



## **VICTORIA'S SECRET:**

**Il difficile volo degli  
angeli verso la diversità**

Non è un mistero che Victoria's Secret, celebre marchio statunitense di lingerie fondato nel 1977 da Roy Raymond, ha dominato per decenni la scena della moda, diventando un colosso globale capace di influenzare immaginari, tendenze e standard estetici.

Nasce come un'umile compagnia di biancheria intima, pensata per rendere più comodo l'acquisto di lingerie da parte degli uomini come dono alle proprie mogli, evitando così l'imbarazzante rito dell'acquisto al centro commerciale e il confronto con le commesse.

Il brand si è rapidamente trasformato in un impero commerciale negli anni '80 e '90, promuovendo un ideale di femminilità glamour, sensuale e apparentemente irraggiungibile. Nonostante la sua longevità, Victoria's Secret rimane ancora oggi uno dei marchi più riconoscibili al mondo, ma anche uno dei più controversi.



Immagine IA di un tipico capo VS

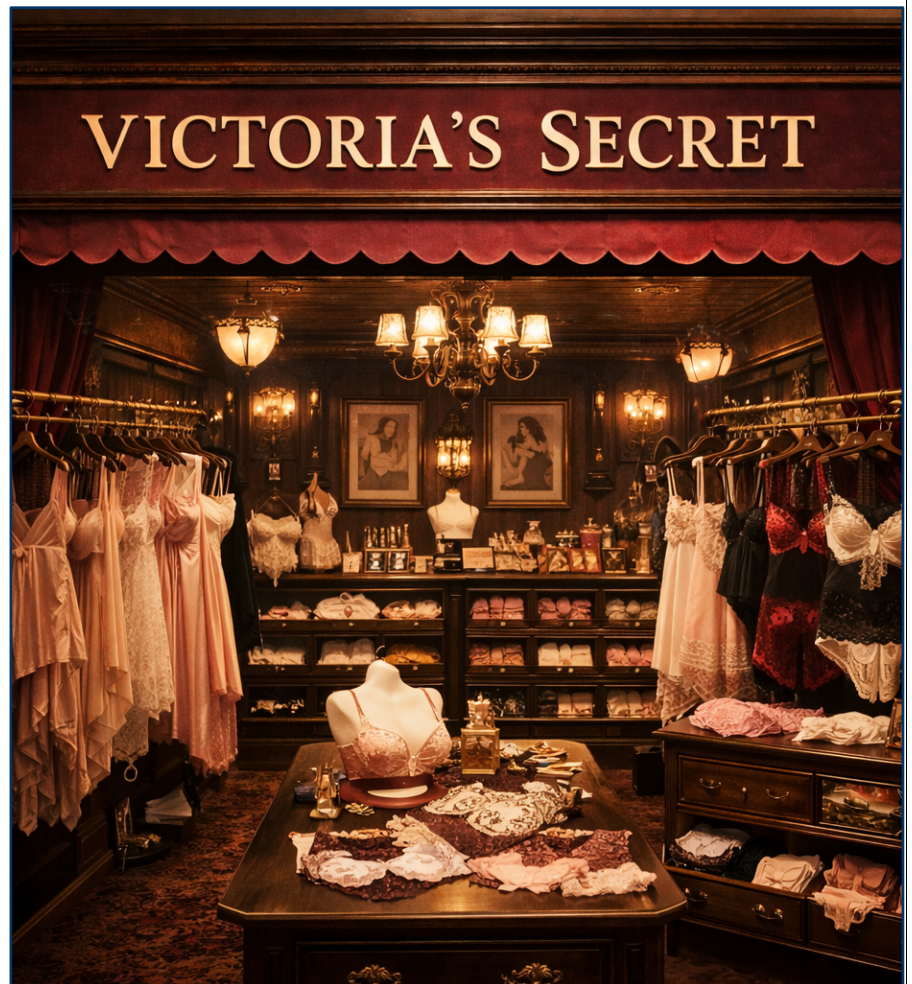


Immagine generata artificialmente del negozio di Victoria's Secret

Dal 1995 il Victoria's Secret Fashion Show è stato il cuore pulsante del marchio. Non una semplice sfilata, ma un vero e proprio spettacolo mediatico che univa moda, musica dal vivo, cultura pop e scenografie monumentali. Parte dello spettacolo sono infatti popstar di fama mondiale, che accompagnano la sfilata delle modelle esibendosi e cantando le proprie canzoni.

Le modelle, ribattezzate "angeli", sfilano con ali gigantesche e lingerie di lusso, incarnando un ideale di perfezione fisica: corpi longilinei e con proporzioni estremamente selezionate. Il Fashion Show, trasmesso in televisione e seguito da milioni di spettatori, contribuiva a consolidare un immaginario estetico che ha segnato un'intera generazione.

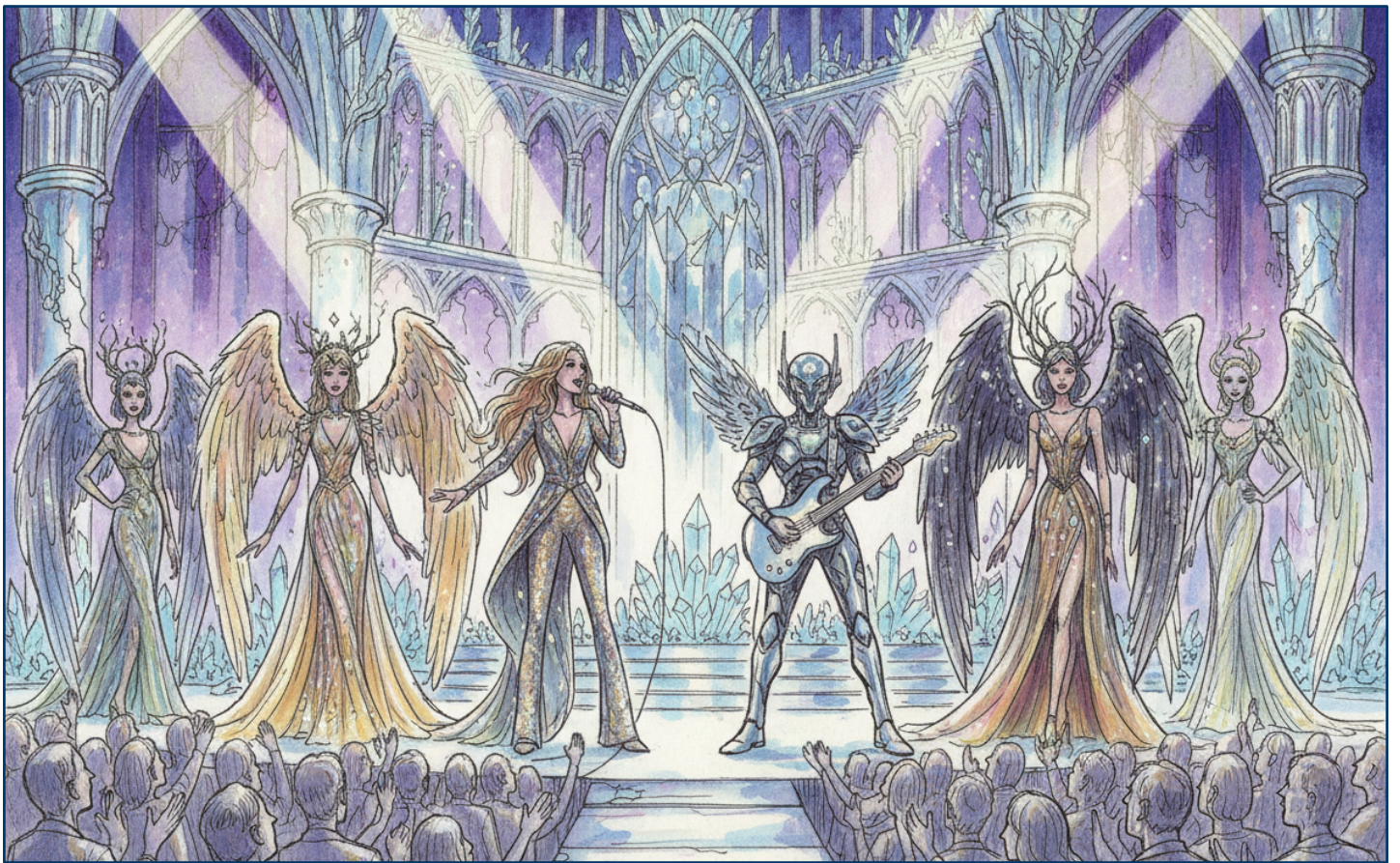


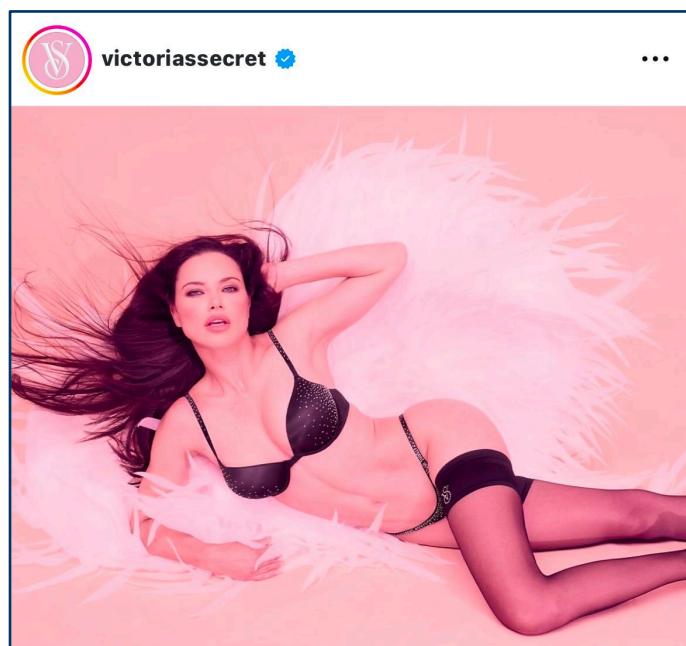
Immagine generata artificialmente del Victoria's Secret Fashion Show

Per anni il brand ha costruito la propria identità sull'uso di queste modelle, che rappresentavano un unico "ideale di bellezza", lasciando poco spazio all'inclusività, in cui la bellezza e la sensualità coincidevano con un corpo magro, giovane e conforme a standard molto rigidi. Per questo motivo, il nome del marchio è rimasto al centro di accesi dibattiti sulla rappresentazione dei corpi femminili, soprattutto a partire dagli anni 2010, quando il discorso pubblico sulla body positivity e sulla diversità ha iniziato a farsi più forte e più consapevole.

La mancanza di diversità non era solo un limite estetico, ma un vero e proprio problema culturale. Molte donne si sono sentite escluse da quell'immaginario, percependo il brand come distante dalla realtà dei corpi e dalle esperienze quotidiane. Le critiche non provenivano solo dal pubblico, ma anche da modelle e professioniste del settore, che denunciavano pressioni estreme, diete drastiche e un'idea di perfezione fisica sempre più insostenibile.



La modella Anok Yai per il VSFS del 2025.  
Post Instagram @victoriasecret



La modella Adriana Lima per il VSFS del 2025.  
Post Instagram @victoriasecret

Nel 2019, nel tentativo di avvicinarsi alle richieste del pubblico e di mostrarsi più aperto all'inclusività, Victoria's Secret ha ingaggiato Ali Tate Cutler, una modella di taglia 46. È stato un gesto simbolico, accolto con curiosità ma anche con scetticismo: molti osservatori lo hanno interpretato come un tentativo superficiale di cavalcare la retorica della "body positivity" senza mettere realmente in discussione l'estetica dominante del brand.

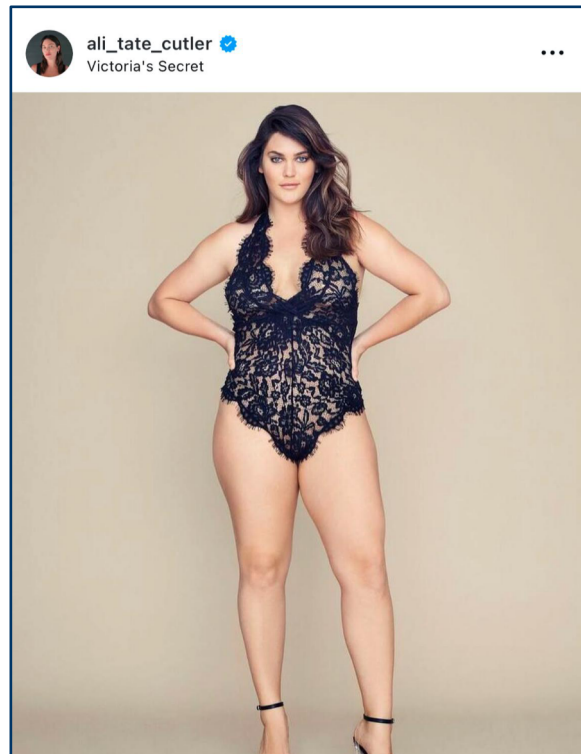
Anche nelle sfilate e nelle campagne più recenti, nonostante l'inserimento di figure più rappresentative della diversità, molti critici hanno notato che la maggioranza delle modelle rimaneva molto magra e che la presenza di corpi curvy o non conformi era limitata, spesso relegata a ruoli marginali o percepita come un tentativo di imbonirsi il pubblico.



Immagine AI di modelle che celebrano diversità

Oggi Victoria's Secret si trova in una posizione complessa: da un lato un'eredità estetica fortissima, che ha definito un'epoca e che ancora rappresenta un potente richiamo commerciale; dall'altro un pubblico che chiede rappresentazioni più autentiche, varie e rispettose della realtà dei corpi. Il marchio oscilla tra il desiderio di rinnovarsi e la paura di abbandonare un immaginario che per anni è stato la sua forza e la sua firma.

In un panorama culturale in cui la diversità non è più un optional ma una necessità, Victoria's Secret dovrà dimostrare di averla a cuore, così da trovare un posto significativo nel nuovo scenario della moda contemporanea, dove la bellezza non è più un modello unico, ma un insieme di storie, corpi e identità differenti.



Ali Tate Cutler in occasione del suo debutto nel VSFS.  
Post Instagram @ali\_tate\_cutler