



## F JAK FENDI

Losy marki Fendi można porównać do jazdy kolejką górską. Wielokrotnie była na szczycie i święciła tryumfy, ale poznała też gorzki smak porażki. Przetrwiała wszystkie burze i w modzie osiągnęła wszystko. A że wciąż ma apetyt na więcej, wkroczyła do świata wnętrz.

Tekst Anna Chwalińska

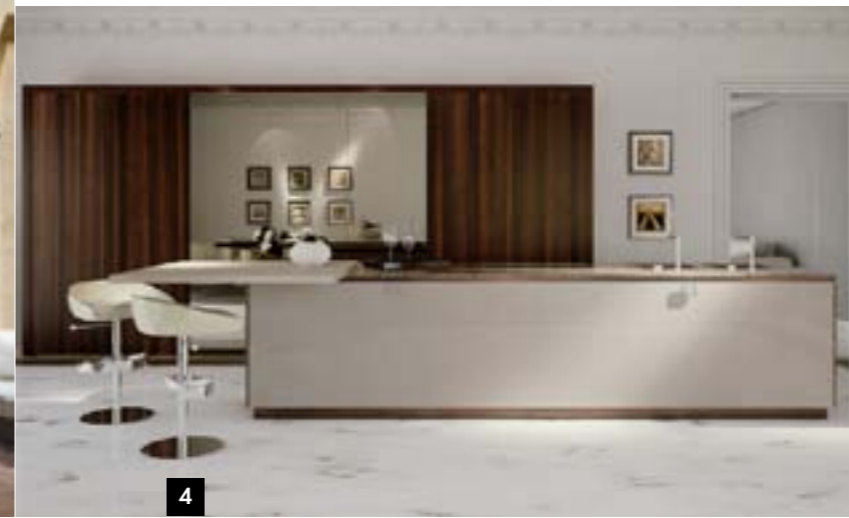
Historia zaczęła się w latach 20. XX w., kiedy Edoardo i Adele Fendi otworzyli w Rzymie sklep z futrami i galanterią skórzaną. Interes rozwijał się znakomicie i z czasem do zespołu dołączyły pięć ich córek, które z determinacją pomagały rozwijać rodzinny biznes. Z inicjatywy jednej z nich w 1965 roku firma zaangażowała młodego paryskiego krawca – Karla Lagerfelda. To okazało się punktem zwrotnym w dziejach firmy. Jako dyrektor kreatywny Lagerfeld postanowił odświeżyć wizerunek nobliwego futra, czyniąc z niego okrycie wierzchnie do codziennego użytku. Zaprezentował też słynne logo z odwróconymi literami F, które do dziś jest synonimem luksusu dla każdej prawdziwej fashion victim.

Połączenie najwyższej klasy włoskiego rzemiosła z wizyjerskimi pomysłami projektanta musiało zaowocować wielkim sukcesem. Naturalną kolejną rzeczą z czasem pojawiły się także kolekcje ubrań i wszelkiego rodzaju dodatków, co otworzyło nowy

rozdział w dziejach marki. W 2000 roku rodzinne przedsiębiorstwo stało się częścią gigantycznego luksusowego koncernu LVMH, ale na czele działu kreatywnego stanęła Silvia Venturini, należąca do trzeciego pokolenia Fendi. To m.in. dzięki jej projektom torebek marka odnotowała kolejny spektakularny triumf. Dobra passa trwa do dziś.

W 1989 r. światło dzienne ujrzał projekt Fendi Casa. Został oparty na współpracy z Club House Italia, powiązanej z konceptem Luxury Living Group, który skupia luksusowe brandy wnętrzarskie związane z branżą modową. Pomysł był prosty – chodziło o wykreowanie spójnej kolekcji mebli i akcesoriów wnętrzarskich do całego domu, domu w stylu Fendi, gdzie włoski szyk i ponadczasowa elegancja

współgrają z akcentami glamour. Wyrafinowana stylistyka i doskonała jakość materiałów, z których powstawały meble, szybko zjednały marce pokąźne grono majątnych i wpływowych klientów. Posypały się zamówienia na kompleksowe wyposażenie



willi, luksusowych hoteli, jachtów, a nawet prywatnych samolotów. Wachlarz możliwości Fendi Casa stale się powiększał. W 2009 roku pojawiła się pierwsza linia outdoorowa, zaś trzy lata później, na mediolańskich targach EuroCucina, odbyła się premiera pierwszej kuchni sygnowanej podwójnym F. Do sukcesu przyczyniła się niewątpliwie również bardzo silna tożsamość firmy. Projekty mebli i dodatków do wnętrz bardzo często nawiązują do kolekcji prêt-à-porter. Wspólnym mianownikiem są na przykład charakterystyczne kolory Fendi, czyli czerń i beż łączone w kratę czy romby lub wplatanie w projekty charakterystycznego logo. Niektóre meble mają linię zbliżoną do słynnych torebek, inne fakturą lub kolorem przypominają kolekcje z wybiegów.

Przystawiając „kropkę nad i” okazały się projekty The Fendi Casa Contemporary Collection (sofy, fotele, sezlongi). Powstały dzięki współpracy z francuskimi architektami Toanem Nguyenem i Thierryem Lemairem. Nowoczesne i luksusowe, zostały zaprojektowane w duchu najnowszych trendów obowiązujących w designie i, oczywiście, zgodnie z koncepcją elegancji Fendi.

1, 2 Wariacje na temat futra. Projekt z kolekcji FW 2014–2015 Fendi i hotel Casa Giulietta. 3 Działanie Palazzu Orsi Mangelli, głównej siedziby Luxury Living Group. 4 Przykład zabudowy kuchennej Fendi Casa. 5 Łóżko Diamante z pikowanym zagłówkiem i komody z kolekcji Canova. 6 Alberto Vignatelli, CEO Luxury Living Group i Jacques Grange, francuski projektant współpracujący z firmą m.in. przy renowacji i nowej aranżacji wnętrz jej siedziby. 7 Sofa Artó, proj. Thierry Lemaire. 8, 10 Krzesło Audrey i stoliki kawowe Constallation – nowości zaprezentowane na tegorocznych targach Salone del Mobile. 9 Jedwabna apaszka ze słynnym logo, które pojawia się również w kolekcjach Fendi Casa.