

MFfashion il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXXVII n. 188

Direttore ed editore Paolo Panerai - Direttore Stefano Roncati

25.09.25

Fendi color

Arte, moda e artigianato convivono nel cuore della collezione di disegnata da Silvia Venturini Fendi per la maison romana. Che si rivolge a donne «gentili ma forti, con un romanticismo stemperato dal colore e da fiori ironici», ha spiegato la designer. In prima fila star come Naomi Watts e Hilary Duff e l'ad Ramon Ros

Maxi pixel colori si susseguono in una geometria di pieni e vuoti, costruendo l'architettura dello show. L'allestimento porta la firma di Marc Newson e racconta quella commistione tra moda, arte e artigianato su cui Fendi ha voluto accedere riflettendo sulle tradizioni dell'arte italiana contemporanea a Milano. Piccoli tesselli, o pixel appunto, che definiscono il percorso della maison di Lymh, in un racconto intimo, come i corridoi tracciati dalle geometrie nel maxi spazio di via Solaro e «romantico», come lo ha definito Silvia Venturini Fendi, anima creativa della casa di moda. «Volevo una collezione romantica ma non stucchevole e usare tanto il color e, nelle sue varie sfumature. Volevo parlare a donne gentili, morbide ma forti», ha spiegato la designer nel backstage. Quello che si percepisce subito assistendo allo show è un senso di leggerezza, trasmesso dai tessuti impalpabili, dai color block decisi, dalle fiorature che percorrono la pelle rendendola una trama in movimento.

continua a pag. II



**segue da pag. I**

Mentre fiori stilizzati, a volte ironici, conducono subito il pensiero verso la gioia della primavera in arrivo e coulisse tecniche permettono ai capi di essere modulati come i vestitini di un bambino. «Permettono di decidere quanto mostrare, se adottare volumi over o più morbidi», ha proseguito la designer. Così bretelle e lingue colorate profilano i capi, zip dal touch sportivo, realizzate però con cimose di raso rivoluzionano le superfici impalpabili di seta e garza, mentre intarsi di pelle e di pelliccia definiscono i capospalla e le borse di stagione. Margherite sbocciano forando i tessuti o si trasformano in ironici «sunny side flowers» perché applicati su abbigliamento e accessori a mimare un uovo al tegamino come in un ideale cartoon. Maschile e femminile si fondono in un gioco materico che abbraccia organza trasparente, polo in crochet, twin-set in seta a maglia intrecciata e tute tecniche montate con pannelli soft. Un dialogo che si affer-

ma anche grazie a un casting che coinvolge donne e uomini molto diversi. «Siamo tutti ossessionati dalla giovinezza ma volevo mostrare persone che invecchiano in maniera serena», ha concluso Venturini Fendi. «La colonna sonora, creata da **Frédéric Sanchez**, riflette il mio desiderio di dare la parola, virtualmente, alle persone e anche ai modelli. La musica si combina alle voci di personaggi iconici del cinema italiano, tra parlati di **Fellini** con **Anna Magnani**, **Alain Delon** e le canzoni di **Patty Pravo** e **Ornella Vanoni**. Questa è una moda che parla di individualismo».

Giudizio. L'opening del Palazzo milanese è uno show che ribadisce i valori di una maison che vuole tornare a far sentire la sua voce, mettendo l'accento su un saper fare unico, sul legame con l'arte e su un heritage centenario. Gli ingredienti giusti per continuare a brillare e a costruire i prossimi cento anni nel segno della moda ci sono tutti. Non resta che guardare al domani. (riproduzione riservata)

Chiara Bottoni



Quattro proposte Fendi spring-summer 2026

