

Moda in televisione

CLASS TV MODA

Il Centro di produzione fashion-video dalla nascita ai giorni nostri

Nataliia Pavlova

La moda non è qualcosa che esiste soltanto nei vestiti,
la moda è nel cielo, nelle strade,
ha a che fare con le idee, con il nostro modo di vivere,
con ciò che sta
accadendo.

Coco Chanel

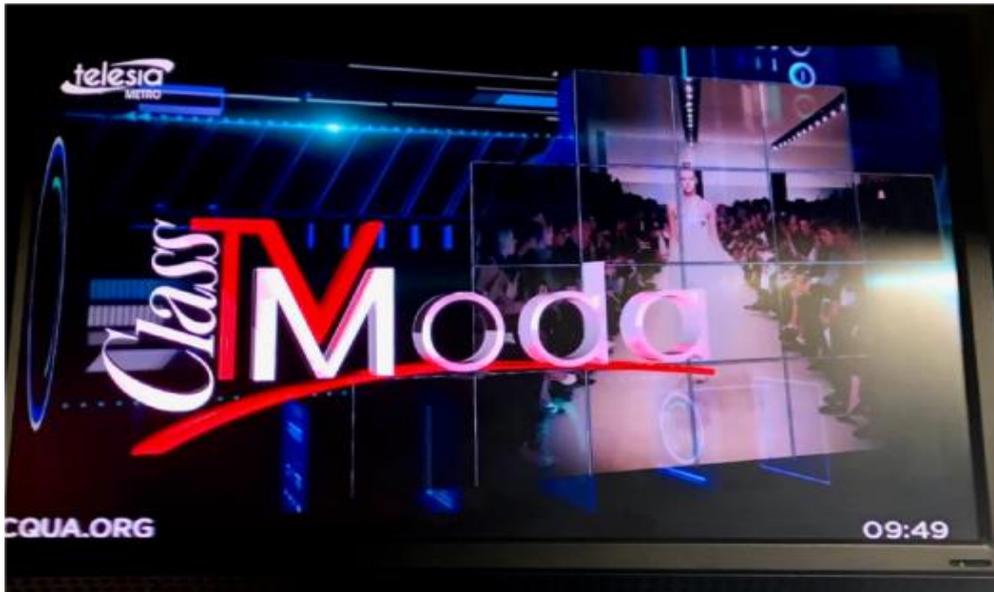
Come spiegare all'uomo comune che gli abiti alla moda e lo stile di ogni individuo sono importanti quanto un potente computer o uno smartphone di ultima generazione?

Il compito non è facile. La maggior parte delle persone si veste con abiti comodi, ma anonimi, senza rendersi conto dell'importanza di indossare vestiti che gli danno autorevolezza agli occhi degli altri. Nel corso degli anni gli stilisti, coadiuvati dai fotografi, hanno cercato di trasmettere questa idea sulle riviste di moda, e col supporto di registi e sceneggiatori attraverso le trame dei film. La TV si è rivelata più convincente. Infatti la moda è entrata nella vita quotidiana attraverso la TV: le immagini di nuovi disegni e modelli apparsi sul piccolo schermo rimangono nella memoria. La televisione è diventata uno strumento strategico per divulgare le tendenze della moda.

Che cosa unisce questi due mondi paralleli? La capacità di essere popolare e di massa. La televisione diventa

così un ponte tra i produttori di moda ed i consumatori.

Dove è possibile guardare le sfilate, seguire il backstage, il processo di lavoro sulle collezioni, le interviste agli stilisti? Per tutto questo esiste un canale televisivo italiano che unisce moda, lusso e intrattenimento. Si chiama "Class TV Moda".



Class TVModa, 2019

Photo credit: Nataliia Pavlova

La storia

Per capire che cosa rappresenti questo canale televisivo dobbiamo raccontarne la storia. Class TV Moda è l'emittente dedicata alla moda di Class Editori, casa editrice *leader* nell'informazione finanziaria, della moda, del lusso e del *lifestyle*, fondata nel 1986 da Paolo Panerai con la rivista "Class".

Fino al 1993 la casa editrice si è occupata di carta stampata con le testate "Global Finance", il quotidiano "Mf", "Italia oggi". Nel 2000 Class Editori è entrata nel mondo del piccolo schermo con e-Class e Cnbc diventata nel 2005 Class Cnbc. Nel 2010 ha iniziato a pubblicare "MF Fashion" in cinese, russo ed inglese. Nel 2010 Class Editori ha acquistato il 51% di Tv Moda dai fondatori Giovanni Muciaccia e Giovanna Coletti. Si tratta della società di produzione televisiva edita, dal 2005, dall'omonima rete trasmessa al canale numero 812 di Sky, dedicato appunto specificatamente al mondo della moda italiana, ma finalizzato anche a produrre contenuti per altri *network* televisivi e a organizzare eventi come l'*International Fashion Show*.

Nel 2017 Giglio Group ha acquisito il 50% di Class Tv Moda Holding con lo scopo di contribuire alla distribuzione internazionale dei contenuti di Class TV Moda, con particolare attenzione a Stati Uniti, Cina, Medio Oriente e Nord Europa. Class TV Moda, con quest'accordo, ha ampliato la propria presenza mondiale, aumentando l'audience e rafforzando la leadership nel mercato. Class

Editori è diventato un gruppo multimediale che diffonde informazione attraverso tutti i mezzi di comunicazione. Oggi il gruppo è variatamente composto da quotidiani e periodici (“Milano Finanza”, “Italia Oggi”, “Class”, “Gentleman”, “Luna”), dalla tv digitale e interattiva (Cnbc, ClassNews e ClassLife), dal web (Mf Trading, Milanofinanza.it), dalla radio (Radio Classica, Circuito Milano Finanza-Classica), dalle agenzie di stampa (Pmf e Mf-DowJones), dalla video informazione (Telesia Sistemi) e dal satellite (Mf Sat). Il gruppo milanese è quotato in Borsa dal 1998.

Class Tv oggi

Oggi Class Tv Moda trasmette sul canale 180 di SKY Italia, con una programmazione 24 ore su 24,



Class TVModa, 2019

Photo credit: Nataliia Pavlova

ricca di eventi internazionali, sfilate e interviste ai grandi protagonisti della moda e agli ospiti vip delle sfilate. Visibile in oltre 40 Paesi nel mondo, il canale è un centro di produzione di tutti i video di moda, anche quelli istituzionali richiesti dalle maison. Crea e organizza eventi, quali le sfilate nelle principali città italiane e internazionali, forte anche delle esperienze acquisite negli ultimi quindici anni a Miami, in Piazza San Marco a Venezia, alla Scala a Milano e molte altre.

Class TV Moda è posizionato come un canale di intrattenimento luminoso, elegante, dinamico che al meglio soddisfa gli interessi del target di riferimento. I suoi destinatari di riferimento sono professionisti con un livello medio di reddito se non superiore alla media. La maggior parte del *target* di riferimento è femminile, con un'età media fra i 35-45 anni (69%) con uno status sociale o medio (61%) o alto (29%), e con un titolo di istruzione di grado superiore (51%).

Direttore artistico: Gianni Muciaccia
Distribuzione: satellite pay-satellite free
Canale: SKY 180

Class Tv Moda è presente su Facebook, è in streaming su www.mffashion.com

Il contenuto del canale TV è costituito da notizie recenti del settore, relazioni di sfilate, rassegne delle principali tendenze della stagione, filmati esclusivi, nuove collezioni di brand famosi,

reportage di eventi legati alla vita di designer e modelli, campagne pubblicitarie, collaborazioni fra marchi di moda. Alcuni dei programmi più seguiti sono *Fashion show* dedicato alle sfilate internazionali con l'opzione di scegliere la località come Milano, Parigi, NY, e di selezionare o *Uomo* o *Donna*; il programma *Backstageed eventi* incentrato sul dietro le quinte e su quanto accade sotto i riflettori della fashion community; infine *Style and celebrities* con interviste, gossip, inchieste e dibattiti su fashion trend e lifestyle.

Avendo la moda una grande platea di spettatori, di conseguenza i programmi trasmessi dal canale sono rivolti a un pubblico specifico e dovrebbero soddisfare i loro gusti e le loro esigenze. Proviamo a guardare più nel dettaglio i programmi principali. *Breakout* offre un palinsesto che copre tutte le notizie e gli eventi della moda.

Ci sono altresì programmi di intrattenimento, *reality show*. Per il pubblico curioso di conoscere l'aspetto più umano di modelle e modelli, il programma giusto è *Milano Models*, curato da Manuela Donghi. Grazie al programma si scopre come scorre la giornata di una modella e come vive in un'agenzia di moda, tra sfilate e preparazioni.

“Reality show” è un genere televisivo basato sulla rappresentazione della realtà, ovvero situazioni di vita reale, non sceneggiate.

L'esempio più famoso è il Grande Fratello, la cui versione italiana, trasmessa per la prima volta nel 2000, deriva da un format originale olandese e in cui le telecamere riprendono 24 ore al giorno la vita quotidiana di un gruppo di persone dentro una casa.

Le telecamere di Class TV Moda seguono modelle e modelli durante *casting*, lavori, contatti con i clienti. I protagonisti raccontano i loro sogni, le loro aspettative, ma anche le delusioni in un mondo certamente non facile.

Anche il programma *Fashion Dream* merita attenzione. Primo *reality show* italiano dedicato al *fashion design*, nato dalla collaborazione di Class TV Moda, IntimaModa e l'Accademia del lusso. È un'occasione per giovani designer di cimentarsi con il loro talento per esprimerlo e valorizzarlo.

Ci sono i canali TV che dettano la moda nel senso più letterale del termine. Negli ultimi anni la televisione è diventata sempre più *fashion* cercando non solo di dare risalto ai *look*. ma di entrare in laboratori, boutique, atelier, grandi magazzini, *fashion show*.

Guardando il canale Class TV Moda si ha l'opportunità di sapere quanto succede dietro le quinte di passerelle di tutto il mondo, le storie della vita dei famosi *top model's*, di visitare i set fotografici con le stelle dello spettacolo, di conoscere i pareri esperti di professionisti del settore.