

Storia della sfilata di moda

A ritmo di moda

I cambiamenti che hanno fatto la sfilata, dalle Poupées de mode al digital show ai tempi del Covid.

Alice Carminati

La pandemia di Coronavirus e la conseguente digitalizzazione hanno portato a riflettere chiunque faccia parte e si approcci al settore della moda. È stato come se i meccanismi di produzione, e le complesse dinamiche di comunicazione di questo mondo, fossero stati messi sotto i riflettori per la prima volta, inquadrandone logiche e significati da una prospettiva diversa.

Ma perché l'introduzione delle sfilate digitali ha fatto così scalpore tra il pubblico della moda?

La percezione di un cambiamento originale sempre da un fenomeno di rottura con la tradizione precedente. Un evento che, nel suo improvviso cambio di paradigma, rende percepibile ciò che fino ad allora è sempre stato

dato per scontato, perché vissuto nella sua graduale evoluzione.

La settimana della moda milanese di settembre 2020 è stato il primo evento nella storia della moda ad essere denominato 'Phygital', termine nato dall'intersezione tra fisico e digitale.

Lo streaming online e il digitale sono passati dall'essere scelta a necessità, inducendo ogni addetto ai lavori a reinterpretare la moda con un maggior senso di responsabilità nei confronti di valori etici e sociali. Per molti è come se fosse mancato un tassello che li orientasse e facesse da ponte, tra chi aveva già intuito l'importanza della digitalizzazione e chi, invece finora, ne aveva solo sentito parlare.

Nel 2020 la sfilata si è presentata quasi completamente "digitale", e la trasmissione in live streaming degli eventi, finora prerogativa dei più innovativi, è diventata denominatore comune.

Dalle bambole francesi che giravano l'Europa per mostrare le ultime novità, allo scialle sulle spalle della commessa di Worth, alle sfilate nelle sale da ballo fino agli spettacoli teatrali in location spettacolari: sono tanti i cambiamenti che, dal XIX secolo, hanno scandito il ritmo e la storia della sfilata di moda.

I cambiamenti introdotti per fronteggiare il Coronavirus sono stati improvvisi, generando un momento di rottura nella graduale



French Fashion- Credits: Flickr.com

evoluzione che ha sempre interessato questi eventi. Interrogarsi su come in passato questi cambiamenti abbiano colto di volta in volta il sistema della moda può aiutare nell'adattamento alle collezioni in digitale.

Ma andiamo con ordine. Quali sono stati i grandi passi evolutivi delle sfilate? I momenti percepiti come innovazione rispetto alla tradizione precedente?

Agli albori del moderno fashion system, la promozione delle ultime novità era affidata alle Poupées de mode, bambole in legno adornate secondo la moda parigina del momento, messe in circolazione affinché approdassero in ogni corte europea per diffondere il gusto francese. Queste bambole, vestite nei minimi dettagli, con precisione e accuratezza sartoriale, erano un prototipo di moda pronto ad ispirare i couturier di Londra, Costantinopoli e San Pietroburgo. Questo sistema, limitato dai costi e dalla fragilità dei materiali, venne poi sostituito da stampe e figurini in grado di raggiungere un pubblico più ampio.

La grande novità che sconvolse i tempi arrivò da Charles Frederick Worth, couturier britannico dal cuore francese, che per la prima volta si servì di una modella per permettere alle sue clienti di apprezzare appieno i vestiti a cui erano interessate. All'interno dell'Atelier in cui lavorava, Worth fece indossare uno dei suoi scialli a una commessa e la fece camminare davanti a una cliente, permettendole di visionare l'articolo di suo interesse da ogni angolatura.

Intuita la potenzialità della figura umana nella promozione della moda, i couturier iniziarono a proporre i propri abiti durante i più noti eventi pubblici, facendoli indossare alle donne che allora erano considerate capaci di influenzare il gusto popolare. Le corse di cavalli, come la Longchamp Racecourse del 1857, furono una prima occasione di socialità che permetteva agli stilisti di vestire le ricche frequentatrici e farsi strada in questo settore di crescente importanza.

Da questi esperimenti, verso fine ottocento la

sfilata inizia a concretizzarsi come un modo per promuovere gli abiti realizzati dalle prime maison.

Questi eventi erano totalmente diversi dalla contemporanea idea di fashion show, si trattava infatti di feste private organizzate individualmente nelle ville private degli stilisti,



Elsa Schiaparelli, 1930s - Credits: Flickr.com

senza fotografi e riservati ad una ristretta élite aristocratica.

Maestro di questi eventi fu Paul Poiret, couturier francese solito organizzare maestosi balli dai temi legati alle sue collezioni. L'esempio più clamoroso fu quello della Fête de la Mille et Duxième Nuit del 1911 (La festa della Milleduesima notte), evento in cui ogni minimo dettaglio fu orchestrato per trasmettere l'immaginario orientale, tanto amato dal couturier.

A parte l'eccezione di Poiret, le fashion parades erano riservate a pochi intimi e organizzate all'interno delle boutique, con il solo scopo di presentare le ultime collezioni e incentivare la clientela all'acquisto. Nei primi anni venti del novecento questi eventi furo-

no il trionfo di Gabrielle Chanel, Madeleine Vionnet e Elsa Schiaparelli, le quali aprirono le porte del proprio mondo alla ristretta clientela in modo del tutto informale.

Il cambiamento che sconvolse la concezione di allora fu la crescente fastosità che nel giro di pochi anni avrebbero portato l'evento di moda dalla semplicità all'onnipresenza mediatica. Da quel momento la sfilata iniziò ad uscire dagli spazi privati per appropriarsi dei più iconici luoghi pubblici, oltre ad essere organizzata in modo memorabile affinché la stampa internazionale ne parlasse, creando un clima di attesa e desiderio per le collezioni. In Europa furono Elsa Schiaparelli e Christian Dior a introdurre questo concetto di sfilata gestita al pari di uno spettacolo teatrale.

Nel 1938, in occasione della presentazione della sua collezione ispirata al circo, Schiaparelli coinvolse tutta la maison in uno spettacolo che vedeva acrobati e pagliacci animare la sfilata dei suoi abiti, organizzata come una parata circense. Per quanto riguarda Dior, in occasione della presentazione del New Look nel 1947, il suo evento segnò un momento di rottura con le restrizioni di guerra, e vide per la prima volta un'organizzazione programmata e studiata nei minimi dettagli. Dalla comunicazione, alla regia e alle prime attività di PR, tutto fu progettato per creare suspense e rimanere nella memoria del grande pubblico.

Anche l'ammissione di stampa e giornalisti agli eventi di moda non è una cosa così scontata nella storia della sfilata.

Nei primi anni venti, le sfilate di moda erano riservate solo a clienti selezionati e buyer espressamente interessati, mentre gli occhi indiscreti di fotografi e giornalisti erano allontanati in ogni modo. A partire dalla sfilata di Jean Patou del 1923, la stampa fu ammessa per la prima volta,

Dopo la guerra, per ovviare alla crisi economica e ai costi, l'industria della moda Francese si mise a mostrare miniature dei propri design su manichini di legno alti 70 cm, realizzando una sfilata conosciuta come **Le Petit Théâtre de la Mode**

Nel 1958, con la **fondazione di Camera Nazionale della moda Italiana**, l'epicentro della moda si sposta a Milano, dando vita alla celeberrima settimana della moda milanese

mentre i fotografi continuarono ad essere esclusi in quanto considerati spie incaricate di rubare idee dalle presentazioni. In queste circostanze erano ammessi disegnatori professionisti che, posizionati in prima fila, cercavano di abbozzare disegni il più possibi-

le simili agli abiti in mostra. Il reportage fotografico di moda, bandito per lasciare un velo di mistero, fu introdotto nel 1956 da Gaby Aghion di Chloé, quando invitò dei fotografi per immortalare i suoi abiti in un Café parigino non lontano dai salotti privati.

Altro passo verso l'istituzionalizzazione della sfilata fu la concentrazione dei singoli eventi nello stesso luogo e in periodi stabiliti. Prima dell'introduzione di un calendario della moda, le sfilate erano un affare privato di pertinenza delle singole maison, senza enti di riferimento e un'organizzazione collettiva del settore.

Risposte diverse arrivarono dai diversi paesi, a partire dalla "Press Week" Newyorkese organizzata dalla publicista di moda Eleanor Lambert nel 1943. Una settimana dedicata al reportage della moda statunitense, sia per sopperire all'impossibilità di recarsi in Francia durante la guerra, sia per spostare l'attenzione sulla produzione americana, che avrebbe portato alla nascita della New York Fashion Week.

Per la situazione italiana una prima organizzazione risale al 1951, quando Giovanni Battista Giorgini decise di dare spazio ai designer italiani in una sfilata presso la sua residenza privata di Firenze.

A Parigi l'istituzionalizzazione della pas-

serella avviene nel 1973 con lo stabilirsi di due sfilate l'anno, mentre la London Fashion Week viene promossa dal British Fashion Council nel 1984 presso il parco del Commonwealth Institute.

A partire dagli anni '70, l'introduzione del ready-to-wear e delle seconde linee conferisce ulteriore spettacolarità alle sfilate, le quali si ritrovano ad affascinare un pubblico nuovo, ampio

La prima sfilata che nel 1973 ebbe luogo a Parigi è ricordata come la **“Battaglia di Versailles”**. In questa occasione, 5 stilisti francesi si opposero a colpi di stile a 5 stilisti americani, optando per le soluzioni più audaci per imporsi nel panorama della moda internazionale

e differenziato. Con il sopravvento della cultura giovanile, a partire dagli anni '60 la moda inizia a farsi portatrice di valori e ideali nuovi, legati agli stili di vita e alle subculture giovanili. Sono i tempi di Mary Quant, con un modo di vestire rivoluzionario, indipendente e modernista, e Vivienne Westwood, che con la sfilata del 1980 porta in scena una cultura giovane e ribelle, ben lontana da quella



Diane von Fürstenberg Spring-Summer 2014 - Credits: Wikipedia Commons

di un salotto Chanel. I casting iniziano ad includere anche modelli di ogni età, genere e colore della pelle, tanto che la sfilata della Westwood verrà definita “bizzarra come il video di una rockstar”.

A questo punto le sfilate prendono parte all'evoluzione insita nella moda e iniziano a seguire ogni innovazione culturale e tecnologica per generare stupore e visibilità. La moda diventa sempre più internazionale, competitiva e alla ricerca dei modi più insoliti per differenziarsi e fare notizia.

Cambia l'obiettivo alla base della sfilata di moda come strumento di comunicazione: più che generare vendite si cerca di catturare l'attenzione di ogni media per far parlare di sé e delle proprie collezioni.

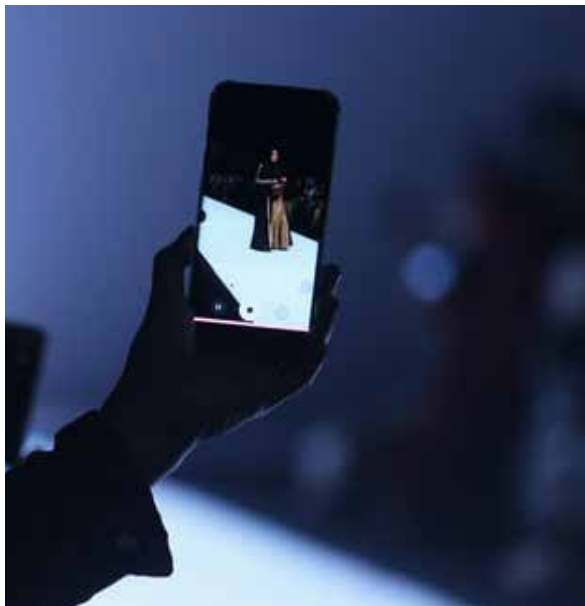
In questo contesto di spettacolarità assoluta inizia a farsi la strada la figura del modello professionale.

In particolare, le modelle calcano la strada delle dive del cinema e della musica acquisendo enorme popolarità e trasferendola di conseguenza ai marchi per cui sfi-

lano. L'evento Versace per l'autunno-inverno 1991, con la presenza di Naomi Campbell, Cindy Crawford, Christy Turlington e Linda Evangelista, rappresentò l'inizio di una nuova era: tra top model e confini sempre più ibridi tra moda, cinema, arte e musica.

L'inizio del nuovo millennio è scandito da eventi sempre più spettacolari, in luoghi insoliti e orientati all'innovazione. Fendi crea una passerella di 80 metri sulla muraglia cinese, Valentino illumina per tre giorni il Colosseo a Roma, Armani sfila all'aeroporto di Linate, Ermenegildo Zegna si appropria della stazione centrale di Milano. Ogni aspetto è opportunamente calcolato per farsi notare, ricordare e diventare virale su internet. Nel 2011 Burberry trasmette per la prima volta una sfilata in streaming globale, raggiungendo più di cento milioni di utenti grazie alla forza della rete.

L'assenza di confini in rete ha sconvolto le tradizioni della sfilata di moda. Gli eventi hanno iniziato ad essere studiati e generati appositamente per diffondersi sul web e sui social media, sono "Instagram designed" per favorire la condivisione e le conversazioni su quella



"Capturing the Models" - Credits: Unsplash.com

che è diventata la piattaforma social della moda per eccellenza. Questo cambio di prospettiva ha invaso anche aspetti logistici della sfilata, quali gli inviti e la gestione delle postazioni.

La stampa, i blogger e le celebrity vengono posti in prima fila per fare reportage e amplificare la vita del contenuto, lo stile e la community che si sviluppa attorno al brand, di conseguenza sedersi alle sfilate è diventato uno status symbol sempre più ambito.

Questi sono stati i maggiori cambiamenti



Dior front row - Credits: pixabay.com

che hanno reso la sfilata l'evento più iconico e atteso dal mondo della moda, almeno prima della pandemia.

Il coronavirus, nel giro di pochi mesi, ha cambiato improvvisamente i codici del mondo della moda, costringendo chiunque a reinventarsi e a pensare fuori dagli schemi. Le sfilate hanno iniziato a svolgersi a porte chiuse, in diretta streaming o perfino in prima serata televisiva come per Giorgio Armani, secondo un calendario privo di certezze.

La maggior parte dei brand non ha potuto fare a meno di adattarsi, mentre alcuni hanno deciso di prendersi più tempo per riflettere sul significato della moda.

La settimana della moda milanese di settembre 2020 comprendeva 159 appuntamenti, di cui solo 23 sfilate hanno messo in scena un evento fisico aperto a un pubblico selezionato.

Ma non ci sono solo aspetti negativi: la chiusura delle sfilate ha aperto la strada alla democratizzazione. La moda si è esposta ad un pubblico più ampio, coinvolgendo milioni di persone che prima potevano solo sognare la partecipazione ad una sfilata nel suo svolgersi.

Nonostante i tempi di adattamento quasi inesistenti, la sfilata "Phygital" è diventata il fulcro di nuovi valori e opportunità, spesso legati a temi come l'inclusione e la sostenibilità.

La moda può guidare un cambiamento che non si limita alla struttura del suo sistema, ma grazie al suo potenziale comunicativo può farsi portatrice di valori sociali, etici e positivi. Nonostante le difficoltà, forse il digitale è proprio il punto di partenza per ricostruire la moda, in una versione più autentica e ricca di significato.

Per saperne di più:

Enrica Morini, **Storia della moda XVII-I-XXI secolo**, 2017

theguardian.com - **The view from the front row: a history of the fashion show** – photo essay

thefashionatlas.com - **Evoluzione della sfilata di moda: le 10+1 più interessanti**
vanityfair.it - **Sfilate: come sono, come erano**

vogue.it - **La storia delle sfilate di moda per immagini**

vogue.it - **Breve storia della Paris Fashion Week**

style.corriere.it - **La moda comunica in digitale reclamando la fisicità**

style.corriere.it - **Cambiare la moda. Prima puntata: sfilate e fashion week**