



I Professionisti della Moda: Silvia Venturini Fendi alla Sapienza



Silvia Venturini Fendi

Il ciclo di seminari intitolato *“I Professionisti della Moda”* inaugurato a dicembre con l’intervento del Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana Mario Boselli, si è concluso il 31 maggio: gli studenti del Corso di Scienze della Moda e del Costume dell’Università degli Studi di Roma *“La Sapienza”* hanno avuto l’opportunità di confrontarsi con il Direttore Creativo di Fendi e Presidente di AltaRoma Silvia Venturini Fendi.

L’incontro è stato introdotto da Alessandro Saggiaro, Presidente dell’Area didattica in Scienze della Moda e del Costume della Sapienza e si è concluso con l’intervento della docente, giornalista e scrittrice Fabiana Giacomotti. Ha presieduto all’incontro Sofia Gnoli, storica della moda e giornalista per testate come *Vogue* e *Il Venerdì* di *Repubblica*, docente presso l’Università romana. L’ultimo libro dell’autrice *“Moda. Dalla nascita della haute couture a oggi”* (edito da Carocci) sta riscuotendo un grande successo è stato presentato il 23 maggio nella spettacolare cornice dell’Orto Botanico capitolino, alla presenza della stessa Venturini Fendi, di Roberto Capucci e di Bonizza Giordani Aragno.

La relatrice d’eccezione ha conquistato l’uditorio e ha risposto a numerose domande degli studenti, il suo intervento è partito dalle origini, l’infanzia e i ricordi legati all’atelier, alla base del legame fra la straordinaria creativa e il mondo della moda. Silvia Venturini Fendi ha praticamente *“respirato moda”* sin dalla nascita e ha capito, da subito, che l’universo del fashion sarebbe stato il suo futuro. Ha saputo conservare il suo posto al timone dell’azienda di famiglia, anche dopo l’acquisizione da parte della holding del lusso Louis Vuitton Moët Hennessy, grazie ad indiscutibili capacità professionali e personali.



Fra gli innumerevoli meriti e primati della maison Fendi va ricordata la capacità di rivoluzionare la concezione classica di un capo glamour come la pelliccia, che è stata reinventata perdendo la sua accezione tradizionale di status symbol. Le sorelle Fendi e Karl Lagerfeld tolsero strati di fodera, iniziarono a mostrare la parte “*meno interessante*”, a tagliuzzare pelli e pellicce, a renderle reversibili e a tingerle. Fendi fu la prima azienda ad applicare i principi della Convenzione di Washington quando questi, non erano stati ancora tradotti in legge. Oggi l’azienda è un brand globale, protagonista assoluto e con tutte le sue linee, del mondo del fashion internazionale.

Fra le geniali invenzioni di Silvia Venturini Fendi è impossibile non ricordare la Baguette, la prima *hit bag*, borsa di culto lanciata nel 1997 che ha letteralmente rivoluzionato il settore della pelletteria. La Baguette è nata “*per una disobbedienza*”, poiché rispose in modo sovversivo alla richiesta di realizzare una borsa minimal, in linea con il gusto degli anni ’90. Silvia Fendi ha ideato, invece, un prodotto unico dotato di un successo planetario e inossidabile, minimal esclusivamente nella forma: un inno alla creatività e all’individualità. La Baguette fu la prima borsa con un nome proprio e una personalità indipendente (fino a quel momento, le borse più note ereditavano il nome di una celebrity o di una diva che le aveva amate e indossate). La Baguette interamente realizzata a mano e in numerose versioni, ha generato una vera e propria febbre; proprio in questi giorni è uscito il volume illustrato “*Fendi Baguette*” edito da Rizzoli e firmato da Silvia Venturini Fendi che celebra i primi 15 anni di questa creazione iconica insignita nel 2000 del Fashion Group International Award per la sezione Accessori.

La stilista ha sottolineato l’importanza della libertà e del coraggio nell’atto della creazione. Ha parlato della Scuola Romana e della specificità del marchio, come elemento fondamentale per costruire un futuro e avere successo in un mercato estremamente



competitivo. La fedeltà nei confronti delle radici, il DNA di un brand, diventano oggi argomenti centrali per l'universo della moda. L'Italia possiede assieme alla Francia, e rispetto ad altri paesi, una tradizione e una storia importantissima ma per utilizzare al meglio questo vantaggio "*bisogna capire che la moda non è semplicemente legata a qualcosa di effimero e all'atto del consumo, ha anche una valenza molto importante a livello culturale*" ha sottolineato Silvia Venturini Fendi che ha accettato la proposta di diventare Presidente di AltaRoma alla luce di queste convinzioni, ha capito l'importanza di "*fare sistema*" credendo profondamente nelle grandi risorse che il nostro paese vanta, non solo nel campo della moda, ma anche del design e dell'arte. La Presidenza del Direttore Creativo di Fendi, alla guida dell'Alta Moda capitolina, ha sempre puntato su una serie di fattori chiave come la valorizzazione del talento dei giovani creativi, la tutela, il rilancio e lo sviluppo della manualità e delle competenze artigianali.

Who is On Next?, concorso per giovani talenti nato nel 2005 e organizzato assieme a Vogue Italia, che prevede ormai una forte sinergia con la Settimana della Moda di Milano e con Pitti Uomo e Bimbo, è divenuto uno dei contest più importanti a livello mondiale per la scoperta e il lancio di nuovi fashion designers. Nell'ambito di AltaRoma l'idea di artigianalità si lega a una fortissima carica innovativa e di sperimentazione creativa. Iniziative come *AI Fair* danno spazio a giovani creativi che propongono i loro pezzi unici e le loro serie limitate. A gennaio è stato inaugurato il progetto *Room Service* che dà la possibilità ai giovani di vendere le loro creazioni "*dal produttore al consumatore*" saltando la catena dei buyers e instaurando un rapporto diretto con la clientela (una logica particolarmente coerente con il rituale classico dell'alta moda); non bisogna dimenticare progetti speciali come *Limited/Unlimited* e le iniziative di *Re-edition*.

Silvia Venturini Fendi stimolata dalle domande e dalle riflessioni di Sofia Gnoli ha quindi



I Professionisti della Moda: Silvia Venturini Fendi alla Sapienza

approfondito alcuni argomenti, dalla nascita della Peekaboo, borsa regina del lusso sussurrato, al rapporto profondo che la lega a Karl Lagerfeld. Il Direttore Creativo per le linee di accessori e la moda maschile di Fendi ha raccontato il legame personale e gli anni di lavoro passati assieme a Kaiser Karl, a sua volta eccezionale Direttore Creativo della moda donna della maison e Direttore Creativo di Chanel. L'inizio del rapporto professionale di Lagerfeld con la griffe romana risale al 1965, dando vita, probabilmente, alla collaborazione più duratura nel mondo della moda fra una maison e un fashion designer. E' emerso il ritratto di un uomo geniale, dotato di un grande temperamento e di un vivace senso dell'umorismo, in possesso di una cultura eccezionale e di un'intelligenza particolarmente acuta. Una personalità fuori dal comune, oltre la perfezione delle sue creazioni, che Silvia Venturini Fendi ha definito fondamentale per la sua formazione, che le ha insegnato a guardare sempre avanti.

Nel corso dell'incontro con gli studenti della Sapienza, sono stati proiettati video relativi a prodotti, sfilate e progetti citati nel dibattito.