



I segni della festa. Il Presepe un prodotto Made in Italy.

E' stata una ottima scelta quella operata da **Camille Miceli** direttrice artistica di **Pucci** di tenere la presentazione della collezione P/E 2026 a Palazzo Clerici, nella celebre Galleria degli Arazzi affrescata dal Tiepolo. Si tratta di una delle più sfarzose dimore milanesi che ospita attualmente l'ISPI (Istituto per gli Studi di Politica Internazionale), ma anche manifestazioni di rilievo internazionale che ogni giorno si svolgono nelle sue sale per iniziativa non solo dell'ISPI ma di molte istituzioni e aziende che scelgono di realizzare proprio qui i loro eventi.

La Galleria degli Arazzi fortemente illuminata accoglie con sfarzo il lavoro di Camille Miceli, alla direzione artistica di Pucci dal 2022. Entrando nella sala, è stato istintivo andare a cercare in ogni capo la "memoria" dello stilista fiorentino: il suo stile particolare, i suoi vestiti pratici e comodi, ma sempre eleganti; i suoi tessuti dalle stampe psichedeliche che gli valsero il titolo di **Prince of Prints**, le fantasie geometriche, gli arditi accostamenti di colore, ma anche valutare se c'è la stessa determinazione a sperimentare sui tessuti. Non dimentichiamo -questo aspetto non è sufficientemente osannato come succede ad esempio per le stampe-, che **Emilio Pucci** rivoluzionò il settore dell'abbigliamento, mosso dal desiderio di concedere alla donna una leggerezza nei movimenti senza precedenti. E' lui che sperimenta per la prima volta la potenzialità e la libertà di movimento dei tessuti stretch; crea con aziende tessili, velluti artificiali e sintetici per pantaloni sportivi; il *wally pliss*; il jersey in organzino di seta; il *emilioform* un tessuto elastico composto di helanca e shantung.

Guardiamo ora la collezione presentata a Milano a settembre 2025.

Ci è parso di capire, attraverso una visione del sito ufficiale, che Camille Miceli preferisce non legare il suo lavoro, le collezioni, ad epoche definite. La collezione P/E 2026 era già



I segni della festa. Il Presepe un prodotto Made in Italy.

stata presentato a Portofino nell'aprile di questo anno, quando forse ci saremmo aspettati un A/I 2025-26. Tra i capi presenti a Palazzo Clerici non si riscontrano ripetizioni rispetto a quella sfilata di Portofino, se non nell'utilizzo delle stampa "Marmo", motivo conduttore della collezione di Portofino.

"Passepartout" è il titolo della presentazione di Milano e sintetizza bene l'intento della stilista: mostrare capi non legati necessariamente alla primavera estate, ma anche per altre stagioni e innanzitutto "trasmettere l'impressione che indossare Pucci apra porte, la sensazione che tutto sia possibile". E quindi troviamo da abiti trasparenti in chiffon brillante, jacquard invernali in diversi filati e maglie stampati, abiti in jersey; un completo di velluto sartoriale aderente al corpo con un motivo di stampa ad orchidee; i tailleur neri con gonna profilati con nastri stampati o pantaloni, molto femminili.

E' la stessa stilista a dichiarare che il suo lavoro si è concentrato sulle stampe iconiche della maison, rielaborate e mescolate in modo più personale; ma anche reinventate in nuove proporzioni e dimensioni: un lavoro portato sui colori e sulle forme, ma nel rispetto dei disegni originali. Riconosciamo **Labirinto** dalle forme irregolari che assomigliano a macchie di leopardo in uno schema di colore nero, beige e oro; **Istrice** che alterna linee arrotondate e frastagliate nei toni del fucsia, del rosso e del viola; **Collane** propone un gioco geometrico verticale di cerchi e rombi; **Volute** ha un effetto allungato, tanto slanciato quanto suggestivo; **Astro** con la sua grafica a spirale, era tra le stampe preferite di Emilio Pucci per i caftani; **Hawaii** esplode come un simbolo solare su sfondo unito monocromatico.

Richiamano l'attenzione i due abiti **Iride**, corto al ginocchio e lungo alla caviglia in jersey lurex lucido che **Naomi Campbell** indossa nella campagna pubblicitaria scattata da **Oliver Hadlee Pearch**.

La paletta dei colori si muove da tonalità calde e intense nero e oro, verso nuances di grigio, nero, rosa pallido e viola, per approdare al turchese e blu. La collezione porta in scena



I segni della festa. Il Presepe un prodotto Made in Italy.

anche le scarpe e le borse. I contrasti di opaco e lucido richiamano l'attenzione sulle borse Marmo, baguette e hobo cioè dalla sua forma a mezzaluna, realizzata con materiali morbidi e flessibili; le piccole borse day-to-night a forma di bracciale vengono proposte in nylon.

Gli stivali alti sono oltre il ginocchio, i tacchi squadrati, catene adornano il piede. I gioielli sono catene intrecciate; creazioni che ricordano un corvo ricurvo, come quella che indossa Naomi Campbell nella campagna pubblicitaria. Fiori di pelle fatti a mano sono proposti come spille e ciondoli per borse e cinture in rilievo. Gli iconici foulard spaziano dai classici quadrati di seta a quelli sottili e impreziositi da catene d'oro.



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani



Pucci MFW 09/2025 ph Simona Como Bersani