonata, 12-13 settembre 2023

<sup>57</sup> PUNTOART, *Cross Contamination Arredamento-Alta Moda: La Tecnica Del Punto Tappeto*, 2018, <http://www.ricamipuntoart.it/it/blog/2018/06/arredamento-alta-moda-la-tecnica-del-punto-tappeto> [accesso 16 settembre 2023]



Il carattere estroverso e esibizionista di Urs lo portò a disegnare alcuni personaggi iconici che avrebbero invaso le vetrine e gli interni dei punti vendita, nonché alcuni articoli: un gatto addormentato su una buccia di banana, un avocado con un uovo, un gatto con una lampadina e un uccellino che trasporta una pesca. Egli intervenne anche sulla facciata dell'immenso punto vendita Louis Vuitton a quindici piani di New York, rappresentando tutti i personaggi da lui pensati per questa collaborazione. Questo, però, non fu solamente un intervento estetico ma mirato a celebrare la vita e la libertà, in occasione anche della pandemia di COVID-19 in corso in quegli anni<sup>58</sup>.



Figura 95 - Flagship store Louis Vuitton di New York, graffiti di Urs Fischer, 2020.



Figura 96 - Interno Store Louis Vuitton di New York, Urs Fischer, 2020.

<sup>58</sup> J. URIST, *IL RESTYLING SURREALISTA E PSICHEDELICO DI LOUIS VUITTON A NEW YORK*, 2021, <https://www.elledecor.com/it/viaggi/a35610109/urs-fischer-louis-vuitton-new-york/> [accesso 14 settembre 2023]



Figura 97 - Pochette Louis Vuitton x Urs Fischer Red, 2020.

Figura 98 - Borsa Tote OnTheGo Louis Vuitton x Urs Fischer Red, 2020.

Figura 99 - Borsa Speedy Louis Vuitton x Urs Fischer Red, 2020.



Figura 100 - Borsa Neverfull Louis Vuitton x Urs Fischer White, 2020.

Figura 101 - Pochette Louis Vuitton x Urs Fischer White, 2020.

Figura 102 - Dettaglio Borsa Speedy Louis Vuitton x Urs Fischer Red, tecnica del *tuffetage*, 2020.

## *II.VII L'infinito universo di Yayoi Kusama*

Nei suoi giochi infiniti di specchi, pois e reticoli si scrive la storia di Yayoi Kusama (1929), una delle artiste giapponesi più importanti dell'arte contemporanea che ha trasmesso in tutto il mondo “una certa immagine” del Giappone. Si tratta infatti di un'immagine scalfita dalle battaglie dell'impegno civile, colorata dal femminismo, attraversata dalla malattia mentale. Essa viene considerata come un'artista poliedrica, per il semplice fatto che si cimenta in numerose discipline: pittura, disegno, scultura, installazioni, film, poesie e racconti<sup>59</sup>.

Yayoi Kusama si avvicinò giovanissima all'arte studiando la pittura Nihonga e dipingendo violette, peonie e zucche. I suoi tormenti mentali sorsero dall'infanzia a causa del rapporto difficile con il padre. Dall'adolescenza in poi essa soffrì di allucinazioni, nate soprattutto dal fatto di non venire mai compresa in una società dove l'arte era ancora totalmente in mano agli uomini<sup>60</sup>. Nonostante ciò, la sua arte non è visione, allucinazione oppure delirio, ma una ricerca ossessiva degli elementi che, secondo lei, creano infinito: specchi, pois, reticoli. Kusama afferma che all'interno delle sue opere non esistono inizio, fine

---

<sup>59</sup> M. FINAZZER FLORY, *Yayoi Kusama*, in 24 ORE Motta Cultura (a cura di), *Yayoi Kusama, I want to live forever*, Milano, Motta, 2009, p.6

<sup>60</sup> D. AMBROSIO, Non solo moda. Yayoi Kusama e Louis Vuitton, una collaborazione che ha fatto la storia della moda (e dell'arte), 2019, <https://www.elle.com/it/magazine/storie-di-donne/a26537522/louis-vuitton-yayoi-kusama-storia-collaborazione/> [accesso 20 settembre 2023]

e centro precisi; piuttosto, tutto ciò che si trova davanti allo spettatore deve essere inatteso, sorprendente e sconcertante, come in tutta l'arte contemporanea<sup>61</sup>.

Nella prima metà degli anni Sessanta, le opere di Kusama furono esposte in Italia, e non solo, assieme a quelle del Gruppo Zero. In aggiunta prese parte anche a mostre con Yves Klein, Piero Manzoni e Lucio Fontana, il quale sostenne la sua performance-installazione non autorizzata alla Biennale di Venezia nel 1966<sup>62</sup>: una volta raggiunta la città, iniziò a lanciare millecinquecento sfere galleggianti nei canali come parte dell'opera *Giardino dei Narcisi*<sup>63</sup>.

La ripetizione, l'infinito e i pois sono i concetti e motivi che accompagneranno l'artista per tutta la sua carriera sino ad oggi, senza escludere le sue collaborazioni artistiche con la celebre casa di moda e pelletteria.



Figura 103 - Y. KUSAMA, *Infinity Nets Yellow*, 1960. Olio su tela, 240 x 295 cm. Collezione privata.

<sup>61</sup> M. FINAZZER FLORY, *Yayoi Kusama*, in 24 ORE Motta Cultura (a cura di), *Yayoi Kusama, I want to live forever*, Milano, Motta, 2009, p. 6

<sup>62</sup> R. NICKAS, *Yayoi Kusama: esprimere l'infinito*, in in 24 ORE Motta Cultura (a cura di), *Yayoi Kusama, I want to live forever*, Milano, Motta, 2009, p. 46

<sup>63</sup> A. FORNACIARI, *Yayoi Kusama: vita e opere di un'artista geniale*, 2015, <https://www.travelonart.com/arte-contemporanea/arte-camaleontica-yayoi-kusama/>

La sua prima collaborazione con Louis Vuitton risale al 2012, quando il direttore artistico Marc Jacobs le chiese di reinterpretare il Monogram del 1896. Kusama scelse di rendere protagonisti per l'ennesima volta i pois, trattati con colori intensi negli abbinamenti nero e rosso, bianco e rosso, giallo e nero, bianco e blu<sup>64</sup>. Inoltre, la tela interna riporta il classico motivo reticolare dell'artista. La collezione prese il nome di *Love Forever* che Jacobs giustificò così:

L'amore è una bella idea. I punti rappresentano qualcosa che non ha punti, né spigoli vivi ed è infinito. E cosa potrebbe esserci di più bello dell'amore infinito?<sup>65</sup>.

In aggiunta, una seconda parte della collezione realizzata qualche mese più tardi, vide stampato sulle borse, abiti e accessori un altro motivo iconico di Kusama, i nervi biotici. Per questa collaborazione vennero decorate le facciate e le vetrine di tutti gli store Louis Vuitton con motivi emblematici dell'artista, tra cui *Fiori eterni rigogliosi nella mente* e *Distruzione totale di sé*<sup>66</sup>.

Dal 2012, sino ad oggi, l'amicizia e la stima con la Maison non cessarono, tanto che Jacobs sponsorizzò la mostra d'arte retrospettiva dell'artista al Whitney

---

<sup>64</sup> M. CASADEI, *Louis Vuitton e Yayoi Kusama*, 2012, <https://www.vogue.it/sfilate/curiosita/2012/05/louis-vuitton-e-yayoi-kusama> [accesso 20 settembre 2023]

<sup>65</sup> Garde Robe Italy, *Le più influenti collaborazioni artistiche di Louis Vuitton*, 2023, <https://www.garderobeitaly.com/collaborazioni-artistiche-di-louis-vuitton/> [accesso 19 settembre 2023]

<sup>66</sup> M. CASADEI, *Louis Vuitton e Yayoi Kusama*, 2012, <https://www.vogue.it/sfilate/curiosita/2012/05/louis-vuitton-e-yayoi-kusama> [accesso 20 settembre 2023]



Museum di New York (2012), la quale raggiunse anche Parigi, Madrid e Londra<sup>67</sup>.

La seconda collaborazione venne realizzata nel 2023, sotto la direzione artistica di Nicolas Ghesquière. Yayoi Kusama, novantaquattrenne, ripropone in modo ossessivo i suoi *Infiny Dots*, *Painted Pumpkins*, *Psychedelic Flowers* e *Metal Balls*. Questa capsule collection presenta pois diversi, più irregolari e di dimensioni maggiori rispetto alla prima collaborazione, e pois metallici in rilievo. Per stupire nuovamente il pubblico, la dama giapponese decise di essere presente in quasi tutte le vetrine degli store Louis Vuitton sotto forma di robot umanoide mentre dipinge i pois, per donare agli articoli l'impronta magica di uno spazio mentale infinitamente poetico<sup>68</sup>. Da ultimo, venne installata una gigantografia di Yayoi sullo store Louis Vuitton di Parigi.



Figura 104 - Flagship store Louis Vuitton di Parigi, in collaborazione con Yayoi Kusama, 2023.

Figura 105 - Store Louis Vuitton. Kusama sotto forma di robot umanoide dipinge i pois sul vetro, 2023.

<sup>67</sup> Insideart, *Yayoi Kusama al Whitney museum*, 2012, <https://insideart.eu/2012/07/12/yayoi-kusama-al-whitney-museum/> [accesso 20 settembre 2023]

<sup>68</sup> P. BECCARI, *The Book*, Paris, xx, 16, 2023, p. 16



Figura 106 - Borsa Speedy Love Forever Red, handbag, 2012.

Figura 107 - Borsa Papillon LF White, shoulder bag, 2012.

Figura 108 - Borsa Neverfull LF White, shoulder bag, 2012.



Figura 109 - A sinistra, Pochette Love Forever Yellow, Red, Black Vernis, shoulder bag, 2012. In alto, Zippy Wallet LF Yellow, Red Vernis, 2012. A sinistra, Borsa Coin Chain LF Yellow, Red Vernis, 2012. In basso, Borsa Papillon LF Red Vernis, shoulder bag e Borsa LockIn LF Red Vernis, handbag 2012.



Figura 110 - Borsa LockIn LF Yellow Nylon Vernis, handbag, 2012.

Figura 111 - Borsa Clutch Pumpkin LF Yellow, tracolla, 2012.



Figura 112 - Borsa Capucines YK White, handbag, 2023.

Figura 113 - Borsa Neverfull YK Brown, shoulder bag, 2023.

Figura 114 - Marsupio Maxi YK Blue, 2023.



Figura 115 - Borsa OnTheGo YK Light Pink, handbag, 2023.

Figura 116 - Borsa Speedy YK Black, handbag, 2023.

Figura 117 - Borsa Alma YK Dots Black, handbag, 2023.



Figura 118 - Borsa Marellini YK Dots White and Red, shoulder bag, 2023.

Figura 119 - Borsa Petit Sac Plat YK Dots White and Red, handbag, 2023.

Figura 120 - Borsa Capucines YK Dots Red and White, handbag, 2023.





Figura 121 - Borsa Capucines YK Pink, handbag, 2023.

Figura 122 - Pochette Félicie YK Brown Pumpkin, tracolla, 2023.

Figura 123 - Borsa Messenger Trio YK Grey Pumpkin, tracolla, 2023.



Figura 124 - Pochette Métis YK Multicolor Dots Brown, tracolla, 2023.

Figura 125 - Pochette Multi YK Multicolor Dots Brown, shoulder bag, 2023.

Figura 126 - Borsa Nano Noé YK Dots Blue, shoulder bag, 2023.



Figura 127 - Borsone Keepall YK Dots Black, handbag, 2023.

Figura 128 - Borsa Cannes YK Metallic Dots Black, handbag, con sfere metalliche applicate a mano, 2023.

Figura 129 - Borsa Capucines YK Metallic Dots Silver, handbag, con sfere metalliche applicate a mano, 2023.

## CONCLUSIONI

Le numerose e diverse collaborazioni che Louis Vuitton ha attivato con gli artisti, hanno portato aria di freschezza e novità all'azienda, incrementandone il fatturato e allargando il target di riferimento. Tutto ciò è stato possibile grazie alla capacità dei direttori artistici di saper guardare oltre le avversità, di prevedere i cambiamenti socio-culturali, anticipando le esigenze del pubblico e adeguandosi al contesto storico del momento. È noto che, nel corso della storia, Louis Vuitton ha dovuto fronteggiare diverse difficoltà derivate dapprima dalla chiusura forzata dell'azienda dovuta dalle guerre Franco-Prussiane e successivamente dai danni causati dai due conflitti mondiali del ventesimo secolo. Nonostante ciò, è da riconoscere all'azienda la grande forza nel rialzarsi sempre e ricominciare da capo sapendo cogliere quello che il momento storico poteva offrire.

Per riuscire a rendere il proprio operato fruttuoso e interessante c'è sempre bisogno di intuizione e di creatività, e i direttori artistici della Maison che si sono succeduti negli anni hanno dimostrato grandi capacità innovative. La prima collaborazione arriva nel 2001, anno di grandi contraddizioni, di crisi economiche generalizzate, di conflitti culturali ed etnici sfociati nell'attacco alle Torri Gemelle. L'instabilità economica mondiale portò cali di fatturato anche all'azienda francese. La strategia per la ripresa fu quella di saper cogliere i cambiamenti socio culturali portati dalla globalizzazione generalizzata in tutti i

settori e di ampliare il target di riferimento proponendo articoli accessibili ad una platea più ampia di clienti: non più linea classica per utenti di nicchia, ma colori freschi e stili diversi adatti ad un pubblico potenzialmente più giovane.

L'arte da sempre trae ispirazione dalla vita comune, dal quotidiano, dai cambiamenti sociali e dal contesto storico. Ecco perché queste collaborazioni hanno saputo apportare un importante segno alla storia della Maison: la chiave di volta diventa quella di proporre accessori ricchi di novità, mai uguali a loro stessi ma sempre ben identificabili con i tratti distintivi del brand. Le collaborazioni hanno riscontrato un certo interesse anche tra i cultori dell'arte e dunque i prodotti della Maison hanno saputo creare un collante tra il mondo della moda e l'arte in tutte le sue sfaccettature.

È interessante notare come tra le varie collezioni trattate nel secondo capitolo, le più fruttuose e durature siano quelle dei due artisti giapponesi Takashi Murakami e Yayoi Kusama. Questi artisti hanno saputo rendere ancora più popolare e desiderabile l'artigianato di lusso europeo nei paesi del sol levante.

Il mio interesse ora si concentrerà su come l'azienda farà fronte all'attuale crisi economica mondiale causata dalla pandemia di COVID-19 e dalla guerra in Ucraina. La società si sta nuovamente scindendo in due, i grandi ricchi e i grandi poveri. Il potere di acquisto del target consolidato sta mutando e la Maison si troverà ora ad affrontare nuove sfide.

Confido nel potere creativo dell'arte augurandomi di poter contribuire, anche nel mio piccolo, al dialogo tra moda e arte, che mi ha catturata, mi stupisce e mi emozionerà per sempre.

## BIBLIOGRAFIA

- BECCARI PIETRO, *The Book*, Paris, xx, 16, 2023
- BELFANTI CARLO MARCO, *Civiltà della moda*, Bologna, Il Mulino, 2019
- DRAGO MASSIMO, BELLOMO ELENA, *Storia 3*, III, Milano, Alpha Test, 2014
- FINAZZER FLORY MASSIMILIANO, *Yayoi Kusama*, in 24 ORE Motta Cultura (a cura di), *Yayoi Kusama, I want to live forever*, Milano, Motta, 2009
- GOLBIN PAMELA, *Louis Vuitton/Marc Jacobs*, Milano, Rizzoli, 2012
- HOMER KAREN, *Louis Vuitton: La storia della celebre casa di moda*, Milano, Il castello, 2022
- KOONS JEFF, MUTHESIUS ANGELIKA, *Jeff Koons*, Köln, Taschen, 1997
- NICKAS ROBERT, *Yayoi Kusama: esprimere l'infinito*, in in 24 ORE Motta Cultura (a cura di), *Yayoi Kusama, I want to live forever*, Milano, Motta, 2009
- NISHIMURA MORSE ANNE, *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics: A Collaboration with Nobuo Tsuji and the Museum of Fine Arts*, Boston, Boston, Museum of Fine Arts, 2018
- O'BRIEN GLENN, *Prince Richard*, in J. GASPARINA, *Louis Vuitton: Art, Fashion and Architecture*, New York, Rizzoli, 2009
- ROBECCHI MICHELE, *Welcome to Madame Fisscher*, in C. BOURGEOIS, M. ROBECCHI, P. FALGUIERES, *Urs Fischer-Madame Fisscher*, Venezia, Kiito-San, 2012
- THORNTON SARAH, *Seven Days in the Art World*, London, Granta, 2008
- WARHOL ANDY, HACKETT PAT, *POP. Andy Warhol racconta gli anni Sessanta*, Padova, Meridiano Zero, 2008
- WORRINGER WILHELM, *Abstraktion und Einfühlung: ein Beitrag zur Stilpsychologie*, München, Fink, 2007
- ZORLONI ALESSIA, *L'economia dell'arte contemporanea. Mercati, strategie e star system*, Milano, Franco Angeli, 2017

## ARTICOLI

BROOKS ROSETTA, *Survey: Prince of Light or Darkness?*, in R. BROOKS, J. RIAN, L. SANTE, *Richard Prince*, London, Phaidon, 2003

CORNYETZ NINA, *MURAKAMI TAKASHI AND THE HELL OF OTHERS: SEXUAL (IN)DIFFERENCE, THE EYE, AND THE GAZE IN MURAKAMI*, in «Criticism» LIV, 2, 2012

TITTON MONICA, *Andy's Heritage: Collaborations between Fashion, Art, and Louis Vuitton*, in E. BLIMLINGER, A. B. BRAIDT, K. RIGLER, *Aesthetic Politics in Fashion*, Wien, Elke Gaugele, 2014

YANO CHRISTINE, *Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines*, in «The Journal of Asian Studies», LXVIII, 3, 2009

## SITOGRAFIA

AMBROSIO DANIELA, *Non solo moda. Yayoi Kusama e Louis Vuitton, una collaborazione che ha fatto la storia della moda (e dell'arte)*, 2019, <https://www.elle.com/it/magazine/storie-di-donne/a26537522/louis-vuitton-yayoi-kusama-storia-collaborazione/> [accesso 20 settembre 2023]

CASADEI MARTA, *Louis Vuitton e Yayoi Kusama*, 2012, <https://www.vogue.it/sfilate/curiosita/2012/05/louis-vuitton-e-yayoi-kusama> [accesso 20 settembre 2023]

CORRADINI - Patent et Trademark Attorneys, *La "appropriation art" come espressione artistica in deroga al diritto d'autore*, 2022, <https://www.corradini.it/la-appropriation-art-come-espressione-artistica-in-deroga-al-diritto-dautore/> [accesso 26 agosto 2023]

FORNACIARI ANNA, *Yayoi Kusama: vita e opere di un'artista geniale*, 2015, <https://www.travelonart.com/arte-contemporanea/arte-camaleontica-yayoi-kusama/>

GARDE ROBE ITALY, *Le più influenti collaborazioni artistiche di Louis Vuitton*, 2023, <https://www.garderobeitaly.com/collaborazioni-artistiche-di-louis-vuitton/> [accesso 15 agosto 2023 e 19 settembre 2023]

HOLMAN MATTHEW, *Richard Prince, principe dell'appropriazione. Un'intervista all'artista americano, che espone opere su carta al Louisiana Museum of Modern Art*, 2022,

<https://www.ilgiornaledellarte.com/articoli/richard-prince-principe-dell-appropriazione/141130.html> [accesso 1 settembre 2023]

IMPULSE, *Louis Vuitton x Jeff Koons: moda e arte si incontrano nella collezione Masters*,

<https://www.impulsemag.it/fashion/news-fashion/louis-vuitton-jeff-koons/> [accesso 2 settembre 2023]

INSIDEART, *Yayoi Kusama al Whitney museum*, 2012,

<https://insideart.eu/2012/07/12/yayoi-kusama-al-whitney-museum/> [accesso 20 settembre 2023]

LOUIS VUITTON, *L'arte di creare una vetrina di Gaston Louis Vuitton*, 2022,

<https://it.louisvuitton.com/ita-it/articoli/larte-di-creare-una-vetrina-di-gaston-louis-vuitton#:~:text=Nel%201925%20scrisse%20un%20saggio,abilit%C3%A0%20di%20un%20regista%20teatrale%22>, [accesso 10 luglio 2023]

LUSSUOSISSIMO, *Borse Louis Vuitton: la Stephen Sprouse Collection 2009*, 2009

<https://www.lussuosissimo.com/borse-louis-vuitton-stephen-sprouse-collection-2009/> [accesso 21 settembre 2023]

LVMH, *Louis Vuitton lancia la nuova capsule collection in collaborazione con Grace Coddington, ex direttrice creativa di Vogue US*, 2018,

<https://www.lvmh.it/notizie-documenti/notizie/louis-vuitton-unveils-capsule-collection-with-grace-coddington-former-creative-director-of-vogue-us/> [accesso 23 settembre 2023]

PUNTOART, *Cross Contamination Arredamento-Alta Moda: La Tecnica Del Punto Tappeto*, 2018,

<http://www.ricamipuntoart.it/it/blog/2018/06/arredamento-alta-moda-la-tecnica-del-punto-tappeto> [accesso 16 settembre 2023]

REDAZIONE MAM-E *Stephen Sprouse*, 2021,

<https://moda.mam-e.it/sprouse-stephen/> [accesso 16 agosto 2023]

TORRES CAROLINA, *Stephen Sprouse*, 2014,

<http://ensayosuarcarolinatorres.blogspot.com/2013/02/biografia-stephen-sprouse.html> [accesso 16 agosto 2023]

URIST JACOBA, *IL RESTYLING SURREALISTA E PSICHEDELICO DI LOUIS VUITTON A NEW YORK*, 2021,

<https://www.elledecor.com/it/viaggi/a35610109/urs-fischer-louis-vuitton-new-york/> [accesso 14 settembre 2023]



VERNOSE VIENNA, *Revisiting Richard Prince's Nurse Series for Louis Vuitton*, 2020,  
<https://crfashionbook.com/fashion-a32302399-richard-princes-louis-vuitton-marc-jacobs-nurses/> [accesso 1 settembre 2023]

## **VIDEOGRAFIA**

LES FACONS, *LOUIS VUITTON 'MASTERS' COLLECTION BY JEFF KOONS*,  
<https://www.youtube.com/watch?v=kvbNJ4UXZHc> [accesso 2 settembre 2023]

FF CHANNEL, *Louis Vuitton | Spring Summer 2008 Full Show | Exclusive*  
[https://www.youtube.com/watch?v=\\_tFiaWP0vL8&t=33s](https://www.youtube.com/watch?v=_tFiaWP0vL8&t=33s) [accesso 3 settembre 2023]



## RINGRAZIAMENTI

Vorrei ringraziare sentitamente il mio professore Guido Bartorelli per la disponibilità che mi ha concesso, per la professionalità che ha dimostrato e per il supporto dato in questo momento cruciale della mia carriera universitaria.

Ringrazio la mia mami e il mio papi che mi hanno presa per mano e portata fino alla fine.

Vi ringrazio perché mi avete trasmesso coraggio e perseveranza, impegno e dedizione.

Grazie perché mi avete sempre dato tutto senza chiedere mai nulla in cambio.

Ringrazio mio fratello Giachi, l'amico che non ho mai scelto ma che rimarrà per sempre al mio fianco.

Ringrazio i miei nonni Lidia, Nori e Martino che, da lassù, hanno reso possibile tutto questo.

Ringrazio Franci, il mio posto sicuro.

Ti ringrazio perché ogni giorno mi insegni a credere nei miei sogni e perché mi fai volare alta e libera. Grazie perché, insieme a te, torno piccola, senza paura e ansia.

Averti lontano non è mai facile, ma ti sento sempre vicino al cuore. Ti amo.

Ringrazio le mie sorelle Je e Raffa e mio fratello Nello. Solo Dio sa quanto bene vi voglia.

Vi ringrazio perché, senza saperlo, mi avete portata fino a qui. Grazie perché sapete sempre di cosa io abbia bisogno e grazie perché fate di tutto per farmi felice. Infine, grazie perché non siete mai mancati, né nel dolore e né nella gioia.

Ringrazio Anna, Alice, i miei amici, la mia seconda famiglia Aug, la mia parrocchia e tutto il resto della mia famiglia. Grazie perché siete sempre riusciti ad allontanarmi dalle preoccupazioni di questo percorso. Sapere di poter contare sempre su di voi è qualcosa di veramente speciale.

*Alla Lucrezia che ha avuto ansia e paura.*

*Solo a lei, perché l'altra parte è consapevole di avercela fatta.*