


# Heritage come procedimento progettuale



Tra archivio  
e direttore creativo

Dylan Colussi

Parte A	9
A Introduzione	11
A.1 Obiettivi e domande di ricerca	20
A.2 Archivio come spazio di produzione: ipotesi e concetti chiave	21
A.3 Studi precedenti	23
A.4 Quadro teorico	25
A.5 Metodologia di ricerca	27
A.6 Casi studio	29
A.7 Presentazione delle fonti	30
A.8 Confronto con il progetto	34
A.9 Struttura della tesi	37
I Archivi per la moda	39
I.1 Quando un archivio è di moda?	41
I.2 Archivio e museo di moda	51
I.3 Archivio e impresa	60
I.4 Archivi imperfetti: pratiche archivistiche nel progetto di moda	67
II Heritage come procedimento progettuale	75
II.1 Moda e heritage culturale	77
II.2 Designer come collezionisti	85
II.3 Designer come curatori	91
II.4 Heritage brands e direttore creativo	99

# Heritage come procedimento progettuale

## Tra archivio e direttore creativo

**Heritage come procedimento  
progettuale**

**Tra archivio  
e direttore creativo**

**Dylan Colussi**

Università Iuav di Venezia  
Dottorato in Arti visive, performative e moda

Candidato  
Dylan Colussi

Supervisore  
Maria Luisa Frisa

Ciclo dottorale  
XXXVI

# Indice

Parte A	9
A Introduzione	11
A.1 Obiettivi e domande di ricerca	20
A.2 Archivio come spazio di produzione: ipotesi e concetti chiave	21
A.3 Studi precedenti	23
A.4 Quadro teorico	25
A.5 Metodologia di ricerca	27
A.6 Casi studio	29
A.7 Presentazione delle fonti	30
A.8 Confronto con il progetto	34
A.9 Struttura della tesi	37
I Archivi per la moda	39
I.1 Quando un archivio è di moda?	41
I.2 Archivio e museo di moda	51
I.3 Archivio e impresa	60
I.4 Archivi imperfetti: pratiche archivistiche nel progetto di moda	67
II Heritage come procedimento progettuale	75
II.1 Moda e heritage culturale	77
II.2 Designer come collezionisti	85
II.3 Designer come curatori	91
II.4 Heritage brands e direttore creativo	99

Parte B	105
B L'archivio nelle parole dei designer	107
III Alessandro Michele "Hackeraggio"	119
III.1 Passato, memoria e storia nei comunicati stampa di Gucci	121
III.2 Laboratorio di hackeraggio: collezione Gucci Aria	128
III.3 L'archivio Gucci a Palazzo Settimanni	136
III.4 Guccification	140
III.5 Copie della copie delle idee	143
IV Maria Grazia Chiuri "Curatela"	149
IV.1 Curare l'heritage di Dior	152
IV.2 Mitologia di Dior	157
IV.3 Bar Suit	162
IV.4 Dialogo con le artiste	167
V Virgil Abloh "Sampling"	175
V.1 Scorciatoia: approccio del 3%	178
V.2 Sampling	184
V.3 10.000 hours	188
V.4 The vocabulary according to Virgil Abloh	191
VI Conclusioni	199
VI.1 Dimensione progettuale delle parole	208
VI.2 Definizione plurale di heritage	212
VI.3 Direzione creativa come processo curatoriale	215
VI.4 Ritorno all'archivio	218
Linee di indagine future	223
Bibliografia e sitografia	225
Archivio	227
Heritage	230
Generale	233
Sitografia	236

# Parte A

Parte A

Introduzione

The final destination of the archive is therefore always situated outside its own materiality, in the story that it makes possible.<sup>1</sup>

La moda è il tentativo di rendere visibili certi aspetti invisibili della realtà del momento, scrive il designer tedesco Karl Lagerfeld nel catalogo della mostra *Chanel* curata da Andrew Bolton e Harold Koda al Metropolitan Museum of Art di New York nel 2005.<sup>2</sup> Attraverso i suoi procedimenti progettuali, la moda è un mezzo che possiede la leggerezza necessaria per insinuarsi, affrontare e appropriarsi di svariati temi, incluso quello degli archivi.

I discorsi sul tempo della moda sono tradizionalmente legati all'idea del nuovo e del contemporaneo, scanditi dal ritmo della produzione di nuove collezioni, immagini e immaginari.<sup>3</sup> Il filosofo Giorgio Agamben ricorre infatti ai processi della moda per spiegare “la speciale esperienza del tempo che chiamiamo contemporaneo”.<sup>4</sup> Proiettata sempre oltre sé stessa, già per il sociologo Georg Simmel, che nel 1904 scrive il saggio *Fashion*, la moda è sempre “in continuo cambiamento, sfuggente e fugace come il tempo stesso”.<sup>5</sup> Le dinamiche della moda sono state utilizzate per illustrare la trasformazione del rapporto della società occidentale con il tempo, soprattutto in relazione alle politiche temporali della modernità, che descrivono un tempo che “dismisses the past, turns the future into the teleology of progress and holds the present as the only site of the real”.<sup>6</sup> Proprio per questo legame e per il suo “selettivo - e a volte distorto - punto di vista sul passato”, sostengono Sara Chong Kwan, Morna Laing e Mario J. Roman, la moda fornisce una lente per esplorare le pratiche culturali del ricordare e del dimenticare.<sup>7</sup>

1. Achille Mbembe, “The Power of the Archive and its Limits”, in Hamilton, Carolyn *et. al* (a cura di), *Refiguring the archive*, Dordrecht - Boston - Londra: Kluwer Academic Publishers, 2002, p. 21.
2. “Fashion is also an attempt to make certain invisible aspects of reality of the moment visibile”. Karl Lagerfeld, “Le Style de Chanel”, in Bolton, Andrew, Koda, Harold (a cura di), *Chanel*, catalogo della mostra Chanel, a cura di Andrew Bolton e Harold Koda (New York, Metropolitan Museum of Arts, 5 maggio - 7 agosto 2005), New Haven e Londra: Yale University Press, 2005, p. 14.
3. “The idea of the new, the now and contemporary is ingrained in fashion’s vocabulary and, needless to say, the fashion system at large”. Femke De Vries, “Clothes are Souvenirs”, in De Vries, Femke, *Fashioning Value - Undressing Ornament*, Amsterdam: Valiz, 2015, p. 1, ultimo accesso 22 novembre 2023: <https://www.femkedevries.com/wordpress/wp-content/uploads/2020/03/Clothes-Are-Souvenirs.-Excerpt-from-Fashioning-Value-Undressing-Ornament.pdf>
4. Giorgio Agamben, *Che cos'è il contemporaneo?*, Milano: Nottetempo, 2008, p. 17.
5. Georg Simmel, *La moda*, a cura di Anna Maria Curcio, Milano-Udine: Mimesis, 2015. Il saggio fu originariamente pubblicato in inglese nel 1904 e successivamente in forma rivista nel 1911. Giuliana Bruno, *Superfici. A proposito di estetica, materialità e media*. Cremona: Jonah e Levi, 2016, p. 52.
6. Rolando Vazquez, “Modernity Coloniality and Visibility: The Politics of Time”, in *Sociological Research Online* 14:4, 2009, citato in Jansen, M. Angela, “Fashion and the Phantasmagoria of Modernity: An Introduction to Decolonial Fashion Discourse”, in *Fashion Theory*, vol. 24:6, 2002, p. 828.
7. Sara Chong Kwan, Laing Morna, Mario J. Roman, “Fashion and Memory”, in *Critical Studies in Fashion and Beauty*, vol 5:2, 2014, p. 201.



Gli archivi sono uno dei luoghi in cui queste pratiche culturali prendono forma. Parlare di archivi nella moda, quindi, significa riflettere su quei processi e quelle nozioni che legano la moda ai temi della memoria, del tempo, della storia e dell'identità e che mostrano come la moda, come scrive la ricercatrice Elizabeth Wilson, sia "poised ambiguously between present and past".<sup>8</sup> Temi che sono strettamente legati non solo allo studio e alla storiografia della moda, ma anche alle sue pratiche progettuali e che investono, sotto molteplici aspetti, il lavoro e i pensieri dei suoi designer. Da questo punto di vista, la nozione di archivio acquisisce specificità che diventano evidenti nei discorsi e nei progetti di moda e che ne mettono in luce i paradossi e le sfide.

Sono entrato in contatto con questi discorsi per la prima volta assistendo alle fasi di ricerca e allestimento della *Gucci Garden Galleria*, curata da Maria Luisa Frisa e inaugurata nel 2018, parte del Gucci Garden a Firenze. Visitando l'archivio del marchio fiorentino e osservandolo attraverso lo sguardo della curatrice per individuare gli oggetti da esporre nella mostra, sono diventati gli elementi che legano gli oggetti dell'archivio alla memoria del brand, agli interventi del suo direttore creativo, e alle potenzialità degli oggetti di comunicare le nozioni di tempo costruite dal fenomeno della moda.

La materialità media il nostro rapporto con la memoria e il ricordo.<sup>9</sup> Come scrive Giuliana Bruno, la materialità "involves a refashioning of our sense of space and contact with the environment, as well as a rethreading of our experience of temporality, interiority, and subjectivity".<sup>10</sup> Attraverso gli oggetti strutturiamo la nostra vita sociale<sup>11</sup> e troviamo il nostro posto nel tempo: "In Western traditions, objects serve memory in three main ways. Firstly, they furnish recollection; they constitute our picture of the past. [...] Secondly, objects stimulate remembering. [...] Thirdly, objects form records: analogues to living memory, storing information beyond individual experience".<sup>12</sup>

8. Elizabeth Wilson, *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Berkeley: University of California Press, 2003 (1985), p. vii.

9. "In this collection of essays we examine practices of memory centered on the concept of materiality, by which we mean the concrete, material, and physical dimensions of acts of remembrance". László Munteán, Liedeke Plate e Anneke Smelik, "Things to Remember. Introduction to Materializing Memory in Art and Popular Culture", in Munteán, László, Plate, Liedeke, e Smelik, Anneke (a cura di), *Materializing Memory in Art and Popular Culture*, New York e Londra: Routledge, 2017, p. 3.

10. Giuliana Bruno, *Surface: Matters of Aesthetics, Materiality, and Media*, Chicago: The University of Chicago Press, 2014, p.8, citato in Munteán, László, Plate, Liedeke, e Smelik, Anneke, "Things to Remember. Introduction to Materializing Memory in Art and Popular Culture", in *ivi.*, p. 3.

11. "As Ian Woodward asserts, 'materiality ... refers to the relations between people and objects, especially the way in which social life is inherently structured by everyday dealings with objects, such as technology or objects of memory.'" citato in *ibid.*

12. Marius Kwint, "Introduction: The Physical Past" in Kwint, Marius, Breward, Christopher, Aynsley, J. (a cura di), *Material Memories: Design and Evocation*, Oxford: Berg, 1999, p. 1-16. Citato in *ivi.*, p. 13.

La storica Maria Giuseppina Muzzarelli scrive che "un abito non è solo un abito ma l'incrocio di una serie di traiettorie, esattamente come un evento storico, piccolo o grande che sia".<sup>13</sup> Abiti e altri oggetti di abbigliamento, anche e soprattutto per il loro speciale legame con il corpo, sono oggetti che regolano il nostro rapporto con la memoria. Conservano le tracce di chi li ha indossati attraverso pieghe, graffi, segni di usura.<sup>14</sup> Le tecniche e i materiali con cui sono stati realizzati diventano simbolo di una tradizione, un periodo storico, un'area geografica, guardando a momenti veri o immaginari del passato, dispiegando le loro qualità evocative non solo attraverso l'osservazione, ma anche attraverso i sensi del tatto, l'udito o l'olfatto. Questo estende la nozione di quali oggetti legati alla moda possano diventare ricettacolo di memorie: riviste, pubblicazioni, cartamodelli e altri manufatti vengono interrogati mentre si rivaluta la loro posizione nelle collezioni e negli archivi di moda.

Il filosofo Achille Mbembe scrive che non ci può essere una definizione di archivio che non includa tanto la struttura - simbolo di una istituzione - che i documenti che contiene.<sup>15</sup> Adottando lo sguardo analitico della scrittrice di fantascienza Ursula K. Le Guin, che nel breve saggio *The Carrier Bag Theory of Fiction* rilegge la storia dell'umanità considerando la borsa - un contenitore - il primo, e forse più importante, strumento inventato dagli esseri umani, si può rintracciare una storia dell'archivio di moda non solo nel paragone con altri modelli di archivio, ma anche con tutti gli altri contenitori - l'atelier, la cassetta degli strumenti del sarto, il guardaroba, la passerella - tra le cui pieghe è possibile individuare il significato che questo assume nel contesto della moda.<sup>16</sup>

Queste riflessioni scaturiscono dall'osservazione e dall'esperienza nell'ambito del mio lavoro per l'archivio di Emilio Pucci Heritage a Firenze. Qui l'archivio si perde nella definizione dello spazio in cui è contenuto. Si articola infatti attraverso le stanze di Palazzo Pucci, un palazzo che appartiene alla famiglia Pucci dal quindicesimo secolo, dove il marchese Emilio Pucci, non solo ha abitato, ma ha anche aperto il suo atelier, ufficio e negozio. Le storie del palazzo si mescolano a quelle del marchio, e quello che non può essere archiviato negli armadi e nei cassetti rimane come una traccia immateriale impressa sugli elementi architettonici del Palazzo. Mentre gli uffici creativi del brand sono stati trasferiti a Milano nel 2017, il Palazzo è rimasto lo spazio dedicato all'archivio e ai due progetti Emilio Pucci

13. Maria Giuseppina Muzzarelli, Giorgio Riello, Elisa Tosi Brandi, (a cura di), *Moda. Storia e storie*, Milano: Bruno Mondadori, 2010, p.10.

14. Si veda per esempio Robyn Gibson, (a cura di), *The Memory of Clothes*, Leiden: Brill, 2015; Peter Stallybrass, "Worn worlds: Clothes, mourning, and the life of things", in *The Yale Review*, 81:2, 1993, pp. 35 - 50.

15. Mbembe, "The Power of the archive and its limits", *op. cit.*, p. 19.

16. Ursula K. Le Guin, "The Carrier Bag Theory of Fiction", in Ferrante, Antonia Anna, *Cosa può un compost. Fare con le ecologie femministe e queer*, Roma: Luca Sossella editore, (1986) 2022, pp. 113 - 124.

Heritage Hub (2017 - 2020) e in seguito, Emilio Pucci Heritage (2020). Diretti da Laudomia Pucci, figlia del marchese Emilio Pucci e presidente, dal 2020, di Emilio Pucci Heritage, i due progetti hanno messo in moto l'archivio con diverse attività: contribuendo a mostre e pubblicazioni, coinvolgendo studenti di università e accademie internazionali, studiando e digitalizzando i contenuti del proprio archivio, e collaborando con artisti, designer e aziende per la produzione di oggetti e altri strumenti di comunicazione del proprio patrimonio.

Ognuna di queste occasioni ha permesso di interrogare l'archivio e i suoi contenuti in maniera diversa e con diversi obiettivi. In particolare, a catturare il mio interesse, sono state le visite dei designer in archivio. Lavorare per un marchio la cui storia si estende così tanto indietro nel passato significa, per molti direttori creativi, doversi confrontare con le molteplici storie che lo hanno attraversato. Ma il lavoro dei designer evidenzia come queste storie siano tutt'altro che fisse e definitive. Interrogando gli oggetti la storia viene rivista, riscritta e raccontata dal direttore creativo in funzione della propria visione.

Questa rilettura è permessa anche dalla struttura dell'archivio, che, a Palazzo Pucci, è progettato per permettere una chiara lettura dei suoi contenuti in relazione allo spazio, dove gli armadi in legno comunicano con l'architettura neoclassica e gli affreschi del palazzo. Visitare l'archivio a Palazzo Pucci vuol dire, per i designer, entrare in contatto non solo con i suoi contenuti, ma anche con il suo contenitore e le storie che lo hanno vissuto: è un "luogo della memoria"<sup>17</sup> sia perché conserva tracce di questa storia e questo lavoro, che per il fatto che l'archivio è un monumento in sé, ancora abitato dalle persone e dagli oggetti che ne sono stati parte. Nelle mani dei direttori creativi, l'archivio di Emilio Pucci Heritage è un dispositivo dove - e con cui - intervenire sulla storia: "The archive itself can be a place of historical re-elaboration, showing how objects and their 'correspondences' [...] activate new creative processes of interpretation of fashion history"<sup>18</sup>.

Oggi, molti brand pongono le basi del proprio valore sul proprio heritage, che non vuol dire solo avere una lunga storia, ma, in molti casi, anche appartenere a una storia della moda, ma anche a quella di un paese, delle celebrità

17. "And indeed, what is the lieu de mémoire, if not the recognition that we need things to remember? According to Pierre Nora, the interest in *lieux de mémoire* occurs at a specific historical juncture, 'a particular historical moment, where consciousness of a break with the past is bound up with the sense that memory has been torn—but torn in such a way as to pose the problem of the embodiment of memory in certain sites where a sense of historical continuity persists'. Recognizing the material and embodied nature of memory, Nora acknowledges the way in which mind, body, and world work together to produce memory: 'We speak so much of memory because there is so little of it left,' he aphoristically writes. There are *lieux de mémoire*, sites of memory, because there are no longer *milieux de mémoire*, real environments of memory", László Munteán, Liedeke Plate e Anneke Smelik, Anneke, "Things to Remember", *op. cit.*, p. 11.

18. Flavio Loscialpo, "From the physical to the digital and back: Fashion exhibitions in the digital age", in *International Journal of Fashion Studies*, vol. 3:2, 2016, p. 233

che lo hanno indossato, degli autori e degli artisti che lo hanno transitato. Alcuni marchi hanno contribuito a costruire e a definire l'identità di un paese e di una regione, altri, sono diventati sinonimi di uno stile nazionale. Questi casi mostrano la loro complessità quando alla direzione dei marchi si trovano dei direttori creativi la cui identità entra in conflitto con quella del marchio. La sociologa Yuniya Kawamura, nella sua introduzione ai *fashion studies* descrive sia una caratteristica dei designer di oggi quella di lavorare sulla propria immagine e identità: "today's designers place the strongest emphasis in recreating and reproducing their image, and the image that is projected through clothing is reflected on the designer's personal image as an individual"<sup>19</sup>. Maria Grazia Chiuri è la prima donna a dirigere uno dei marchi hanno definito l'idea francese di femminilità, oppure Virgil Abloh, designer afroamericano chiamato a dirigere un altro marchio sinonimo dello stile francese da quasi due secoli, Louis Vuitton. Quando si discute del lavoro dei direttori creativi in relazione all'heritage di un marchio si deve considerare che anche loro ne entrano inevitabilmente a fare parte. Che ignorino questo patrimonio o lo celebrino, il loro operato contribuisce alla sua ridefinizione, soprattutto quando gli archivi continuano a depositare e custodire le collezioni che vengono presentate e prodotte da questi autori. Introducendo i loro oggetti nell'archivio, si creano nuove relazioni tra i contenuti dell'archivio, che producono nuove letture in grado di generare nuove conoscenze.

Il lavoro dei designer riconfigura gli archivi, trasformandoli in un laboratorio dove mettere in discussione le narrazioni del passato e il loro modo di essere costruite, trovando nuovi metodi per accogliere visioni e letture alternative della storia e per riparare, a volte, alle esclusioni compiute. La consapevolezza di questo potenziale è riflessa nelle diverse direzioni che la moda percorre nel panorama contemporaneo, che per molti autori è diventato un campo di discussione e critica dei propri sistemi e della propria condizione di designer.<sup>20</sup> Questo invita anche a riconoscere il valore del lavoro dei designer in relazione alla società collettiva, trovando nei loro progetti strumenti utili per dare forma a un commento critico sul presente. Se, come scrive Namkyu Chun nella sua tesi, "one of the reasons that caused confusion and ambiguity regarding fashion designers' social contribution is the mystification of what fashion designers actually do"<sup>21</sup> - per cui spesso si fa invece affidamento alle "interpretations by other experts, such as fashion journalists and critics, who can 'translate' and distribute the meaning"<sup>22</sup> - una delle possibili

19. Yuniya Kawamura, *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*, Oxford: Berg, 2005, p. 35.

20. Cfr. Adam Geczy, *Critical Fashion Practice: From Westwood to Van Beirendonck*, Londra: Bloomsbury Academic, 2019.

21. Namkyu Chun, *Rediscovering fashion designers. Interweaving dressmaking and placemaking*, Unigrafia: Helsinki, 2018, p. 20.

22. *Ivi.*, p. 21.

soluzioni è porre l'attenzione alle parole dette dai designer sul proprio lavoro, rintracciabili nei diversi media che utilizzano per condividerle: dai comunicati stampa alle interviste, alle biografie fino ai social media.

I designer si appropriano e affrontano le diverse idee, filosofie e pensieri che definiscono il presente con una indole leggera e mutevole, di cui la velocità è il principale attributo e la più rappresentativa delle qualità. La moda è, come scriveva Christian Dior, un'industria delle idee.<sup>23</sup> Il poeta Mallarmé che scriveva per il giornale *La Dernière Mode* sotto diversi pseudonimi, disse del sarto Charles Frederick Worth che era capace di creare abiti "sfuggevoli come i pensieri".<sup>24</sup> Anche il curatore Germano Celant, nel catalogo della Biennale di Firenze dedicata alla moda nel 1996, scrive che tagliare è pensare:

"Il taglio struttura il linguaggio, ma anche il vestito. Interviene sulle convenzioni tradizionali della figurazione e della visione di un corpo o di una cosa e produce una nuova sensazione. [...] Il taglio mette fine alla rappresentazione tradizionale dell'immagine, la disintegra e la restituisce come testimonianza del vedere e del capire l'artista. Se questo è vero, il taglio da significato e il suo uso accomuna artista e fotografo, designer e sarto che ritagliano una visione dal magma delle materie: siano esse il colore e il bronzo, la stoffa e la pellicola, i metalli e le lane, il legno e la tela."<sup>25</sup>

Inserendo la moda nello spazio degli archivi e dei musei, il lavoro dei designer contemporanei si mescola e interseca con quello degli artisti, e delle riflessioni che hanno attraversato questi spazi nel campo degli studi sull'arte. Designer e direttori creativi esplorano la mostra e le collaborazioni artistiche per rafforzare il loro punto di vista critico sulla moda, o contribuiscono e sostengono il lavoro di artisti trovando in questo fenomeno un modo per estendere il proprio linguaggio e la propria visione: "È evidente, oggi più che mai, che le forme della relazione tra moda e arte sono numerose e caleidoscopiche transitano tra riflessione concettuale e motivazione commerciale, si muovono tra gli spazi dello shopping e quelli del museo. Oggi, il modo più sofisticato di trattare le relazioni progettuali tra la moda e

23. Christian Dior, *Talking about fashion*, trad. Eugenia Sheppard, New York: G.P. Putnam's Sons, 1954, in Palmer, Alexandra, *Christian Dior: History & modernity. 1947 - 1957*, Ontario: Hirmer Publishers, 2019.

24. Ulrich Lehmann, *Fashion and materialism*, Edimburgo: Edinburgh University Press, 2019, p. 148.

25. Germano Celant, "Tagliare e pensare", in Celant, Germano, Sischy, Ingrid, e Settembrini, Luigi (a cura di), *Il tempo e la moda*, (catalogo della mostra "Il Tempo e la Moda", Firenze, Biennale di Firenze, 1996), Milano: Skira, 1996, p. 31.

la produzione artistica risulta essere quello di evidenziare i contatti senza cercare di porre una delle due discipline davanti all'altra".<sup>26</sup>

Il curatore Hans Ulrich Obrist, per esempio, intervista i fashion designer Nicolas Ghesquière nel 2012 e Hedi Slimane nel 2008, e chiede loro del proprio rapporto con gli archivi, mettendoli in dialogo con gli artisti con cui collaborano creando un contesto più ampio per le loro riflessioni e inserendoli nei movimenti che coinvolgono gli archivi nell'arte.<sup>27</sup> Cristina Baldacci, storica e critica dell'arte contemporanea, chiama questi archivi "impossibili", studiando le diverse forme e configurazioni che hanno assunto nel panorama dell'arte contemporanea.<sup>28</sup> Anche i designer, con le loro pratiche, riscrivono la definizione e l'immaginario di archivio adattandolo alle proprie necessità e esprimendo il potenziale che questo medium possiede nel multiforme campo della moda.

La ricerca si concentra sulle tre esperienze paradigmatiche di Alessandro Michele, Maria Grazia Chiuri, e Virgil Abloh. Esaminando nel loro lavoro gli elementi che inquadrano il tema dell'heritage nella moda come un procedimento progettuale, la tesi intende di mostrare le ragioni per cui questi temi occupano oggi una posizione centrale nei discorsi della moda contemporanea. L'archivio, oltre a essere uno strumento, è un paradigma di confronto che non sfugge alle considerazioni dei designer, e che trova diverse declinazioni nel loro lavoro. Attraversare il tema dell'archivio con questo punto di vista, interpretando il ruolo che occupano nella moda tramite l'uso che ne fanno i direttori creativi, permette di riflettere sulle configurazioni del fenomeno della moda contemporanea.

Come ha scritto Barthes, la moda è un discorso che trasforma oggetti di abbigliamento in oggetti di moda: "Without discourse there is no total Fashion, no essential Fashion".<sup>29</sup> Da questo punto di vista e per l'importanza che hanno assunto, anche gli archivi possono essere considerati uno degli apparati, le tecnologie, i sistemi comunicativi che ne costruiscono il senso e la fanno esistere.<sup>30</sup>

26. Luca Marchetti, Simona Segre Reinach, *Exhibit! La moda esposta: lo spazio della mostra e lo spazio della marca*, Milano: Mondadori, 2017, p.76.

27. Per l'intervista a Ghesquière si veda Hans Ulrich Obrist, "Dominique Gonzalez-Foerster: Conversation series", Colonia: Verlag des Buchhandlung Walther König, 2012; per quella a Slimane si veda Christina Bechtler (a cura di), *Art, Fashion and Work for Hire*, Vienna: Springer, 2008.

28. Cristina Baldacci, *Archivi Impossibili. Un'ossessione dell'arte contemporanea*, Cremona: Johan e Levi Editore, 2016, p. 6.

29. Roland Barthes, *The fashion system*, trad. M. Ward e R. Howard, Berkeley e Los Angeles: University of California Press, (1967) 1990, p. xi.

30. Marchetti, Segre Reinach, *cit.*, p. 79.



## A.1 Obiettivi e domande di ricerca

La tesi ha l'obiettivo di studiare i metodi con cui i direttori creativi configurano l'heritage del brand per cui lavorano, ponendo l'attenzione sulle pratiche progettuali che coinvolgono gli archivi. La ricerca si concentra sui casi di Alessandro Michele, Maria Grazia Chiuri e Virgil Abloh per i marchi Gucci, Dior e Louis Vuitton, attraverso un'analisi dei loro progetti e delle riflessioni raccolte da interviste, comunicati stampa e conferenze. Il confronto tra questi casi cerca di mettere in luce come, per i direttori creativi, l'archivio non costituisca unicamente una risorsa ma sia anche un tema da sviluppare per tratteggiare il proprio personale approccio al progetto di moda.

Partendo da queste riflessioni, la ricerca intende inquadrare la figura del direttore creativo, delineata nel panorama della moda a partire dagli anni Novanta a oggi, indagando la relazione con lo sviluppo e la diffusione degli archivi aziendali. I tre casi sono paradigmatici nel restituire diversi modi di interpretare l'archivio in relazione ai suoi contenuti. La tesi si articola individuando tre posizioni con cui i direttori creativi si pongono di fronte all'archivio: *hackeraggio*, *curatela*, e *sampling*, parole riprese dal vocabolario dei tre direttori creativi. I tre modelli di riferimento permettono di confrontare tendenze e atteggiamenti con cui fashion designers hanno esaminato, utilizzato e reinventato il paradigma di archivio nella moda negli ultimi trent'anni.

Da questo punto di vista, la tesi pone come obiettivo quello di arricchire il panorama dello studio degli archivi nella moda individuando, nei progetti dei fashion designer, una risorsa per ampliare la definizione di archivio di moda e uno strumento per metterne in luce le specificità. Quali modelli di archivio si configurano nei progetti dei designer? E quali sono le forme di archivio a cui i designer fanno riferimento nei loro progetti? Includendo gli esperimenti e i progetti realizzati dai designer nel confronto con questo sistema di organizzazione della conoscenza, la ricerca si interroga sul contributo dei fashion designer al dibattito critico che investe la struttura formale dell'archivio, in particolare nei suoi legami con i temi della costruzione della storia e dell'identità.

L'indagine intende osservare i diversi contributi dei fashion designers allo sviluppo dell'heritage della moda, non solo nella direzione creativa dei marchi storici, ma anche in relazione alla curatela di mostre e alla creazione di collezioni e archivi individuali e personali, considerando le necessità che caratterizzano e animano questi progetti delle chiavi di lettura che permettono di arricchire lo studio di questa disciplina e il suo inquadramento teorico, anche in relazioni ad altri campi della produzione culturale contemporanea.

## A.2 Archivio come spazio di produzione: ipotesi e concetti chiave

La tesi pone le sue basi su una definizione di archivio malleabile e aperta alle interazioni e proposte speculative offerte dai fashion designers tramite il loro lavoro, intendendo l'archivio e le pratiche archivistiche non solo come uno strumento di conservazione e ordinamento, ma anche di produzione di senso e conoscenza. L'analisi cerca di dimostrare come l'uso che i designer fanno degli archivi e dei loro contenuti contribuisca a riconfigurarne la definizione.

Un utile modello di riferimento per questa analisi è rintracciabile negli studi condotti nel campo dell'arte contemporanea sull'archivio come un medium a cui artisti e teorici ricorrono per affrontare e contraddire le funzioni e le logiche che hanno governato l'archivio come strumento di ordine e potere.<sup>31</sup> Nel campo dell'arte, lo studio dell'archivio come medium ha una ampia tradizione, così come l'utilizzo del museo e della collezione come strumenti per riflettere sull'arte e le sue istituzioni.<sup>32</sup>

Ernst van Alphen definisce *produttive* le pratiche d'archivio, portate avanti tanto da artisti quanto teorici, che attraverso maniere inaspettate ordinano, selezionano e narrano specifiche informazioni portando a nuove connessioni e configurazioni dell'archivio, rispondendo con delle possibili soluzioni alle problematiche dell'esclusione, dell'omogeneizzazione e del *pigeonholing*<sup>33</sup> intrinseche alla loro struttura.<sup>34</sup> I progetti raccolti da Markus Meissen e Yann Chateigné nel volume *Archive as a Productive Space of Conflict* offrono altri esempi per intendere l'archivio e le sue pratiche come un campo di sperimentazione attraversato da diversi autori, lontano dalla rigida visione dell'archivio come quello spazio polveroso in cui vengono conservati in rigoroso ordine i documenti del passato, immersi nella staticità della conservazione, per preservare l'equilibrio e la rigosità della storia.<sup>35</sup>

31. Nell'arte contemporanea, l'archivio non è stato adottato solo come oggetto d'indagine, ma anche come un medium per realizzare nuove visioni e ricostruzioni del mondo, che spesso nascono in parallelo, se non addirittura in anticipo, rispetto al discorso filosofico-speculativo che dall'archivio sembra essere di giorno in giorno sempre più affascinante. Cristina Baldacci, *Archivi Impossibili*, op. cit., p. 9.

32. Si veda per esempio Hal Foster, "An Archival Impulse", in *October*, vol. 110, 2004, pp. 3 - 22; Okwui Enwezor, *Archive Fever. Uses of the Document in Contemporary Art*, Gottinga: Steidl, 2008; Cristina Baldacci, *Archivi Impossibili*, op. cit.; Merewether, Charles (a cura di), *The Archive*. Londra e Cambridge: Whitechapel Gallery e MIT Press, 2006; Markus Meissen et. al., (a cura di), *The Archive as a Productive Space of Conflict*. Berlino: Sternberg Press, 2006; Simone Osthoff, *Performing the archive: The transformation of the archive in Contemporary art from repository of documents to art medium*, New York - Dresda: Atropos Press, 2009 (2023). Per gli esempi con cui gli artisti hanno utilizzato il museo e la collezione come strumento per riflettere sull'arte e le sue istituzioni, invece, Calum Storr, *Delirious museum. Un viaggio dal Louvre a Las Vegas*. Cremona, Johan & Levi Editore, 2017; e James Putnam, *Art and Artifact. The Museum as a Medium*. Londra, Thames and Hudson, 2009.

33. Con il termine, l'autore intende sottolineare la fissità delle categorie della classificazione che sottintendono a una organizzazione archivistica, quando un oggetto entra nella logica dell'archivio attraverso una classificazione, non può sfuggire alla categoria che gli è stata assegnata.

34. Ernst Van Alphen, (a cura di), *Productive archiving. Artistic Strategies, Future Memories and Fluid Identities*, Amsterdam: Valiz, 2023.

35. Enwezor, *Archive Fever*, op. cit., p.11.

Nel saggio “An Archival Impulse” Hal Foster chiama questa rinnovata attenzione degli artisti verso gli archivi un “impulso archivistico” e identifica in questa pulsione le pratiche con cui gli artisti-archivisti cercano di rendere presenti informazioni storiche spesso perdute o assenti, complicando l’originalità e l’autorialità di un oggetto attraverso la pratica del *sampling*, oppure quando ricorrono all’inventario, alle liste e al campionamento come strumento di lavoro. Inoltre, per Foster, il lavoro degli artisti può essere definito archivistico anche quando:

[...] not only draws on informal archives but produces them as well, and does so in a way that underscores the nature of all archival materials as found yet constructed, factual yet fictive, public yet private. Further, it often arranges these materials according to a quasi archival logic, a matrix of citation and juxtaposition, and presents them in a quasi-archival architecture, a complex of texts and objects (again, platforms, stations, kiosks...)<sup>36</sup>

Charles Merewether, nell’introduzione al volume *Archive*, definisce questi come dei gesti di conoscenza alternativa e di counter-memory.<sup>37</sup> Queste pratiche si concentrano soprattutto nel contestare la costruzione dominante dell’archivio e i suoi effetti, che già Foucault, Derrida e Agamben hanno anticipato nei loro studi, mettendone in luce la forza ordinativa e la relazione con il potere e che spesso consegue in una scrittura univoca della storia.<sup>38</sup>

Ponendo l’accento sulla atipicità dell’archivio come opera d’arte, Cristina Baldacci chiama gli esempi, che analizza nel già citato volume pubblicato nel 2016, appunto “archivi impossibili”.<sup>39</sup> Il collettivo GenderFail chiama “imperfect archiving” tutte quelle pratiche che imitano le pratiche di archiviazione e collezionismo, attribuendo nuovi significati alle definizioni tradizionalmente accettate.<sup>40</sup> Gli strumenti offerti da queste analisi permettono di leggere il lavoro dei designer come un diretto contributo al tema dell’archivio, inquadrando come “archivi di moda” anche quei progetti, metodi e soluzioni che i designer propongono nel loro lavoro.

36. Foster, “An Archival Impulse”, in Merewether, Charles, (a cura di), *The Archive*, op. cit., p. 145.

37. Charles Merewether, *Introduction/Art and the Archive*, in Merewether, Charles, (a cura di), *The Archive*, op. cit., p. 17.

38. Si vedano Michel Foucault, *L’Archeologia del Sapere. Una Metodologia per la Storia della Cultura*. Milano: Rizzoli, (1969), 2000; Jacques Derrida, *Archive Fever: A Freudian Impression*, trad. Eric Prenowitz, Chicago, University of Chicago Press, 1996; Giorgio Agamben, “Quel che resta di Auschwitz. L’Archivio e il Testimone”, Torino: Bollati Boringhieri, 1998.

39. Baldacci, *Archivi Impossibili*, op. cit., p. 10.

40. Be Oakley, *Imperfect Archiving, Archiving as Practice: for a Love of Softness*, Brooklyn: GenderFail, p. 36.

La tesi cerca di mettere a fuoco, aiutandosi con le parole chiave individuate dai direttori creativi, i progetti che coinvolgono la moda nella rilettura di un archivio, sia che appartenga ad una istituzione, ad un’impresa, o che sia un archivio personale, riconoscendo quello che Allan Sekula riteneva il potenziale del significato degli archivi di cambiare nel tempo e riscrivere la storia.<sup>41</sup> Concentrandosi sulle metodologie utilizzate dai designer per includere gli archivi nei propri progetti, la tesi intende tracciare una riflessione articolata sulla specificità degli archivi di moda.

### A.3 Studi precedenti

Il ruolo dell’archivio come spazio in cui il confronto degli oggetti permette lo sviluppo e la creazione di nuove idee è stato oggetto di studio nelle sue diverse declinazioni.<sup>42</sup>

In particolare è Maria Luisa Frisa che identifica la relazione che lega all’archivio la figura del direttore creativo, il designer che viene chiamato alla guida di uno o più brand, per imprimere la propria visione nel grande meccanismo del marchio.<sup>43</sup> Tra le responsabilità di questa figura individua quella di fare i conti con quei materiali che, a seconda di come attraversa l’archivio e del momento in cui lo fa, diventano “volano di rimandi e generano significati inediti nell’incrocio di temporalità e sensibilità diverse”.<sup>44</sup> In questi casi, l’archivio si trasforma in un “dispositivo creativo dove la storia, proprio per il suo essere disposta lì, sotto forma di materiali eterogenei, può sfuggire alla narrazione originaria ed essere decontestualizzata, diventando incipit, sfondo, o personaggio di una nuova storia funzionale al brand”.<sup>45</sup>

41. Cfr. Allan Sekula, “Reading an Archive: Photography Between Labor and Capitalism”, in *The Photography Reader*, ed. Liz Wells (New York: Routledge, 2003), pp. 443 - 452.

42. Si fa riferimento, per esempio a Deirdre Murphy, “Dialogues between past and present: Historic garments as source material for contemporary fashion design”, in *V&A Online Journal*, 3, primavera 2011, ultimo accesso 9 settembre 2022: <http://www.vam.ac.uk/content/journals/research-journal/issue-03/dialogues-between-past-and-present-historic-garments-as-source-material-for-contem>; Kerry Olsen, “In MaxMara’s archive, decades of Italian fashion history”, in *The New York Times*, 19 settembre 2018, ultimo accesso 7 ottobre 2022: <https://www.nytimes.com/2018/09/19/style/maxmara-archive-reggio-emilia-italy.html>; Federica Vacca, “The present future in fashion design: the archive as a tool for anticipation”, in *Zone Moda Journal*, 6:1, 2016, pp. 38 - 47; Ornella K. Pistilli, “The Heritage-Creativity Interplay. How Fashion Designers are Reinventing Heritage as Modern Design: The French Case”, in *ZoneModa Journal*, vol. 8:1, 2018, pp. 77 - 95; Kevin Almond, “Disrupting the fashion archive: The serendipity of manufacturing mistakes”, in *Fashion Practice*, 12 : 1, 2020, pp. 78-101; José Blanco F. e Andrew Reilly (a cura di), *Fashion, Dress and Post-Post Modernism*, Londra - New York - Dublino: Bloomsbury Publishing, 2022; Maria Luisa Frisa, *Le Forme della Moda*, Bologna, Il Mulino, 2022; Clark, Judith, De la Haye, Amy, *Exhibiting Fashion: Before and After 1971*, Londra - New Haven: Yale University Press, 2014; Marie Riegels Melchior Brigitta e Svensson, (a cura di), *Fashion and museums: Theory and practice*, Londra: Bloomsbury, 2014.

43. Maria Luisa Frisa, *Le Forme della Moda*, Bologna: Il Mulino, 2022, p. 35

44. *Ibid.*

45. Antonio Masciarriello, *Memoria, identità e progetto: l’archivio d’impresa nel fashion design come progetto culturale e come strumento di produzione. Il caso dell’archivio Versace*. Tesi di dottorato. Relatore Maria Luisa Frisa. Università luav di Venezia. Corso di dottorato in Architettura, città e design, ambito di Scienze del design, XXXI ciclo, 2019, p. 10.

Nel volume *La moda nei discorsi dei designer*, Alessandra Vaccari parla dell'utilizzo degli archivi come uno dei metodi di progettazione inversa individuati dai designer, che guardano alle collezioni precedenti alla ricerca di ispirazione. Come suggeriscono anche Elinor e Colin Renfrew nel manuale *Developing a collection*: "the original aesthetics of a well established label may be revisited decades later, with collections referencing to the same design influence and details".<sup>46</sup>

Queste analisi si estendono anche alle interazioni tra designer e archivi nelle aziende e nei marchi che riconoscono nella loro storia un patrimonio di valore culturale ed economico. Il tema viene esplorato nel testo "Fashion Heritage. Narrative and knowledge creation" dove in particolare Sylvie Marot, Odile Prémel e Yumiko Hayashi discutono le pratiche di *heritage-making* nei casi di Chanel e Sonia Rykiel, che coinvolgono tanto mostre e pubblicazioni quanto la posizione e l'intervento dei designer.<sup>47</sup> Ornella Kyra Pistilli analizza come i marchi di moda abbiano trasformato il loro heritage culturale in uno strumento competitivo per la definizione dell'identità del brand e da spendere nel contesto dell'industria del lusso attraverso quello che definisce "heritage-creativity interplay" osservando i casi di Raf Simons per Christian Dior, Hedi Slimane per Saint Laurent Paris e Demna Gvasalia per Balenciaga.<sup>48</sup> Nel testo, il patrimonio di un marchio viene presentato come una risorsa per il progetto dei direttori creativi e gli esiti del loro lavoro vengono analizzati in rapporto al metodo con cui hanno utilizzato il passato per commentare il presente, ricorrendo agli elementi recuperati dall'archivio per rendere la loro era "more vivid than it is for his contemporaries".<sup>49</sup> Questi processi fanno così luce sui metodi con cui i designer alimentano "la circolarità imperfetta della moda".<sup>50</sup>

Gli studi sul rapporto tra designer e archivio pongono il loro focus sulla materialità degli oggetti che nell'archivio permettono il confronto con la storia.<sup>51</sup> Sono le memorie materiali degli oggetti e il loro potere evocativo che permettono al designer di connettersi con un passato reale o immaginario.<sup>52</sup>

46. Elinor Renfrew, Colin Renfrew, *Developing a Collection*, Losanna: Ava, 2016, p.68.  
 47. Sylvie Marot, Odile Prémel, e Yumiko Hayashi "The Heritage-Making of Fashion Brands", in Cantista Isabel, Delille, Damien (a cura di), *Fashion Heritage. Narrative and knowledge creation*, Londra: Palgrave Macmillan, 2022, pp. 147 - 161.  
 48. Ornella K. Pistilli, "The Heritage-Creativity Interplay. How Fashion Designers are Reinventing Heritage as Modern Design: The French Case", in *ZoneModa Journal*, vol. 8:1, 2018, pp. 77 - 95.  
 49. Ivi., p. 93.  
 50. Frisa, *Le Forme della Moda*, cit., p. 27.  
 51. Si vedano Yuniya Kawamura, *Doing Research in Fashion and Dress: An Introduction to Qualitative Research*, Londra - New York: Bloomsbury, 2011; Ingrid Mida e Alexandra Kim., *The dress detective*, Londra: Bloomsbury Visual Arts, 2015; Lou Taylor, *The Study of Dress History*, Manchester: Manchester University Press, 2002.  
 52. Si vedano per esempio Sherry Turkle, *Evocative Objects. Things we think with*, London - Cambridge: MIT Press, 2007; Anja Aronowsky Cronberg, "Notes on material memory" in *Vestoj*, vol. 1, 2009, pp. 8 - 9.

L'aspetto dell'utilizzo degli archivi nella progettazione della moda è esplorato anche in rapporto all'insegnamento del fashion design. Kevin Almond affronta il tema degli archivi come risorsa progettuale guardando all'esperienza degli studenti della University of Leed sullo studio di oggetti di abbigliamento conservati nello Yorkshire Fashion Archive.<sup>53</sup> Il testo sottolinea l'importanza che gli oggetti occupano nella ricerca per il design, per studenti quanto per professionisti. Anche Deirdre Murphy affronta l'argomento in un articolo scritto per il V&A Online Journal, dove vengono invece esaminati i lavori degli studenti del Royal College of Art per la mostra *Future Fashion Now: New design from the Royal College of Art* (maggio 2009 - febbraio 2010):

Research is absolutely central to the fashion design process. It underpins designers' ideas, informs the shapes and proportions they use, influences the materials they choose to work with and determines the techniques they employ to put them together. Surviving historic garments and images which record what people have worn in the past provide an invaluable research resource for many fashion designers.<sup>54</sup>

Mentre la storia a cui gli studenti fanno riferimento prende forma da un contesto più ampio di immagini e riferimenti visivi, il testo riporta anche gli esempi dei designer Stuart Stockdale per il marchio Pringle of Scotland e Jaeger e Barry Tulip per Dunhill e il lavoro condotto nel recupero dei codici dei due marchi attraverso i loro archivi. Anche Gabriele Monti affronta il tema dell'importante ruolo della *study collection* come risorsa per gli studenti tramite il workshop *Re-Visioni: esercizi a partire da una study collection*, condotto nel 2013 con gli studenti del corso in Design della moda dell'Università Iuav di Venezia.<sup>55</sup>

#### A.4 Quadro teorico

Nel paragrafo precedente viene introdotto il concetto di archivio inteso come spazio di produzione facendo riferimento agli studi riguardo questo tema nel campo delle arti visive. Il concetto è centrale all'elaborato, dove viene posto in relazione

53. Cfr. Kevin Almond, "Disrupting the fashion archive: The serendipity of manufacturing mistakes", in *Fashion Practice*, vol. 12:1, 2020, pp. 78-101.  
 54. Deirdre Murphy, "Dialogues between past and present: Historic garments as source material for contemporary fashion design", in *V&A Online Journal*, 3, primavera 2011, ultimo accesso 9 settembre 2022: <http://www.vam.ac.uk/content/journals/research-journal/issue-03/dialogues-between-past-and-present-historic-garments-as-source-material-for-contem>  
 55. *Re-visioni: esercizi a partire da una study collection*, workshop a cura di Gabriele Monti con gli studenti del III anno del corso di laurea Iuav in Design della moda, nel 2014. Un progetto di Università Iuav di Venezia Dipartimento di Culture del progetto, Unità di ricerca "Il progetto nella moda" Corso di laurea in Design della moda e Arti multimediali presso Spazio Punch, Venezia, 5 - 29 aprile 2014.



alle pratiche dei *fashion designer* che coinvolgono l'utilizzo, la costruzione, e la comunicazione degli archivi. Lo studio fa riferimento alle teorie che inquadrano l'archivio nella moda come un paradigma per affrontare i concetti di tempo, memoria e identità. In primo luogo, questo avviene attraverso il rapporto con gli oggetti. Sherry Turkle analizza la capacità evocativa degli oggetti, in grado di dare forma a rappresentazione di concetti teorici o di nozioni astratte come i processi della memoria o il lutto. Nel suo testo, Turkle raccoglie più testimonianze che legano oggetti e accessori di abbigliamento a questi temi, e nel capitolo finale riassume e argomenta i diversi modi con cui gli oggetti mediano il nostro rapporto con questi temi.<sup>56</sup> Nel campo della moda, diverse mostre hanno evidenziato questo rapporto e il modo in cui gli oggetti e le creazioni dei designer siano rappresentativi di modi di utilizzare e dare forma al tempo.<sup>57</sup> Tra queste *Malign Muses: When Fashion Turns Back*, curata da Judith Clark al MoMu - Museo della Moda di Anversa (18 settembre 2004 - 30 gennaio 2005) espone in maniera esemplare degli oggetti di moda che riescono a dare forma al rapporto che questa intrattiene con il tempo, e in particolare il passato, ricorrendo anche alla costruzione di genealogie di oggetti che mostrano le relazioni individuate tra i pezzi esposti e che chiariscono il modo in cui il tempo viene scandito dalle forme e le citazioni degli abiti. Riconoscendo in questi elementi materiali delle rappresentazioni di specifiche configurazioni temporali, è possibile analizzare gli oggetti progettati dai designer come modelli per studiare le forme del tempo che assume la moda. Studiando il caso del designer belga Martin Margiela attraverso il pensiero di Jacques Derrida, la studiosa di design Alison Gill evidenzia come gli abiti possano essere, in virtù delle loro qualità materiali - come l'utilizzo di tessuti usati o di seconda mano, o rovinati, e della loro costruzione, esempio della concezione di tempo paradossale di Derrida, un tempo caratterizzato da un doppio movimento che differisce dall'esperienza, disperdendo le nozioni di tempo nella costruzione e nelle pieghe dell'abito.

Nel testo si attribuisce agli oggetti contenuti negli archivi di moda - e agli archivi stessi - una performatività, capace di influenzare le idee dei designer e il loro rapporto con la propria professione e nel creare conoscenze. Per esempio, secondo Ernst van Alphen, i processi di inclusione ed esclusione dell'archivio, la catalogazione e l'inquadramento degli oggetti in categorie - e la stessa inclusione in una determinata collezione - influenzano sia gli oggetti e le letture che se ne possono fare, ma anche il rapporto che chi interagisce con l'archivio instaura con

56. Sherry Turkle, "What makes an object evocative", in *Evocative Objects. Things We Think With*, Cambridge: The MIT Press, 2007, pp. 307 - 326.

57. Come la mostra curata da Andrew Bolton al Metropolitan Museum of Art di New York, *About Time. Fashion and Duration* (29 ottobre 2020 - 7 febbraio 2021). Altri esempi sono *Historical Mode* (a cura di Harold Koda e Richard Martin, New York, Fashion Institute of Technology, 1989); *Fashion Unravelled* (a cura di Colleen Hill, New York, Fashion Institute of Technology, 25 maggio - 17 novembre 2018).

questi oggetti.<sup>58</sup> Nella tesi si fa riferimento più volte alle idee e alle letture che determinati oggetti suggeriscono ai direttori creativi per interpretare l'heritage di un marchio e costruire una propria narrazione della sua storia. Allo stesso modo, le lacune di un archivio - quello che non è stato conservato o le voci che non sono state incluse - influenzano le idee e le interpretazioni dei direttori creativi.

La nozione di heritage a cui il testo fa riferimento è legata alla interpretazione di Laurajane Smith che lo considera un processo presente, che negozia, costruisce e ricostruisce identità e valori sociali e culturali e il significato che gli viene attribuito.<sup>59</sup> L'interpretazione di Smith, che viene approfondita nel terzo capitolo della tesi anche in relazione al contributo di altri teorici, critica la tradizionale nozione di heritage adottata nel contesto occidentale per definire quegli elementi tangibili e i monumenti utilizzati per rappresentare il tempo passato, promuovendone una lettura spesso univoca. L'autrice invece lega il concetto di heritage a pratiche performative e identitarie legate al tema della memoria, riconoscendo l'heritage come un processo intangibile, che può essere utilizzato per decostruire idee legate ai temi dell'identità. Il testo beneficia anche dell'interpretazione di heritage come processo che non solo mette in comunicazione un tempo passato con il presente, ma le cui pratiche e attività sono invece rivolte al futuro. Rodney Harrison spiega come questo legame permei il concetto di heritage dalla sua definizione attraverso il diciannovesimo e ventesimo secolo, e che sottintenda tanto le pratiche materiali che lo accompagnano, come la conservazione degli oggetti, tanto quelle immateriali, come la creazione di interpretazioni e costruzione di senso da tramandare al futuro.<sup>60</sup> Queste definizioni permettono di decostruire le narrazioni immaginate dai diversi autori che attraversano i brand di moda, e di leggere nel lavoro di ogni direttore creativo una fabbricazione individuale di questo patrimonio legata, non solamente alla preservazione del passato, quanto alla sua traduzione nel presente necessaria alla continuità del marchio.

#### A.5 Metodologia di ricerca

La tesi analizza il rapporto tra direttore creativo, archivio e heritage attraverso i metodi con cui i direttori creativi interagiscono con gli archivi del brand per cui lavorano. Questo rapporto viene valutato attraverso lo studio di tre casi, affrontati attraverso l'analisi delle fonti verbali e testuali prodotte dai designer e più in particolare dai tre autori presi in esame, Alessandro Michele, Maria Grazia Chiuri e Virgil Abloh. L'analisi attraversa e guarda ai diversi media con cui i designer

58. Ernst van Alphen, *op. cit.*

59. Laurajane Smith, *Uses of Heritage*, Abingdon - New York: Routledge, 2006, p. 3.

60. Rodney Harrison, "Heritage as future making practices", in Harrison et. al., *Heritage futures. Comparative approaches to natural and cultural heritage practices*, Londra: UCL Press, 2020, pp. 20 - 50.

condividono le loro parole, riconoscendo le diverse forme di produzione scritta e orale dei designer. In primo luogo vengono prese in esame le interviste, scritte e registrate in forma di video o di podcast. Vengono inoltre studiati i materiali editoriali prodotti dai designer per accompagnare i propri progetti, come le cartelle stampa o le *show notes*. Una ulteriore fonte sono i testi pubblicati a corredo delle immagini condivise sui social media dei designer. Queste permettono di estrapolare un punto di vista personale e individuale dei designer, non interpretato da quello di altri giornalisti, curatori o critici. L'individuazione dei tre casi principali approfonditi nel testo risulta a una fase preliminare di studio e ricerca sulle fonti testuali prodotte dai designer, e consegue alla chiarezza con cui i tre designer hanno saputo articolare il proprio rapporto rispetto ai temi di heritage e archivio.

L'elaborato prende in esame fonti prodotte dai designer e disseminate in riviste, cartacee e digitali, e altre piattaforme, non ricorrendo all'intervista diretta, per soffermarsi sulle interpretazioni che questi hanno fatto circolare in relazione ai loro progetti e che fanno parte dei discorsi che accompagnano il loro progetto di direzione creativa. Le definizioni individuate sono quelle considerate strumentali ad esaminare il loro lavoro e a fornire delle chiavi di lettura critica che permettessero di esaminare questo tema in rapporto a un contesto più ampio. A queste descrizioni e riflessioni vengono messi a confronto i loro progetti - collezioni, pubblicazioni, mostre e altri eventi - per argomentare come la loro interpretazione di archivio e di heritage viene tradotta nei loro progetti. Questi vengono individuati nella loro più ampia produzione per illustrare le posizioni evidenziate dai designer di fronte agli archivi, ma vengono riconosciute le contraddizioni che i designer creano nel loro lavoro, considerando come una posizione o un concetto viene elaborato nel corso del tempo o adattato ad un particolare progetto. Questi elementi, specifici dei discorsi dei designer, riflettono anche la conformazione di archivio e heritage nella moda come tracciata nella prima sezione della tesi nei capitoli "Archivi per la moda" e "Heritage come procedimento progettuale", sottolineando la mobilità delle definizioni e dei modelli a cui fare riferimento.

Alla ricerca ha contribuito anche la partecipazione a progetti espositivi come la mostra *Gucci Cosmos*, a cura di Maria Luisa Frisa, poi esaminata nel paragrafo 1.8 di questo capitolo. Il lavoro di ricerca e allestimento svolto per il progetto espositivo ha contribuito, nel confronto con i materiali d'archivio e con la loro restituzione in mostra, a sviluppare un punto di vista sui temi dell'heritage in relazione alle operazioni di un marchio di moda come Gucci. Riflessioni legate a questo progetto vengono affrontate nelle diverse sezioni della tesi e usate per argomentare i concetti proposti.

## A.6 Casi studio

I casi studio presi in esame sono stati individuati tra un più ampio sistema di esempi per loro specificità e per la chiarezza con cui i tre direttori creativi Maria Grazia Chiuri, Alessandro Michele e Virgil Abloh, hanno espresso, attraverso diverse interviste, pubblicazioni, conversazioni e mostre, i metodi con cui lavorano con gli archivi e affrontano l'heritage del marchio che dirigono. Provenienti da percorsi differenti, inoltre, i tre iniziano il loro lavoro nei rispettivi marchi - Christian Dior, Gucci e Louis Vuitton - nello stesso periodo, tra il 2015 e il 2018. Questo permette di tracciare parallelismi tra i contesti in cui lavorano, dove il significato di archivio, heritage e heritage brand può assumere caratteri condivisi. I termini individuati per ogni designer, *hacking*, *curating* e *sampling* - estrapolati dalle parole dei designer - sono inoltre specifici del loro lavoro e consentono di riflettere sul lavoro dei direttori creativi e rileggere esperienze parallele o precedenti, altresì rilevate durante la ricerca.

Maria Grazia Chiuri è direttrice artistica delle collezioni donna alta moda, *prêt-à-porter* e accessori di Dior dal 2016, è la prima donna a ricoprire questo ruolo in oltre settant'anni di storia del marchio. In un breve saggio, la direttrice artistica di Dior descrive il suo approccio alla direzione creativa come quello di una curatrice dell'heritage di Dior.<sup>61</sup> La precisione con cui Chiuri esprime e argomenta la sua posizione utilizzando l'analogia del curatore permette di tracciare diversi paragoni con altri approcci progettuali contemporanei.

Alessandro Michele, che è stato direttore creativo di Gucci dal 2015 al 2022, ha fatto uso di diverse metafore per spiegare la sua mutevole posizione nei confronti dell'heritage del marchio italiano. Ma è l'analogia usata nel comunicato stampa che accompagna la collezione autunno/inverno 2021 che permette una riflessione più complessa sul tema dell'heritage. Per Alessandro Michele, Gucci è un "laboratorio di hackeraggio", dove intervenire sovversivamente per manomettere storie e narrative.<sup>62</sup> Il caso viene esplorato non solo attraverso lo studio dell'archivio, ma anche attraverso l'analisi degli oggetti esibiti sia nel *Gucci Garden Galleria*, spazio inaugurato nel 2018 con un progetto allestitivo della curatrice Maria Luisa Frisa, che in occasione della mostra *Gucci Cosmos* (a cura di Maria Luisa Frisa, Shanghai, West Bund Art Center, 28 aprile - 25 giugno 2023; Londra 11 ottobre - 31 dicembre 2023), dove il lavoro di Alessandro Michele è stato accostato e messo in dialogo con quello dei precedenti direttori creativi e le prime creazioni del marchio, mettendo in evidenza i metodi con cui Michele ha manomesso la storia di Gucci.

61. Maria Grazia Chiuri, "What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?", in *Grazia*, 2020, ultimo accesso 9 agosto 2022: <https://graziomagazine.com/articles/maria-grazia-dior-fashion-essay/>

62. Dal comunicato stampa della collezione *Gucci Aria A/I* 2021.



Il dna progettuale di Virgil Abloh, che è stato direttore creativo delle collezioni uomo *prêt-à-porter* e accessori del marchio Louis Vuitton dal 2015 al 2021, si estende attraverso le diverse pratiche che Abloh ha attraversato, restituendo un nuovo modello di creativo nella moda. Nel 2017, durante una lezione tenuta ad Harvard, dove condivide le scorciatoie progettuali che ha individuato negli anni di lavoro e che utilizzava tanto nel design quanto nella musica, spiega il suo “approccio del 3%”, secondo cui modificando solo il tre per cento di un oggetto si può creare qualcosa di nuovo.<sup>63</sup> La metodologia di Abloh ricalca quelle pratiche di montaggio che Nicolas Bourriaud definisce nel suo studio sulla postproduzione e che Hal Foster indica tra le pratiche degli artisti-archivisti.<sup>64</sup>

#### A.7 Presentazione delle fonti

Per analizzare il rapporto tra i direttori creativi, gli archivi e l’heritage attraverso le loro parole, la tesi utilizza diversi tipi di fonti - dalle interviste, alle lezioni e conferenze, ai testi condivisi nei comunicati stampa, i post sui canali *social media* - confrontandosi con le problematiche sollevate, anche in studi precedenti, dal confronto con le parole dei designer.

Nel numero 24 della rivista *Dobras*, Alessandra Vaccari affronta il ruolo che questo genere fonti copre negli studi sulla moda, facendo riferimento alle critiche che la teoria pone nei confronti di testi la cui veridicità può essere secondaria agli aspetti autopromozionali, screditando le parole dei fashion designer dal punto di vista storico e teorico.<sup>65</sup> Il dossier si concentra sull’importanza che tuttavia questi testi coprono nello studio della moda e del contributo che le parole di questi protagonisti offrono alla disciplina “sia nella prospettiva dell’autorialità, sia per rivelare gli stereotipi della moda che i fashion designer rappresentano attraverso i loro discorsi” e offre le soluzioni individuate da diversi teorici per usufruire dei testi mantenendo il giusto distacco critico.<sup>66</sup>

L’argomentazione riprende quanto esplorato nel libro *La moda nei discorsi dei designer*, che raccoglie, organizza e commenta criticamente brani tratti da dichiarazioni e scritti di fashion designer per colmare la lacuna individuata nella produzione teorica nell’ambito dei fashion studies, dove le parole dei designer hanno

63. Virgil Abloh, *Insert complicated title here*, Harvard University Graduate School of Design, Venezia: Sternberg Press, 2017.

64. Nicolas Bourriaud, *Postproduction. Come l’arte riprogramma il mondo*, Milano: Postmedia, 2004; Hal Foster, “An Archival Impulse”, in *October*, vol. 110:3, 2004, p. 22.

65. Alessandra Vaccari, “Il fashion designer e la storia della moda. I discorsi, gli approcci e i modelli interpretativi”, in *Dobras*, vol. 11:24, 2018, p. 10.

66. *Ibid.*

avuto poca considerazione.<sup>67</sup> In *Cartamodello. Antologia di scrittori e scritture sulla moda*, le autrici Paola Colaiacomo e Vittoria Caterina Caratozzolo ricorrono alle parole dei designer e produttori di abbigliamento per esplorare la moda e i suoi processi.<sup>68</sup> La serie “The Incidents” introduce le voci dei designer raccolte durante le conversazioni e le lezioni tenute alla Harvard University Graduate School of Design. La pubblicazione *Ephemera. Dialoghi sulla moda* raccoglie le conversazioni di alcuni direttori creativi - tra cui Maria Grazia Chiuri e Alessandro Michele - con giornalisti, studiosi e teorici che hanno preso parte del ciclo di conversazioni curato da Sofia Gnoli a Roma nel 2020.<sup>69</sup> Un’altra fonte per la ricerca è stata il podcast “Sailor. Anatomie del Corpo Attraverso la Moda”, prodotto da storielibere. fm in collaborazione con Camera Nazionale della Moda e condotto da Maria Luisa Frisa e Chiara Tagliaferri, che ha avuto, tra i suoi ospiti, anche Maria Grazia Chiuri e Alessandro Michele.

I comunicati stampa offrono un’ulteriore dimensione per l’analisi delle parole dei designer. La tesi esamina in particolare quelli di Alessandro Michele per Gucci e le *show notes* delle collezioni di Virgil Abloh per Louis Vuitton. Questi brevi testi, scrivono Jeppe Ugelvig e Elise By Olsen, “attaches words to garments, intention to style and concept to the ephemeral”.<sup>70</sup> Pubblicati in accompagnamento alle collezioni dei designer, aprono, solitamente, una finestra sui riferimenti che gli sono serviti da ispirazione, e fungono da dichiarazione di intenti. In queste cartelle vengono raccolte le parole con cui i designer desiderano raccontare i propri progetti alla stampa, ma sono anche dei materiali editoriali che offrono un ulteriore campo di definizione per la visione dei designer e dei direttori creativi, come dimostra l’uso che ne fanno i due casi della tesi, Alessandro Michele e Virgil Abloh.

Anche materiale reperito dai *social media*, in particolare da Instagram, trova ancora poco spazio nel panorama teorico. Instagram è una delle piattaforme favorite nella comunicazione per la moda, a cui ricorrono non solo i brand ma anche i designer e i direttori creativi, che in prima persona pubblicano e condividono informazioni sul loro lavoro. Un caso particolare per la tesi è quello della pagina di Maria Grazia Chiuri, direttrice creativa di Christian Dior, che nella sua pagina Instagram, condivide spesso foto del dietro le quinte della maison, mostrando i *moodboards* che compone per le sue collezioni, oppure immagini storiche di Dior,

67. Vaccari, *La moda dei discorsi dei designer*, cit., p.7.

68. Paola Colaiacomo, Vittoria Caterina Caratozzolo, *Cartamodello. Antologia di scrittori e scritture sulla moda*, Roma: Luca Sossella editore, 2000.

69. Sofia Gnoli, *Ephemera. Dialoghi sulla moda*, Milano: Electa, 2021.

70. Elise By Olsen, Jeppe Ugelvig, “Preface”, in By Olsen, Elise, Ugelvig, Jeppe (a cura di), *For immediate release: The art of the press release*, catalogo della mostra “Immediate release: The art of the press release”, International Library of Fashion Research, Oslo, 1 dicembre 2022 - 1 marzo 2023; Oslo: International Library of Fashion Research publications, 2022, p. 6.

accompagnate dalle sue descrizioni. I brevi testi che corredano le immagini pubblicate offrono casi utili per l'analisi del lavoro del direttore creativo.

Le pagine Instagram, costantemente modificate e trasformate dai brand per fare spazio a una nuova narrazione, diventano anche un campo di analisi importante per i temi dell'archivio e dell'heritage. Questa direzione riflette il paradosso evidenziato dalla curatrice Annet Dekker rispetto al panorama informatico:

With the post-industrial processing of social media, today's web is not only more 'real time' but also more enclosed, searchable and trackable. While there is concern over the control and long-term preservation of this user-generated multimedia archive—broken links, lost webpages, unsearchable content - there is also an increasing sense that 'the internet never forgets'.<sup>71</sup>

Questi processi evidenziano il ruolo che questo *media* ha nella moda, soprattutto nella sua specificità nel veicolare le informazioni, ma anche le visioni e i progetti del marchio e del suo direttore creativo.

Negli ultimi anni, questi materiali digitali sono stati parte di mostre o altri progetti museali. Nell'allestimento realizzato nel 2018 al *Gucci Garden Galleria*, per esempio, piccoli schermi disseminati nelle stanze dello spazio mostravano immagini create dal brand per il proprio Instagram, come i *meme* prodotti per la collezione di orologi presentata nel 2017. In un'intervista, invece, la direttrice del MoMu - Museo della Moda di Anversa, Kaat Debo, ha spiegato come l'interesse del museo sia quello di studiare le possibilità di archiviare ed esporre oggetti di moda digitali, in particolare le immagini.<sup>72</sup> Debo spiega anche come progetti come Contemporary Fashion Archive (2000 - 2007) e Europeana Fashion - di cui il MoMu è stato uno dei membri fondanti nel 2012 - abbiano dedicato particolare attenzione alla conservazione e alla condivisione di *digital data* in un periodo che ha visto una grande crescita nella creazione di contenuti digitali, formando dei casi studio importanti da seguire.<sup>73</sup>

La "temporaneità" di questi "materiali" o di queste pagine li avvicina ai *fashion ephemera* che Marco Pecorari ha studiato nella sua tesi intitolata *Fashion Remains*. Nella conclusione, che esplora il ruolo dei *fashion ephemera* nelle

71. Annet Dekker, (a cura di), *Lost and Living (in) archives*, Valiz: Amsterdam, 2017, p.31.

72. Alex Nora Esculapio, "Exploring Fashion's Openness: An Interview with Kaat Debo" in Granata, Francesca (a cura di), *Fashion Projects: On Fashion Curation*, 5, 2018, p. 15.

73. *Ibid.*

collezioni museali, Marco Pecorari punta al digitale indicando le nuove sfide poste dal collezionare, conservare e studiare *ephemera* di moda digitali.<sup>74</sup> Definendo gli *ephemera* "oggetti di conoscenza", Pecorari difende il potenziale epistemico - autoriale, materiale e temporale - di questi oggetti che solitamente stanno ai margini delle collezioni e che non ricevono l'attenzione riservata invece agli abiti. Pecorari spiega come questi oggetti mettano in luce il network autoriale che lega la figura del designer a quella dei diversi autori con cui collabora nel suo lavoro - modelli, *stylists*, fotografi, *makeup artists*, grafici - e che sono coinvolti nella loro creazione, che segnano il passaggio del tempo e dei ritmi della moda.

Dal 2012 al 2015, il Centre for Fashion Studies della Stockholm University ha condotto un progetto, in collaborazione con Europeana Fashion, mirato ad archiviare contenuti di moda condivisi online. Gli esiti del progetto, ancora accessibili attraverso la piattaforma di Europeana sono screenshots di pagine di siti web di marchi, negozi, giornali, magazines, siti di musei o blogs. Le immagini, collezionate come un esperimento nei limiti e nelle possibilità di archiviare e catalogare gli oggetti digitale, seguono il modello di database come The Internet Archive, spiega Marco Pecorari, che ha immaginato il progetto come un'opportunità "to reflect upon the meaning of fashion online, the implications of collecting it and the value of this new form of fashion ephemerality".<sup>75</sup>

Un ulteriore approfondimento teorico per l'analisi di questi dati è invece offerto dalla testo di Synne Skjulstad, teorica dei media, "Vetements, Memes, and Connectivity: Fashion Media in the Era of Instagram", che approfondisce le pratiche progettuali del brand Vetements attraverso il paragone con la creazione e condivisione di contenuti online, come i *meme* su Instagram.<sup>76</sup> L'analisi di Skjulstad affronta il tema evidenziando le azioni e le pratiche che si compiono sulla piattaforma rintracciandoli nella progettazione del brand francese e riconoscendo così anche le pratiche progettuali che precedono la creazione dei contenuti condivisi sulla piattaforma. Una riflessione sul ruolo della conservazione dei contenuti online e delle pratiche di archiviazione influenzate da piattaforme come Instagram, e sulle pratiche di "rimozione" dei contenuti digitali, è affrontata anche da Annet Dekker nel libro *Lost and Living (in) Archives*.<sup>77</sup>

74. Cfr. Marco Pecorari, *Fashion Remains. The Epistemic Potential of Fashion Ephemeras*, Stoccolma: Stockholm University, 2015.

75. *Ivi.*, p. 262.

76. Cfr. Synne Skjulstad, "Vetements, Memes, and Connectivity: Fashion Media in the Era of Instagram", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 24:2, 2020, pp. 181-209.

77. Annet Dekker, *op. cit.*

## A.8 Confronto con il progetto

Accanto allo studio e all'analisi delle fonti presentate nel paragrafo precedente, la tesi prende forma nel confronto con due esperienze, che sono state utili a guidare la ricerca e mettere a fuoco le domande a cui cerca di rispondere. Una è la partecipazione alle fasi di ricerca e allestimento della mostra *Gucci Cosmos*, curata da Maria Luisa Frisa, nelle due tappe di Shanghai (Westbund Art Center, 28 aprile - 25 giugno 2023) e Londra (180 Studios, 11 ottobre - 31 dicembre). L'altro è la collaborazione alle attività dell'archivio di Emilio Pucci Heritage.

Queste esperienze mi hanno messo a confronto con due realtà molto diverse. La prima, quella di un archivio e di una mostra legati a un marchio che occupa una posizione di rilievo nel panorama della moda contemporanea. La seconda, quella di un archivio costruito e gestito da una famiglia ma che documenta un periodo cruciale della storia della moda italiana e che ancora rimane attivo attraverso progetti e collaborazioni. Ponendomi di fronte a questi progetti con uno sguardo critico formulato attraverso il confronto con i testi incontrati durante la ricerca, entrambe le esperienze mi hanno portato a interrogare il ruolo degli archivi e del direttore creativo, i processi di costruzione dell'heritage di un marchio e della sua comunicazione e a individuare gli strumenti con cui avanzare nelle mie riflessioni su questi temi.

La mostra *Gucci Cosmos* attraversa i 102 anni di storia del marchio fiorentino. Il progetto allestitivo è sviluppato dall'artista inglese Es Devlin, che ha immaginato un percorso attraverso sette ambienti dove esporre una selezione di oggetti provenienti dall'archivio Gucci curata da Maria Luisa Frisa. Gli ambienti sviluppano, attraverso le loro architetture e delle installazioni audio e video, alcuni dei codici del marchio: "Zoetrope" è dedicata al tema dell'equitazione; "Eden" al disegno "Flora" creato da Vittorio Accornero nel 1966; "Two", due colossi su cui vengono proiettate animazioni video che rielaborano completi d'archivio; "Archivio", che ricostruisce l'ambiente dell'archivio del marchio come un labirinto in cui sono esposti i più rappresentativi modelli di borse del marchio, foulard e riproduzioni di editoriali e pubblicazioni; "Cabinet of Wonders" e "Carousel", due meccanismi in movimento, il primo un cubo ispirato a una stanza dell'archivio Gucci a Palazzo Strozzi, il secondo una passerella in cui ruotano dei look che attraversano la storia del marchio e il lavoro dei suoi direttori creativi.

La mostra ha preso forma ed è stata inaugurata in un momento particolare per il brand. Alessandro Michele, direttore creativo di Gucci dal 2015, aveva annunciato a novembre 2022 la sua decisione di abbandonare la direzione creativa di Gucci. Il

suo successore, Sabato de Sarno, annunciato due mesi dopo nel gennaio 2023<sup>78</sup>, presenta la sua collezione a settembre 2023. Durante le fasi di ricerca e allestimento della mostra, la direzione creativa del marchio era affidata ad un gruppo collettivo di designer dello studio creativo di Gucci. Di conseguenza, la mostra è stata progettata in un momento in cui il brand era guidato da uno sguardo trasversale, che non favoriva nessuna lettura individuale, ma che rispecchiava i codici e il dna che hanno contraddistinto il marchio fiorentino attraverso i suoi cento anni di storia.

Questo ha introdotto la necessità di osservare il marchio con uno sguardo imparziale, evidenziando, al contrario, quanto il lavoro di un direttore creativo influenzi le letture dell'identità di un marchio e della sua storia. Come verrà esaminato più approfonditamente nel quinto capitolo della tesi, con il suo lavoro Alessandro Michele ha scardinato l'immaginario del marchio, rimescolando i suoi codici e introducendone di nuovi, individuati sia tra gli oggetti conservati nell'archivio che recuperando le storie parallele che hanno alimentato l'heritage del marchio al di fuori dei suoi confini, come il lavoro di artisti e designer che si sono appropriati dei simboli che definiscono l'identità di Gucci. Per esempio, le stanze del *Gucci Garden Galleria*<sup>79</sup>, inaugurata nel 2018 e curata da Maria Luisa Frisa, che allo stesso modo attraversavano la storia di Gucci con una selezione di oggetti dall'archivio del marchio, lo facevano per chiarire gli elementi che componevano il lavoro del direttore creativo Alessandro Michele.

L'esigenza di trasmettere, attraverso le diverse sezioni, l'heritage del brand fiorentino affrancandosi dalla lettura pervasiva di un direttore creativo è stato utile, a me, sia per mettere a fuoco gli elementi più significativi che Michele ha introdotto nel marchio - per esaminarli poi in questo elaborato - sia per osservare come le pratiche curatoriali e l'allestimento della mostra, i dialoghi instaurati dalla curatrice tra gli oggetti esposti, abbiano permesso di consolidare la narrazione di Gucci trovando gli espedienti per narrarla al pubblico della mostra. Queste relazioni hanno messo in comunicazione un complesso ecosistema di oggetti chiarendo, anche attraverso la loro materialità, gli elementi che tengono assieme le diverse visioni dei direttori creativi che hanno lavorato per il marchio. Inoltre, nel riallestimento della mostra per la sua seconda tappa a Londra, è stato interessante vedere come queste relazioni sono state aggiornate anche per introdurre il lavoro del nuovo direttore creativo, che aveva presentato il mese precedente all'inaugurazione della mostra la sua prima collezione per la linea femminile. L'introduzione di alcuni oggetti provenienti dalla collezione primavera/estate 2024 non ha solo comportato, per la curatrice, la

78. Laurie Guilbaut, "Gucci taps Sabato De Sarno as creative director", in *Vogue Business*, 28 gennaio 2023, ultimo accesso 27 settembre 2023: <https://www.voguebusiness.com/fashion/gucci-taps-sabato-de-sarno-as-creative-director>

79. Progetto a cui ho collaborato, nel 2017, nelle fasi di ricerca e allestimento.

necessità di rivedere le posizioni degli oggetti in mostra, ma ha anche causato la risignificazione di altri già parte del precedente allestimento, che posti a confronto con il lavoro del nuovo direttore creativo hanno approfondito o illuminato nuove possibili chiavi di lettura della storia di Gucci.

Osservare questi oggetti nel contesto della mostra, fuori dagli spazi dell'archivio dove sono conservati, e inseriti in un luogo progettato per permettere di costruire delle nuove relazioni tra essi mi ha spinto a riflettere anche sul ruolo delle mostre come strumento per la rappresentazione degli archivi. In particolare, il primo capitolo della tesi esamina la stanza "Archivio" di questa mostra, che ricostruisce - attraverso alcuni elementi architettonici e dei *props* - gli ambienti della sede dell'archivio Gucci di Palazzo Strozzi a Firenze.

Queste riflessioni si intersecano con quelle già esposte nell'introduzione riguardo al caso dell'archivio di Emilio Pucci Heritage. Allestito a Palazzo Pucci, dove il fondatore del marchio fiorentino, il marchese Emilio Pucci, è vissuto e ha lavorato, lo spazio dell'archivio si estende oltre alle sale in cui sono contenute le collezioni per confondersi negli ambienti che hanno fatto da sfondo alla storia del marchio.

Collaboro con Emilio Pucci Heritage dal 2018, coordinando progetti di ricerca e comunicazione che valorizzano la storia del marchio fiorentino. L'archivio, fondato nel 2001 da Laudomia e Cristina Pucci, documenta in maniera ininterrotta l'attività di Emilio Pucci e del suo marchio dal 1947 al 2020, con una collezione che include abiti e accessori, bozzetti, documenti, stampati, oggetti arredamento, opere d'arte e oggetti personali. L'archivio ha acquisito la sua struttura organica sotto la guida di Alessandra Arezzi Boza, che dal 2001 al 2015 ha dato forma al patrimonio conservato dallo stesso fondatore catalogandolo.

Il confronto con le attività di questo archivio ha permesso di identificare i processi che alimentano la costruzione e la comunicazione di una storia di moda anche quando si separa dal marchio che la ha costituita. Oltre a raccontare la storia del marchio Pucci, l'archivio racconta quella di una famiglia, di un momento preciso nello sviluppo dell'Italia del dopoguerra e dell'industria della moda italiana, dei suoi rapporti con la città di Firenze e con il panorama internazionale. Scandagliando trasversalmente l'archivio, è possibile trovare negli oggetti le tracce di queste storie, che riuniscono chi li ha disegnati, chi li ha prodotti e chi li ha indossati, dove sono stati presentati e in quali riviste sono stati pubblicati.

Anche nell'archivio di Emilio Pucci Heritage si incontrano le visioni di diversi direttori creativi, quelli che dal 2000 hanno guidato il marchio acquisito dal

conglomerato LVMH - Julio Espada, Christian Lacroix, Matthew Williamson, Peter Dundas e Massimo Giorgetti - e quelli che ho assistito nel loro attraversamento dell'archivio, tra cui, Christelle Kocher, che ha progettato la collezione autunno/inverno 2020 di Emilio Pucci, e Camille Miceli, direttrice creativa del marchio dal 2021.

Sono state queste occasioni che hanno dato forma inizialmente alle domande di questa ricerca e che hanno motivato ad approfondire il legame che unisce la figura del direttore creativo con il tema degli archivi e della costruzione e trasmissione dell'heritage del marchio per cui lavorano. Ogni direttore creativo ha affrontato le visite in maniera diversa, con una metodologia individuale che si esprimeva non solo nel confronto con gli oggetti, ma anche con la preparazione che precede la visita: dalle richieste alle aspettative riguardo a cosa trovare tra i contenuti dell'archivio. Ogni direttore creativo, inoltre, legge i contenuti attraverso la lente del suo tempo e del suo progetto, così gli stessi oggetti assumono diversi significati e si arricchiscono di strati di narrazioni diverse.

#### A.9 Struttura della tesi

Il capitolo "Archivi per la moda" risponde alla necessità di chiarire la posizione rispetto al tema dell'archivio e di tracciare una relazione tanto con le molte declinazioni del tema già ampiamente esplorate nel campo dei *fashion studies* che con le sue nuove iterazioni, per definire quando un archivio è di moda. Il capitolo attraversa la storia - recente - della formazione delle collezioni e degli archivi di moda prima nei musei e poi nelle aziende, seguendo un processo cronologico, e utilizzando le rappresentazioni degli archivi nelle mostre per riflettere sui modelli di archivio a cui la moda fa riferimento, riconoscendo il ruolo particolare che la materialità degli oggetti ricopre nella definizione dell'archivio nel campo della moda e approfondendo le complessità legate alla catalogazione degli eterogenei materiali raccolti in questi archivi. Il capitolo si conclude con un approfondimento del tema dell'archivio come spazio di produzione, concetto chiave per lo sviluppo del testo della tesi, attraverso i progetti di moda che ricorrono alle pratiche archivistiche.

Il capitolo "Heritage come procedimento progettuale" introduce il tema dell'heritage delineando prima una definizione del termine e lo stato attuale della riflessione sul concetto di patrimonio culturale, guardando sia a un più ampio contesto normativo occidentale che alle declinazioni e agli specifici interessi nell'ambito della moda. Successivamente, il capitolo si concentra sulle pratiche con cui i designer e i direttori creativi contribuiscono alla definizione del patrimonio culturale della moda. Vengono prese in analisi le collezioni di oggetti di moda create dai designer Cristobal Balenciaga, Azzedine Alaïa, Kim Jones, nate con il duplice



intento di aiutare i collezionisti nella progettazione delle loro collezioni ma anche di salvaguardare e conservare il lavoro di altri designer. Il capitolo approfondisce anche il parallelismo tra la figura del direttore creativo e quella del curatore, illustrando i casi in cui dei designer hanno utilizzato le mostre come *medium*. Viene delineata anche la figura del direttore creativo, diffusasi nel contesto della moda negli anni Novanta, con l'interesse di evidenziare il rapporto specifico che lega questa professione al tema dell'heritage, soprattutto nel caso delle grandi aziende e degli *heritage brand*, ovvero quei marchi alla cui storia è stato riconosciuto un importante peso economico e commerciale, oltre che culturale.

La seconda sezione della tesi analizza i processi di infiltrazione e compromissione, che lavorano sulla risignificazione dei codici e sulla riscrittura delle narrazioni dei marchi, chiarendo le pratiche progettuali che designer e direttori creativi hanno individuato per affrontare il loro rapporto con gli archivi di moda. Queste vengono approfondite attraverso i tre casi a cui vengono dedicati i successivi capitoli. Alessandro Michele considera il marchio Gucci un "laboratorio di hackeraggio", dove il direttore creativo può intervenire attraverso la manomissione dei suoi codici e dei suoi contenuti. Maria Grazia Chiuri si definisce una curatrice dell'heritage di Christian Dior, aiutandosi anche con la collaborazione di artiste e pensatrici per rileggere la storia del marchio francese. Virgil Abloh chiama "scorciatoie" i metodi progettuali che ha individuato nella sua carriera come designer, dj, architetto e direttore creativo e che applica trasversalmente nei suoi progetti, uno di questi, la "regola del 3%", secondo cui la modifica di una minima parte di un oggetto permetta di crearne uno totalmente nuovo. Nelle conclusioni, vengono tracciati dei parallelismi e delle analogie tra i metodi analizzati e vengono proposti nuovi piani di lettura del lavoro dei direttori creativi.

# Capitolo I

## Archivi per la moda

## 1.1 Quando un archivio è di moda?

Uno degli elementi che caratterizzano maggiormente il panorama della moda contemporanea è la crescente attenzione rivolta al tema degli archivi. Questi sistemi ordinati di documenti e oggetti, creati da organizzazioni, istituzioni, individui e aziende, costituiscono una preziosa risorsa per lo studio, la ricerca e la progettazione. Il moltiplicarsi degli archivi, accompagnato dalla nascita di nuovi modelli e forme di archiviazione, ha ampliato i loro campi di applicazione, portando in primo piano un tema prima riservato agli addetti ai lavori e rendendolo parte integrante della cultura della moda contemporanea.

Da quando, negli anni Novanta, i *fashion studies* si sono affermati nell'ambito accademico anglosassone, l'attenzione rivolta agli archivi ha evidenziato le diverse caratteristiche che questo tema ha assunto nell'ampio contesto della moda.<sup>1</sup> In primo luogo l'archivio è un dispositivo dove gli strumenti per la costruzione di una consapevolezza storica di questa industria sono accumulati, depositati e recuperati.<sup>2</sup> Negli archivi, gli studiosi possono confrontarsi con gli oggetti, analizzandoli e interpretandoli, trovando nei loro aspetti materiali - come la loro costruzione, i componenti e le tecniche con cui sono stati prodotti - fonti indispensabili per lo studio dei fenomeni della moda.<sup>3</sup> Inoltre, la biografia degli oggetti e le loro *material memories* - ovvero le storie degli oggetti e dei loro creatori, di chi li ha utilizzati

1. Heike Jenss individua la nascita dei *fashion studies* negli anni Novanta, come un campo interdisciplinare costituito dalla migrazione e dal mescolamento di più generi di studio, cominciato negli anni Settanta e Ottanta attraverso diversi campi di studio accademici. Heike Jenss, "Introduction. Locating Fashion/ Studies: Research methods, Sites and Practices", in Jenss, Heike, *Fashion Studies (Dress, Body, Culture)*. Londra: Bloomsbury Publishing, 2016. Edizione Kindle, p. 429. Con questo non si intende ignorare che il costume, l'abbigliamento e la moda siano stati oggetti di studio attraverso diverse discipline già a partire dall'Ottocento.
2. Si veda per esempio Lou Taylor, *Establishing Dress History*, Manchester: Manchester University Press, 2004; Lou Taylor, "Fashion, Historical Studies of", in Valerie Steele (a cura di), *The Berg Companion to Fashion*, Oxford: Bloomsbury Academic, 2010; Christopher Beward, "Between the Museum and the Academy: Fashion Research and its Constituencies", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 12:1, 2008, pp. 83-93; Maria Luisa Frisa, Gabriele Monti (a cura di), *Elda Cecchele: In forma di tessuto*, (catalogo della mostra, Schio, Spazio espositivo Lanificio Conte, 5 dicembre 2010 - 20 febbraio 2011), Venezia: Marsilio, 2010.
3. "Many scholars tend to ignore the important role that objects can play in the creation of knowledge. [...] Yet of all the methodologies used to study fashion industry, one of the most valuable is the interpretation of objects." Valerie Steele, "A Fashion Museum is more than a Clothes-bag", in *Fashion Theory*, 4:2, 2015, p. 327. Il tema è approfondito anche in: Karen Harvey, *Material Culture and History, A Student's Guide to Approaching Alternative Sources*, New York e London: Routledge, 2009; Lou Taylor, "Doing the Laundry? A reassessment of Object-based Dress History", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 2: 4, 1998, pp. 337-358; Alexandra Palmer, "Looking at Fashion: the Material Object as Subject", in Black, Sandy et. al, (a cura di), *The Handbook of Fashion Studies*, New York e Londra: Bloomsbury, 2014; Richard Martin, "Addressing the Dress", in Berger, Maurice (a cura di), *The Crisis of Criticism*, New York: The New York Press, 1998, pp. 51-70; Giorgio Riello, "The Object of Fashion: Methodological Approaches to the History of Fashion", in *Journal of Aesthetics and Culture*, vol. 3:1, 2011, pp. 3 - 9; Amy de la Haye, Judith Clark, "One Object: Multiple Interpretations", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol. 12:2, 2014, pp. 137 - 170; Christopher Beward, *The Culture of Fashion. A New History of Fashionable Dress*, Manchester e New York: Manchester University Press, 1995. Per una riflessione sulla materialità della moda nel contesto neo-materialismo: Anneke Smelik, "New materialism: A theoretical framework for fashion in the age of technological innovation", in *International Journal of Fashion Studies*, vol. 5:1, 2018, pp. 33 - 54.

e indossati e le tracce che hanno lasciato impresse - forniscono gli elementi per approfondire il ruolo di questi oggetti nel loro contesto sociale e personale.<sup>4</sup>

Gli archivi sono anche una risorsa per i curatori nel lavoro di ricerca per le loro mostre, dentro e fuori al museo.<sup>5</sup> Molti musei hanno cominciato a includere oggetti di moda nelle loro collezioni e a rivolgere la propria attenzione a quelli già posseduti anche grazie alla spinta ricevuta dal successo delle mostre dedicate alla moda.<sup>6</sup> In parallelo, riconoscendone la loro importanza strategica, marchi e aziende di moda hanno iniziato a costruire i propri archivi, per salvaguardare, alimentare e comunicare la propria storia e identità, anche attraverso i progetti dei designer.<sup>7</sup>

Altrettanta attenzione è stata dedicata a mappare il sempre crescente numero di archivi e collezioni dedicate alla moda, creando una rete di esperienze che ne mette in luce la varietà. Tra gli esempi più recenti, la conferenza *Archiving Fashion Conference: Mapping Fashion Collections*, organizzata dal Museum at FIT (New York, 11 novembre 2023), ha permesso di produrre una mappatura virtuale resa accessibile online.<sup>8</sup> Nella mappa, collezioni e archivi sono indicati per gli elementi raccolti al loro interno e che appartengono alla sfera di produzione e all'ambito della moda. Sono elementi progettuali e culturali, oggetti e immagini, abiti, accessori le informazioni raccolte negli archivi che vengono creati e utilizzati da figure e istituzioni legate alle diverse espressioni del sistema della moda nel mondo. L'attenzione al tema dell'archivio di moda è reso maggiormente in evidenza con il numero nove del magazine Archivio pubblicato nel 2023 e intitolato *The Fashion*

4. Alle *material-memories* nella moda è dedicato il primo volume del magazine *Vestoj: The Journal of Sartorial Matters*, n.1, 2009. Il concetto della biografia culturale di un oggetto è invece proposta da Igor Kopytoff nel 1986: Igor Kopytoff, "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process" in Appadurai, Arjun (a cura di), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, 1986, pp. 75 - 91.
5. Si vedano per esempio Mary M. Brooks, Dina D. Eastop, *Refashioning and Redress. Conserving and Displaying Dress*, Los Angeles: Getty Publications, 2016; Judith Clark e Amy de la Haye, *Exhibiting Fashion: Before and After 1971*, London-New Haven: Yale University Press, 2014; Hazel Clark e Annamari Vänskä, "Introduction: Fashion Curating in the Museum and Beyond", in Clark, Hazel e Vänskä, Annamari (a cura di), *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond*, London: Bloomsbury, 2017, pp. 1-15; Valerie Cumming, *Understanding Fashion History*, Londra: BT Batsford, 2004; Julia Petrov, *Fashion, History, Museums: Inventing the Display of Dress*, Londra: Bloomsbury, 2019; Elena Fava e Manuela Soldi, "Moda media storia. La ricerca di moda allo Csac", in Borgherini, Malvina et al. (a cura di), *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*, Milano: Mimesis, 2018, pp. 174 - 89.
6. Il fenomeno delle mostre di moda e il loro effetto sui musei che le ospitano viene spiegato in Valerie Steele, "Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 12:1, 2008, pp. 7-30.
7. Alessandra Vaccari, "Arquivos, arquivismo e design de moda: uma experiência didática", in *Dobras*, vol. 5, 2012, pp. 50 - 57; Federica Vacca, "The present future in fashion design: the archive as a tool for anticipation", in *Zone Moda Journal*, vol 6:1, 2016, pp. 38 - 47; Antonio Masciarillo, *Memoria, identità e progetto*, op. cit.; Deirdre Murphy "Dialogues between past and present", op. cit.; Federica Vacca, "The present future in fashion design: the archive as a tool for anticipation" in *Zone Moda Journal*, vol. 6:1, 2016, pp. 38 - 47; Ornella K. Pistilli, "The Heritage-Creativity Interplay", op.cit.; Kevin Almond "Disrupting the fashion archive", op.cit.; José Blanco F. e Andrew Reilly (a cura di), *Fashion, Dress and Post-Post Modernism*, Londra - New York - Dublino: Bloomsbury Publishing, 2022; Maria Luisa Frisa, *Le Forme della Moda*, cit.; Marie Riegels Melchior e Brigitta Svensson, *Fashion and Museums: Theory and Practice*, op.cit.
8. "Fashion & Textile Collections Global Index and Map", ultimo accesso 18 novembre 2023: <https://fashioncalendar.fitnyc.edu/page/fashion-archives-map>

*Issue*, curato da Marco Pecorari e Stefano Tonchi, che presenta alcune delle più importanti collezioni internazionali, accompagnate dalle riflessioni degli studiosi e dei curatori che le coordinano e utilizzano, e che includono tanto abiti e accessori, che profumi, materiali audiovisivi ed editoriali. Il volume è accompagnato da una scheda che aggiorna la rete di esperienze italiane, già organizzate, per esempio, nel progetto del portale degli Archivi della Moda del Novecento. Il portale, ospitato nel sito del Sistema Archivistico Nazionale italiano, rende disponibili i risultati del progetto, presentato nel 2009, con l'obiettivo di "di scoprire, valorizzare e rendere fruibile un ampio ventaglio di fonti, finora inesplorate, del patrimonio archivistico, bibliografico, iconografico, audiovisivo relativo alla moda italiana".<sup>9</sup>

Questi esempi portano a notare come le risorse digitali stiano permettendo, negli ultimi anni, di smaterializzare le collezioni per renderle accessibili a un più ampio pubblico online.<sup>10</sup> EFHA - European Fashion Heritage Association riunisce le collezioni digitali di diverse istituzioni europee, da quelle dei grandi musei dedicati al costume e alla moda come Victoria and Albert Museum di Londra, il Musée des Arts Décoratifs di Parigi, il Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti di Firenze, il Museo del Traje di Madrid, il Museu Do Design e Da Moda di Lisbona, e quelle musei privati o aziendali come Armani/Silos, Fondazione Cerratelli, Emilio Pucci Heritage e Museo Salvatore Ferragamo, permettendo di accedere ai documenti digitalizzati dei loro archivi.<sup>11</sup> Sebbene sia solo esemplificativa di quella che è la più ampia distribuzione degli archivi e, in parallelo, non includa quelli che per diversi motivi rimangono privati e non a disposizione del pubblico, il portale da la possibilità, con una veloce ricerca per un termine generico, di osservare come i materiali che inclusi in questi archivi rappresentino un vasto cosmo che restituisce diverse categorie oggetti: abbigliamento e accessori - prodotti da designer, ma anche costumi storici, regionali o nazionali, disegni, documenti cartacei, testi, materiali editoriali, fotografie e video, oppure sculture o dipinti e altre opere d'arte, giocattoli.

"Fashion is an object whose conservation and transmission are governed by complex social, economic, and political questions" scrive Valerie Steele.<sup>12</sup> Il suo mutevole significato si riadatta, secondo la studiosa Yunya Kawamura, nel corso della storia, secondo i costumi sociali e le abitudini vestimentarie delle persone nelle

9. Disponibile presso: [https://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?page\\_id=251](https://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?page_id=251), ultimo accesso 15 giugno 2023.
10. Tra questi progetti anche "We Wear Culture", parte del programma Google Arts & Culture, che rende accessibili digitalmente le collezioni di più di 180 musei nel mondo, ultimo accesso 18 agosto 2023: <https://artsandculture.google.com/project/we-wear-culture>
11. Il progetto continua l'esperienza del portale Europea Fashion, fondato nel 2014 con il supporto della Commissione Europea. "About Us", EFHA - European Fashion Heritage Association, ultimo accesso 18 agosto 2023: <https://fashionheritage.eu/about-us/>
12. Valerie Steele, "Museum quality", cit., p.8.

differenti strutture sociali.<sup>13</sup> Viene influenzato anche dalle diverse espressioni di un'industria manifatturiera, creativa e culturale che ha esteso ormai la sua influenza su molti aspetti del panorama contemporaneo. Elizabeth Wilson ha osservato che la particolarità della moda è il suo costituire simultaneamente un ramo dell'estetica, un passatempo di massa, un regime di immagini e un sistema di produzione industriale.<sup>14</sup> Questo insieme di significati, viene inoltre messo in “constant dialogue among diverse actors in society through their production and consumption of new artifacts”, come scrive José Teunissen.<sup>15</sup> Un sistema in cui, per Kawamura, “individuals related to fashion [...] engage in activities collectively, share the same belief in fashion and participate together in producing and perpetuating not only the ideology of fashion but also fashion culture which is sustained by the continuous production of fashion”.<sup>16</sup> Essere *alla moda* è una contrattazione che opera attraverso “a variety of time scales that are created by fashion as a system and by the personalized histories that intersect with the wearing of fashions”.<sup>17</sup> Invece, la parola *fashioning* - che può essere tradotta in “rendere di moda” - è un processo portato avanti dai designer, i quali animano oggetti di moda, dandogli vita. Questa azione è data dai creatori quanto dai consumatori che utilizzano e combinano questo oggetti e “occurs in networks of people and garments that produce the meanings of fashion”.<sup>18</sup>

La definizione di “archivio” è altrettanto articolata. Nella lezione “Archive Fever. A Freudian Impression”, il filosofo francese Jacques Derrida sosteneva che nulla è meno chiaro della parola archivio, o meglio, che “nothing is thus more troubled and more troubling today than the concept archived in this word ‘archive’”.<sup>19</sup>

Oggi l'archivio mantiene un'importante rilevanza nel tema della produzione culturale e la domanda “Cos'è un archivio?” sollecita molteplici risposte che possono essere formulate in relazione ai diversi contesti in cui viene posta. Allo stesso modo l'interrogativo permette di esplorare il tema attraverso le parole di teorici e studiosi, archivisti e pratiche che incrociano modelli di organizzazione e di conoscenza.

13. “It is difficult to give an exact definition of fashion because the word has had different connotations throughout history; the meaning and significance of the word have changed to suit the social customs and clothing habits of people in different social structures.” Yuniya Kawamura, *Fashion-ology: Fashion Studies in the Postmodern Digital Era (Dress, Body, Culture)* (edizione inglese), Bloomsbury Publishing, Edizione Kindle, 2023, p. 341.
14. Citata in Jeppe Ugelvig, *Fashion Work. 1993 - 2018. 25 Years of Art in Fashion*, Faenza: Damiani, 2020, p. 7.
15. José Teunissen, “Fashion: More Than Cloth and Form”, in Sandy Black et al. (a cura di), *The Handbook of Fashion Studies*, Londra: Bloomsbury Academic, 2013, pp. 197 - 214.
16. Yuniya Kawamura, *Fashion-Ology: An Introduction to Fashion Studies*, cit., p. 39.
17. Sophie Woodward, Tom Fisher, “Fashioning through materials: Material culture, materiality and processes of materialization”, in *Critical Studies in Fashion and Beauty*, vol. 5:1, 2014, p. 8.
18. *Ibid.*
19. Jacques Derrida, “Archive Fever: A Freudian Impression”, trad. Eric Prenowitz, in *Diacritics*, vol. 25:2, 1995, p. 57.

Secondo Ernst van Alphen, oggi gli archivi sono “*a basic symbolic mode on the basis of which we organize our life, the past, the present and the future*”.<sup>20</sup> Per Foucault, che nel suo testo *L'Archeologia del Sapere* interpreta lo studio dell'archivio con una ricerca archeologica sulle maniere di organizzare il sapere nella storia, l'archivio è così osservato come un sistema di regole che definisce tanto quello che è stato detto che quanto è possibile dire, un processo che determina che “all these things said do not accumulate endlessly in an amorphous mass, nor are they inscribed in an unbroken linearity, nor do they disappear at the mercy of chance external accidents”.<sup>21</sup> Il ricercatore Knut Ove Eliassen, studiando il lavoro di Foucault, evidenzia anche altre due definizioni che possono considerarsi ancora rilevanti nell'interpretazione che viene attribuita agli archivi nella moda. L'archivio è un luogo specifico, inteso come un rifugio, spazio di sperimentazione ed esperienza, socialmente e storicamente costruito che Foucault chiama *eterotopia*: “a place that, as it differs from the spaces that surround it, suspends the established schemata ordering the space-time order, and thus is experienced aesthetically”<sup>22</sup> dove è possibile incontrare il passato nella sua eterogeneità.<sup>23</sup> Inoltre, come istituzioni legate alla scrittura della storia, gli archivi funzionano sia come raccolte di documenti che come: “an instrument of power, discipline and knowledge”.<sup>24</sup>

Proprio la loro relazione con il potere e il controllo sulla storia ha posto gli archivi al centro del dibattito, dello studio e delle sperimentazioni di artisti e teorici. Questi che hanno avvertito la necessità di ampliare e rivedere la definizione di archivio per poter accogliere le complessità e le esperienze prima trascurate e rese necessariamente evidenti da uno sguardo più esteso e coinvolto nella registrazione della storia e della sua accessibilità.<sup>25</sup> Per gli accademici Daniel Marshall, Kevin P. Murphy e Zeb Tortorici l'archivio è uno spazio evasivo e dinamico “animated by the tensions of knowledge production, absence, and presence”.<sup>26</sup> Mentre per Tom Nesmith, che si dedica allo studio degli archivi e alla revisione del concetto di archiviazione nel panorama postmoderno, l'archivio è “an ongoing mediation of understanding of records (and thus phenomena), or that aspect of record making which shapes this understanding through such functions as records appraisal,

20. Ernst van Alphen (a cura di), *Productive archiving*, op. cit., p. 29.
21. Michel Foucault, *The Archaeology of Knowledge*, trad. A. M. Sheridan Smith, Londra: Routledge Classics, (1969) 2002, p. 145.
22. Knut Ove Eliassen, “The Archives of Michel Foucault”, in Røssaak, Eivind (a cura di), *The archive in motion: new conceptions of the archive in contemporary thought and new media practices*, Oslo: Novus Press, 2010, p. 33.
23. “An encounter that for Foucault remained aesthetic in the most literal sense as a bodily experience, as a displacement of the self”, *ivi.*, p. 5.
24. *Ibid.*
25. Ne parla Tom Nesmith, “Still Fuzzy, But More Accurate: Some Thoughts on the ‘Ghosts Of Archival Theory’”, in *Archivaria* 47, febbraio 1999, pp. 136 - 50.
26. Daniel Marshall, P. Murphy, Zeb Tortorici, “Editors' Introduction. Queering Archives: Intimate Tracings”, in *Radical History Review*, vol. 122, 2015, p.1.



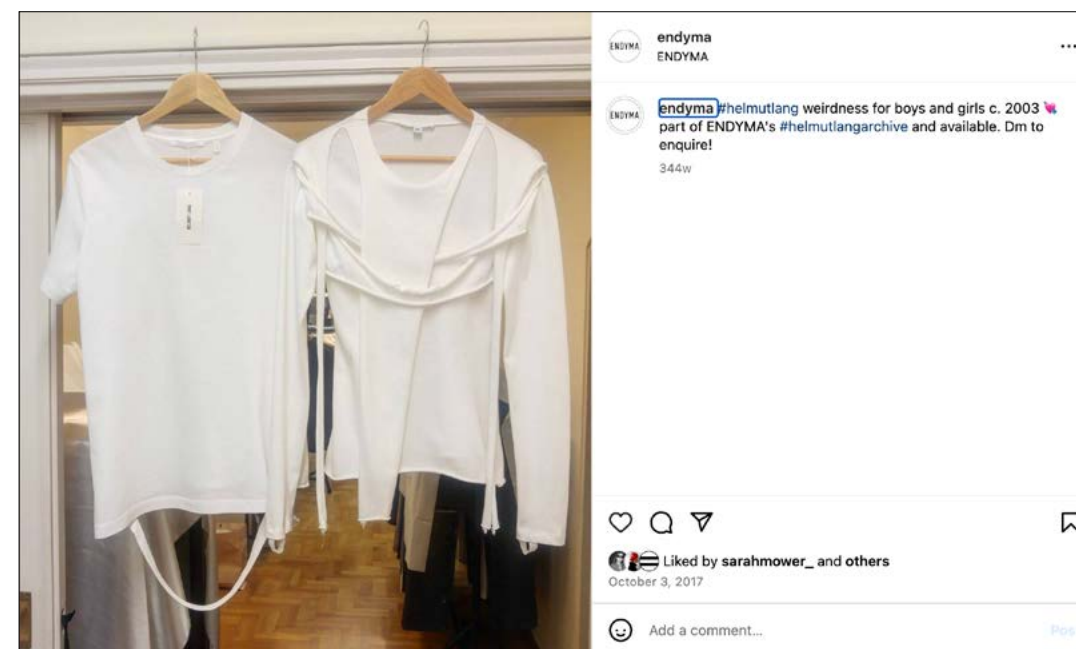
processing, and description, and the implementation of processes for making records accessible”.<sup>27</sup>

È nel contesto postmoderno che il tradizionale concetto di archivio è stato ampliato, così da accogliere pratiche che permettono l’inclusione di oggetti e documenti relativi a campi della produzione culturale precedentemente ignorati o inesplorati.<sup>28</sup> Una di queste discipline è la moda. La storia degli archivi nella moda è quindi piuttosto recente. Le prime collezioni dedicate agli abiti e accessori hanno iniziato a formarsi solo nella seconda metà dell’Ottocento, con un interesse legato più al valore del materiale che al valore sociale, artistico e culturale di questi oggetti.<sup>29</sup> Grandi istituzioni come il Victoria and Albert Museum di Londra, invece, hanno cominciato a collezionare sistematicamente il lavoro dei fashion designer solo all’inizio degli anni Settanta.<sup>30</sup> Gli archivi e le collezioni create dai brand iniziano a svilupparsi solo a partire negli anni Ottanta.<sup>31</sup> Nonostante oggetti di moda e costume facciano parte delle collezioni di musei e altre istituzioni da oltre cinquant’anni, il dibattito rispetto al loro ruolo nelle collezioni e negli archivi è ancora in corso.<sup>32</sup>

Le pratiche e i concetti di archivio si sono trasformati sotto l’impatto dei radicali cambiamenti introdotti dalle tecnologie degli ultimi anni, come osservato dal teorico Eivind Røssaak: “film, video, television, sound recording, computers, the Internet and new mobile media seem to have instigated a general storage mania and a proliferation of both public and private archival practices. These technologies also challenge traditional notions of the permanence and stability of the archival document, storage, preservation, classification and access”.<sup>33</sup> Queste innovazioni si riflettono anche sul modo in cui il concetto di archivio di moda è stato adottato e tradotto nel campo delle piattaforme digitali.

Tra i casi che ricorrono al termine “archivio di moda” ci sono infatti anche diverse esperienze che prendono forma su diversi nuovi media digitali.<sup>34</sup> Sulla piattaforma di condivisione di brevi video TikTok, con l’*hashtag* #archivefashion, che nel

27. Tom Nesmith, “Reopening archives: bringing new contextualities into archival theory and practice, in *Archiviaria* 60, 2005, p. 262.
28. Cfr. Tom Nesmith, “Seeing Archives: Postmodernism and the Changing Intellectual Place of Archives”, in *The American Archivist*, vol. 65, 2002, pp. 24 - 41.
29. Anne Peirson-Smith, Ben Peirson-Smith, “Fashion Archive Fervour: the Critical Role of Fashion Archives in Preserving, Curating, and Narrating Fashion” in *The Journal of the Archives and Records Association*, 41, 2021, p. 274.
30. Maria Luisa Frisa, *Le forme della moda*, cit., p. 91.
31. Lauren Sherman, “For brands big and small, fashion archives can be a powerful assets”, in *The Business of Fashion*, 18 novembre 2013, ultimo accesso 17 settembre 2021: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/for-brands-big-and-small-fashion-archives-can-be-a-powerful-asset>
32. Anne Peirson-Smith, Ben Peirson-Smith, “Fashion archive fervour”, p. 277.
33. Eivind Røssaak, “The Archive in Motion: An Introduction” in Røssaak, Eivind (a cura di), *The archive in motion*, cit., p. 11.
34. Marco Pecorari riflette su questi nuovi modelli in “Fashion archives, museums and collections in the age of the digital”, in *Critical Studies in Fashion & Beauty*, vol. 10:1, 2019, pp. 3 - 29.



↑ Un post della pagina Instagram di *Endyma*, pubblicato il 3 ottobre 2017.

2022 ha registrato più di 251 milioni di visualizzazioni,<sup>35</sup> gli utenti condividono la loro conoscenza riguardo a rari pezzi d'archivio - oggetti di moda che non solo appartengono a collezioni passate, ma che segnano un preciso momento focale della storia di un marchio o del lavoro di un designer. Altri brevi video danno consigli su come costruire una propria collezione, o mostrano come i collezionisti si prendono cura dei propri oggetti, condividendo la loro esperienza e la loro storia, pezzi di brand come Prada, Christian Dior, Raf Simons, ma anche capi indossati da *celebrities* in occasioni come *red carpet*, film e video musicali.<sup>36</sup> Un altro *social media* dove il tema dell'archivio di moda è altrettanto diffuso è Instagram. Sulla piattaforma sono innumerevoli le pagine, di diverso seguito, dedicate alla pratica di archiviare immagini di moda. 1Granary, piattaforma online creata dagli studenti della Central Saint Martins, pubblica una lista di pagine consigliate per la ricerca nel 2021 con il sottotitolo "Turn your Instagram feed into a fashion archive".<sup>37</sup> Le pagine pubblicano con cadenza regolare immagini recuperate online o digitalizzate da pagine di diverse riviste, dedicate al lavoro di designers o brand preferiti.<sup>38</sup> Altre condividono foto dei pezzi delle proprie collezioni come il progetto di Endyma Berlin, uno dei diversi nati collezionando il lavoro di designer e che ne mettono a disposizione i propri pezzi per ricerca o per styling. Altro caso più famoso è l'archivio di David Casavant, che regolarmente ha prestato i suoi pezzi ad artisti come Kanye West. Anche su YouTube, appassionati di moda pubblicano sui loro canali video dove attraversano il loro "archivio", e mostrano i pezzi preferiti di "archival fashion". Il fascino dell'archivio è testimoniato anche dai diversi brand che, negli ultimi anni, sono stati fondati portando questo nome, come INFINITE ARCHIVES, fondato nel 2015,<sup>39</sup> il brand italiano Archivio<sup>40</sup> o il brand coreano Post Archive Faction.<sup>41</sup> Oppure siti come The Game Fashion Archive, dedicato a collezionare i look dei personaggi di videogiochi come *Final Fantasy* o *Xenoblade Chronicles*,<sup>42</sup> o progetti dedicati alla ricostruzione di abiti e altri oggetti conservati negli archivi in digitale.<sup>43</sup>

35. Kati Chitrakorn, "The fight for the fashion archive: Brands, collectors and Gen Z face off", *Vogue Business*, 27 aprile 2022, ultimo accesso 12 agosto 2022: [voguebusiness.com/fashion/the-fight-for-the-fashion-archive-anna-sui-pucci-brands-gen-z-face-off](https://voguebusiness.com/fashion/the-fight-for-the-fashion-archive-anna-sui-pucci-brands-gen-z-face-off)
36. Kristen Bateman, "How TikTok is fostering a new generation of fashion archivists", *Refinery29*, 30 giugno 2021, ultimo accesso 13 agosto 2022: <https://www.refinery29.com/en-us/2021/06/10553967/archive-fashion-tiktok-trend>
37. Georgia Canning, "13 fashion instagram accounts you can use for research", *1Granary*, 19 maggio 2021, ultimo accesso 28 agosto 2023: <https://1granary.com/miscellaneous/16-fashion-instagram-accounts-you-can-use-for-research/>
38. Le pagine suggerite includono @mcqueen\_vault (176.000 followers), @cdgarchive (70.000 followers), @themartinmargielaarchives (3.800 followers), @prada.archive (106.000 followers), @oneofakin.archive (44.400 followers), @everyoutfitsatc (8.246 followers), ma altri esempi includono @newbottega (1,3 milioni di followers), @oldceline, @tomfordgucci.
39. Ultimo accesso 24 aprile 2024: <https://infinitearchives.com/pages/about>
40. Ultimo accesso 24 aprile 2024: <https://www.archiviowebsite.com/our-vision/>
41. Ultimo accesso 24 aprile 2024: <https://postarchivefaction.com/>
42. Ultimo accesso 24 aprile 2024: <https://gamesfashionarchive.net/viewer/>
43. Tra questi, d\_archive (<https://darchive.io/>) e The Virtual Fashion Archive (<https://virtualfashionarchive.com/>), ultimo accesso 24 aprile 2024.

Questi casi, seppure lontani da una tradizionale definizione di archivio, sono invece il prodotto di un nuovo modo di accostarsi alle pratiche archivistiche nella moda, anche sfruttando la struttura di questi media. Riflettono il fascino che gli archivi ricoprono in questo campo, discutendo dell'archivio come una pratica permeabile e condivisa, una serie di azioni e gesti distinguibili nel campo della moda.

Di fronte all'eterogeneità delle esperienze che ricadono nella definizione di "archivio di moda" (*fashion archive*), questo capitolo si interroga su quali siano le caratteristiche rendono un archivio *di moda*. Marco Pecorari scrive che:

To archive fashion means to register a system of material and immaterial practices that exceed the collection of garments. Sketches, patterns, accessories, photographs, invitations, press releases, textile samples, oral histories are also crucial documents that evidence the different hierarchies within archiving fashion and evoke the misuses of the term fashion archive in our daily discourse.<sup>44</sup>

Sono le storie che hanno dato forma agli archivi che regolano anche ciò che si può scrivere dagli archivi, sostiene Elizabeth Yale.<sup>45</sup> Per poter distinguere, quindi, una particolare categoria dal più generale ed esteso panorama degli archivi, si possono tenere in considerazione le pratiche discorsive che individuano processi, tradizioni e tematiche che e che rendono un genere di archivio un'espressione specifica del campo della moda. La performatività della definizione di archivio, secondo Paul Clarke:

[...] rules and shapes an artistic discipline or art institution's future, commanding the re-writings and re-makings of the past that history can perform. The archive thus brings the artefact to a place where simultaneously memory is claimed and a future authority asserted; to *acts of ordering* that the future use and performance of artefacts or archives inevitably participates in and extends.<sup>46</sup>

44. Marco Pecorari, "Public & Institutional", in *Archivio Magazine*, vol. 9, 2023, p.8.
45. Elizabeth Yale, "The History of Archives: The State of the Discipline", in *Book History*, vol. 18, 2015, pp. 333-359.
46. Paul Clarke et al., "Introduction: inside and outside the archive", in Paul Clarke et al., *Artists in the Archive. Creative and Curatorial Engagements with Documents of Art and Performance*, Abingdon-New York: Routledge, 2018, p. 13.



↑ Una delle sezioni della mostra *Selection I: Backstage*. Foto di Koen de Waal, 2002.

Una serie di pratiche che si possono individuare tanto nell'ambito delle istituzioni, che in quello dei marchi. I primi mettono in scena l'archivio e a sua rappresentazione sia nelle mostre che attraverso i diversi canali di comunicazione - *social media*, pubblicazioni e progetti editoriali - che permettono di narrare quello spazio che, per definizione e tradizione, è solitamente inaccessibile, i secondi utilizzano l'archivio non come centro di controllo e conservazione della propria storia ma come un media, con cui rappresentare ideali, codici e messaggi. Da questo punto di vista, l'archivio di moda possiede a una precisa grammatica con cui viene messo in scena, ed è costituito dagli immaginari con cui viene raccontato e mostrato dalle istituzioni che si occupano di regolare e esplorare l'idea di archivio:

To put the archive on show, a widespread practice these days, does not only mean exhibiting the secret treasures of an institution and bringing to light hidden and precious documents sedimented over time; it also means putting these treasures at risk – exposing them, really – according to the most allusive methods able to allow a real ‘epiphany’, a revelation, and an ‘apparition’, in which we ask questions, rather than giving definite answers.<sup>47</sup>

Questo primo capitolo delinea i discorsi che individuano la specificità dell'archivio di moda attraverso i musei e i brand, per poi rivolgere lo sguardo a progetti che riflettono la moda e le sue pratiche archivistiche. Le rappresentazioni e messe in scena dell'archivio aiutano a ricostruire il discorso dell'archivio di moda, distinguendolo dagli altri modelli e mettendone in evidenza le specificità e i paradossi.

## 1.2 Archivi e musei di moda

Una delle dimensioni in cui viene discusso e affrontato il tema dell'archivio di moda è quella del museo. Come istituzione strettamente fondata sull'attività ordinatrice e catalogatrice dell'archivio, il museo è lo spazio in cui l'archivio di moda trova una sua prima rappresentazione attraverso i diversi processi che espongono, regolano, e rendono accessibili i suoi contenuti e la sua struttura. Non solo il museo è un'istituzione dove gli oggetti di moda vengono raccolti, conservati e studiati, ma anche perché è nei musei che gli archivi di moda vengono rappresentati, spesso attraverso l'attività del fare mostre. Il museo è anche uno spazio di rappresentazione,

47. Mario Lupano, "L'archivio in mostra: Materialità documentaria e dispositivo visionario", in *Archivi e mostre: Atti del primo Convegno Internazionale Archivi e Mostre*, Venezia: Edizioni La Biennale di Venezia, 2013, p. 214.



o, come lo chiama Paul B. Preciado in *Inside the Museum's Body*, è una “factory of representation”.<sup>48</sup> John Potvin definisce i musei come degli spazi che influenzano il modo in cui la moda viene esposta e rappresentata.<sup>49</sup>

Cercando il modo di mettere in mostra i suoi archivi, e di portare nelle sue sale lo spazio dei depositi, il museo diventa uno dei principali agenti nella rappresentazione di quello che è l'archivio di moda. Di seguito vengono esaminati alcuni casi di mostre e progetti che mettono in scena, nello spazio del museo, l'archivio di moda. Questi progetti permettono osservare le forme con cui l'archivio di moda viene messo in scena, in relazione alle forme e allo sviluppo degli archivi di moda nei depositi e nelle collezioni dei musei.

Un caso esemplare è la mostra *Selection I: Backstage*, prima mostra organizzata dal MoMu - Museo della Moda di Anversa in occasione della sua apertura nel 2002 (21 settembre 2002 - 16 febbraio 2003).<sup>50</sup> La mostra espone una prima selezione della collezione accolta nel nuovo museo, costruita a partire dai materiali raccolti dal precedente “Provincial Textile and Costume Museum” ospitato nel castello di Vrieselhof, nella provincia di Anversa, dal 1977 al 1999. Capi di moda contemporanea, e capi storici sono accolti nel museo con particolare attenzione a quelli delle collezioni prodotte da designer formati ad Anversa.<sup>51</sup>

La mostra, organizzata in sezioni tematiche e non cronologiche, espone i pezzi della collezione uno accanto all'altro, senza distinzione, in un allestimento sviluppato ragionando sull'idea di deposito. Il progetto allestitivo, realizzato dal curatore della mostra Bob Verhelst, mette in scena una rappresentazione dello spazio fisico dell'archivio del museo riproducendo scatoloni e box di cartone. Qui abiti e accessori, ma anche campioni di ricami, pizzi e bambole, sono appesi o distesi, avvolti nella carta anti-acida protettiva, nell'atmosfera disordinata del dietro-le-quinte, il *backstage*, contrapposta, secondo il curatore, a quell'ordine che creato dalle mostre.<sup>52</sup>

48. Paul B. Preciado, “Inside the Museum's Body,” in D. Christ, Hans et al. (a cura di), *The Beast and the Sovereign*, Lipsia: Spector Books, 2018, p. 101.

49. John Potvin, “Introduction: Inserting Fashion into Space”, in Potvin, John, (a cura di), *The Places and Spaces of Fashion. 1800–2007*, Londra: Routledge, 2009, p.6.

50. Il titolo della mostra è programmatico, nel 2007 fa seguito una seconda edizione della mostra: *The MoMu Collection: Selection II*, a cura di Kaat Debo e allestimento di Bob Verhelst (8 settembre 2006 – 17 luglio 2007).

51. A partire dalla fine degli anni Ottanta, un gruppo di studenti formatosi al Royal College of Arts di Anversa, tra cui Martin Margiela e poi il gruppo di designer rinominati “The Antwerp Six” ha catturato l'attenzione internazionale per un rigoroso e radicale approccio alla moda. La scuola è diventata un centro di interesse che ha visto la formazione di diversi protagonisti della moda contemporanea, come Raf Simons, Valerie Branquinho e più recentemente, Demna Gvasalia e Glenn Martens.

52. Dal sito del MoMu, ultimo accesso 16 agosto 2023: <https://www.momu.be/en/exhibitions/selection-i-backstage>

Capovolgendo lo spazio della mostra, il museo invita i visitatori a entrare nello spazio del proprio archivio e a osservare i pezzi spogli dell'attenzione di cui vengono invece investiti nelle mostre, quando si trovano sotto teca o installati su un piedistallo.<sup>53</sup> Linda Loppa, al tempo direttrice del museo, apre con questa riflessione il capitolo “Collecting” del catalogo che accompagna la mostra:

A museum is a place for contemplation, reflection, study and repose, a place where looking is more important than listening, reading or talking. MoMu is no exception. When we look at clothing and textiles a story emerges of cultural identity, time and our origins, human behaviour and customs, and the spirit of an age. Looking should lead to study and dialogue.<sup>54</sup>

Con questa mostra, il nuovo museo esplora sia la dimensione del museo di moda, delineando la sua missione rispetto alla propria collezione e il modo di rappresentarla attraverso le mostre, che, come scrive Marco Pecorari:

[...] state the new approach to fashion history, where the archive is no longer a closed dead repository of clothes that corresponds to an idea of order. On the contrary, the archive is intended as an active, Derridean dimension where the contemporary dress is put in constant dialogue with the historical dress, but also with other fashion materials (sketches, patterns, etc.), to activate new creative processes of interpreting fashion history.<sup>55</sup>

Il display ricostruisce l'immaginario dell'archivio attraverso la sua grammatica, allacciandosi alla narrazione dell'archivio del museo come spazio chiuso e inaccessibile, ricreando una versione ideale e storica di quello che è l'archivio del museo, invece rinnovato e documentato nelle pagine del catalogo, e contribuendo alla costruzione di quello che è l'immaginario dell'archivio degli oggetti di moda trovano al suo interno. L'attenzione riposta nella rappresentazione dello spazio del museo evidenzia anche l'importanza degli aspetti strutturali dell'archivio, un tema che ricorre anche nel mostrare nelle foto e online la struttura del museo come

53. *Ibid.*

54. Linda Loppa, “Collecting”, in Kaat Debo et al. (a cura di), *Het ModeMuseum = The Fashion Museum, Backstage* (catalogo della mostra *Selection I: Backstage*, a cura di Bob Verhelst, Anversa, Fashion Museum of the Province of Antwerp, 21 settembre 2002 - 16 febbraio 2003), Ghent: Ludion, 2002, p. 129.

55. Marco Pecorari, “The MoMu Effect: On the Relation between Fashion Design and Fashion Museum”, in Ballarin, Matteo e Dalla Mura, Maddalena, (a cura di), *Museum and Design Discipline*, atti della conferenza organizzata dall'Università luav di Venezia in collaborazione con l'Unità di Ricerca in Musicologia del Design dell'Università luav di Venezia, 2011.

uno spazio connotato da una precisa estetica, tanto quanto per mettere in luce l'importanza della sua innovazione e avanzamento tecnologico.

Il caso del MoMu è esemplare nel contesto delle istituzioni dedicate alla moda e delle collezioni che, soprattutto negli ultimi anni, hanno preso forma globalmente nei musei. La messa in scena e la rappresentazione del proprio archivio permette di introdurre una riflessione sul formato, l'architettura, fisica e concettuale, dell'archivio di moda. Come scrive lo storico e critico dell'architettura contemporanea Mario Lupano, "the museum becomes an archive when it wants to become more dynamic, active, an avant-garde machine – inserting at its core an anti-institutional germ".<sup>56</sup>

L'istituzione di collezioni museali e le mostre dedicate alla moda nei musei sono un fenomeno in espansione, tuttavia relativamente recente. Come anticipato nell'introduzione a questo capitolo, anche se alcuni musei hanno cominciato a raccogliere oggetti di costume già dalla seconda metà del diciannovesimo secolo, il ruolo che questi hanno ricoperto nella loro storia è stato secondario.<sup>57</sup> Questa condizione era influenzata dalla comune opinione che riteneva gli artefatti tessili un campo specialmente femminile, e la moda, in particolare per la sua natura frivola e sfuggibile, legata al consumo, non degna di essere collezionata dal museo - un giudizio rivolto specialmente verso gli oggetti prodotti industrialmente.<sup>58</sup> Inoltre, una visione moralistica che divideva il lavoro dal piacere, distinguendo tra queste delle forme di alto e basso livello culturale, riteneva che attribuire il valore solitamente riconosciuto ai prodotti artistici non si allineava con il degradante piacere fisico del corpo legato invece alla moda.<sup>59</sup>

Contemporaneamente, è il valore emotivo ed evocativo che il legame con il corpo - soprattutto con quello del suo proprietario - e che unisce gli abiti al tema delle memoria e del ricordo, che ha portato all'abitudine condivisa di conservare e tramandare nelle collezioni di famiglia i propri abiti e quelli appartenuti ai parenti e alle generazioni precedenti.<sup>60</sup> Sempre il legame con il passato, il suo immaginario e i suoi costumi, ha convinto, in Francia, artisti come pittori ad acquistare e conservare costumi storici come strumenti e costumi per ricreare scene storiche da rappresentare nel loro lavoro.<sup>61</sup>

56. Mario Lupano, "L'archivio in mostra", *op. cit.*, p. 212.

57. Il Victoria and Albert Museum, per esempio, museo nazionale britannico dedicato alle arti decorative, ha cominciato a collezionare abbigliamento dalla sua fondazione nel 1852. Il tema viene esplorato da Valerie Steele in "A Museum of Fashion is More than a Clothes Bag", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 2:4, 1998, pp. 327 - 336.

58. Anne Peirson-Smith, Ben Peirson-Smith, Ben, "Fashion Archive Fervour", p. 294.

59. *Ivi.*, p. 278.

60. Una delle più antiche collezioni di costume del V&A consiste negli abiti appartenuti e conservati dalla famiglia Isham: Lou Taylor, *Establishing Dress History*, Manchester: Manchester University Press, 2004, p. 6.

61. La Société de l'Histoire du Costume, fondata nel 1907, fece dono della sua collezione al Carnavalet Museum di Parigi nel 1920. *Ivi.*, p. 157.



↑ L'attrice Tilda Swinton nella performance *Impossible Wardrobe*, ideata da Olivier Saillard, 2012. Foto di Katerina Jebb.

Tuttavia, questo sentimento rispetto al ruolo che la moda doveva ricoprire nel museo è persistito fino al ventesimo secolo. Ne è esempio la mostra *Are Clothes Modern?* organizzata dall'architetto Bernard Rudofsky al MoMA - Museum of Modern Art di New York, nel 1944. Il progetto mirava a mostrare “the maze of irrational clothing” invitando i visitatori a ignorare “the appeals of advertisers and fashion editors”.<sup>62</sup> Proprio la distanza presa dall'industria della moda ha portato il museo a decidere di non collezionare oggetti di questa categoria.<sup>63</sup>

Nel saggio “Fashion Archive Fervour”, Anne e Ben Peirson-Smith affrontano il dibattito che riguarda il ruolo degli oggetti e artefatti di moda nelle collezioni e negli archivi, riflettendo sulla recente consapevolezza che ha portato designer, brand e musei a creare, accumulare e gestire archivi dedicati alla moda.<sup>64</sup> Sono gli aspetti materiali della moda e il suo privilegiato legame con il corpo che hanno contribuito a riconoscere il valore degli oggetti e portato i musei a fare spazio nelle loro collezioni.<sup>65</sup> Questo cambio di paradigma ha riconosciuto alla moda invece il significativo ruolo di contribuire alla storia sociale e culturale, considerando la formazione dell'identità attraverso l'abbigliamento e il *fashioned body* come sito di una seria analisi culturale: “individuals across time, space and place consistently use or technologize the site of the body to communicate and perform identity, belonging and difference”.<sup>66</sup>

Nel 2017, il MoMA presenta la mostra *Item: Is Fashion modern?*, a cura di Paola Antonelli (1 ottobre 2017 - 28 gennaio 2018) la prima interamente dedicata alla moda dal 1944. La mostra riprende la domanda posta da Rudofsky e mostra 111 oggetti tra cui le acquisizioni di pezzi di moda del museo, rivalutando la propria collezione e l'appartenenza della moda al museo. Già negli anni Settanta il lavoro di affermati curatori ha portato le grandi istituzioni a rivalutare la propria collezione e la posizione della moda nei loro depositi. Negli Stati Uniti, sono le scenografiche mostre curate da Diana Vreeland al Metropolitan Museum of Art di New York, che rivoluzionano la figura del curatore tracciando una netta distinzione tra il modo di fare le mostre dedicate alla moda prima e dopo di lei.<sup>67</sup> In Inghilterra, è Cecil Beaton che con la mostra *Fashion: An Anthology by Cecil Beaton*, inaugurata nel 1971, invita il Victoria and Albert Museum di Londra a guardare alla moda sotto un diverso punto di vista, già promosso sotto l'influenza del lavoro

62. In *Re-fashioning the institution: Reflections on the Temporary Fashion Museum*, ultimo accesso 18 ottobre 2023: <https://nieuwinstituut.nl/en/projects/tijdelijk-modemuseum/het-instituut-opnieuw-vormgeven-bespiegelingen-over-het-tijdelijk-modemuseum>

63. Ibid.

64. Anne Peirson-Smith, Ben Peirson-Smith, “Fashion Archive Fervour”, *op. cit.* p. 274.

65. *Ivi*, p. 279.

66. *Ivi*, p. 275.

67. Gabriele Monti, “After Diana Vreeland: The Discipline of Fashion Curating as a Personal Grammar”, in *Catwalk*, vol. 2:1, 2013, pp. 63 - 90.

di James Laver.<sup>68</sup> È interessante notare, perché paradigmatico per il ruolo che gli oggetti coprono nei musei, che la spinta alla collezione di oggetti di moda al Victoria and Albert Museum è conseguita alla considerazione dell'alta moda come un'opera d'arte: “The museum's analogy between couture pieces and works of art transformed the couturier into an artist and textile fashion into an artistic practice”.<sup>69</sup>

Il valore dell'inclusione degli oggetti di moda è ancora dibattuto nel campo della *archive theory* rispetto all'aderenza al canone archivistico e riconoscendo la dubbia validità di alcune interpretazioni di heritage.<sup>70</sup> Paradossalmente, sono proprio le qualità che prima hanno portato i musei a ignorare il fenomeno della moda, a rivalutare il ruolo degli oggetti di moda nelle loro collezioni e il loro contributo. Da un lato, gli oggetti sono stati riconosciuti come importanti documenti che permettono di ricostruire una storia industriale, culturale e sociale. Dall'altra, è riconosciuto il valore non solo della produzione della moda, ma anche del suo ruolo come un elemento identitario che si riunisce tra gli elementi che ricostruiscono l'heritage di un paese. Documentano inoltre un grande passaggio nella storia della produzione e della tecnologia, della maniera in cui l'abito viene indossato e le evoluzioni del costume.

Il dibattito si è spostato verso il riconoscimento di questi oggetti come una risorsa essenziale per lo studio della moda e la sua storiografia.<sup>71</sup> Il ruolo degli oggetti e della loro conservazione nelle collezioni di musei e archivi è stato più volte difeso dalla comunità di storici e studiosi legati al campo dei *fashion theories, studies* e la storia del costume, considerandoli una risorsa per lo studio materiale e della produzione legata alla moda, che aiuta a ricomporre quindi una storia della moda che tiene conto delle sue tecnologie, tecniche e trasformazioni, quanto riconoscendo nella moda un registro di quelli che sono i mutamenti della società e una espressione della loro posizione nella storia. Inoltre, l'heritage e la costruzione di una identità nazionale, mediata dal museo come istituzione culturale, ha individuato anche la necessità della creazione di collezioni di moda aggiornate che potessero documentare e raccogliere l'evoluzione di uno stile sia nazionale, ma anche regionale e territoriale, includendo oggetti di moda anche nelle collezioni di musei non solo etnografici ma anche cittadini e comunali e portando le grandi istituzioni a conservare e acquistare i pezzi dei designer del loro paese. Il già citato esempio del MoMu è indicativo di come un museo collezioni, mostri e dialoghi con una moda non solo nazionale, ma anche regionale e cittadina, legata anche alle case di moda che hanno reso Anversa una città della moda.

68. Judith Clark e Amy De la Haye, *Exhibiting Fashion: Before and After 1971*, cit.

69. Anne Peirson-Smith, Ben Peirson-Smith, “Fashion Archive Fervour”, *op. cit.* p. 277.

70. Ibid.

71. Lou Taylor, *Establishing Dress History*, cit, pp. 64 - 65.



Altri esempi che mettono scena e immagina struttura di quello che può essere un archivio di un museo dedicato alla moda sono a mostra *Anatomie d'Une Collection* (Parigi, Palais Galliera, 14 maggio - 23 ottobre 2016) oppure *Il Museo Effimero della Moda* (Firenze, Palazzo Pitti, 13 giugno - 21 ottobre 2017) entrambe curate da Olivier Saillard, che attraversano la collezione del Palais Galliera e del Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti, nato con il nome di Galleria del Costume e della Moda nel 1983 come prima collezione statale dedicata alla moda in Italia. La seconda mostra espone gli abiti di costume nelle scatole e gli abiti distesi e riflette sul passaggio del museo da galleria del costume a museo di moda, riportando alla luce quello che è conservato nell'archivio. La qualità performativa degli oggetti di moda nel museo e il legame tra corpo e archivio è stato per esempio con le diverse performance messe in atto da Olivier Saillard con l'attrice Tilda Swinton, in cui l'archivio del museo viene esplorato dall'attrice che indossa e movimentata gli oggetti, imitando le forme e i gesti dell'archivista cercando di ridare vita agli oggetti abbandonati dai corpi che li hanno indossati.<sup>72</sup>

L'archivio è generalmente uno spazio nascosto e irraggiungibile. Quando un curatore si assume il compito di mettere in mostra l'archivio del museo, non lo fa solo mostrando i suoi contenuti, ma ne rappresenta le pratiche e le abitudini. Per esempio la mostra *A Concise Dictionary of Dress*, curata da Judith Clark nel 2010, viene allestita a Blythe House, dove vengono conservate le collezioni di moda del Victoria and Albert Museum di Londra. Nella mostra, Judith Clark affronta anche quelle che sono le condizioni del museo e della conservazione degli abiti, come per esempio, la piega, il volume e il modo in cui una silhouette permette di identificare un capo anche quando è avvolto dalla carta protettiva. I vocaboli individuati da Clark e Phillips per il dizionario pubblicato nel catalogo e *l'exhibition-making* di Clark contribuiscono a evidenziare le specificità della struttura e dell'identità dell'archivio di moda.<sup>73</sup>

L'architettura del *Temporary Fashion Museum*, progetto realizzato da Het Nieuwe Instituut in Rotterdam (settembre 2015 - maggio 2016), immagina uno spazio che possa raccogliere fisicamente le collezioni di moda dei diversi musei di moda olandesi che configura anche le modalità con cui il museo della moda prende forma. Il progetto è interessante perché riflette i modi in cui un archivio influenza la forma del museo che lo conserva. Inteso come il nucleo della struttura del museo, la collezione permette di interrogarsi su cos'è un museo di moda e che forme

72. Olivier Saillard, Tilda Swinton, *Impossible Wardrobes*, New York: Rizzoli International, 2015.

73. Judith Clark, Adam Phillips, *The Concise Dictionary of Dress*, (catalogo della mostra "The Concise Dictionary of Dress" a cura di Judith Clark in collaborazione con il Victoria and Albert Museum, Londra: Blythe House, 28 aprile - 27 giugno 2010), Londra: Violette Editions, 2010.



↑ Installazione *Collected By*, realizzata in occasione del progetto *The Temporary Fashion Museum*, a Rotterdam. Foto di Ferry van der Naat.

potrebbe assumere.<sup>74</sup> La sezione intitolata “Collected By”, una struttura di scaffali metallici e scatoloni di cartone antiacido che contiene la collezione di abiti di alta moda, calze e gioielli della collezionista svizzera Eva Maria Hatschek, “problematizes the ontology of the fashion archive and the restriction of a collection, but also its related collecting and conserving practices”.<sup>75</sup>

### 1.3 Archivio e impresa

Un'altra dimensione in cui prendono forma gli archivi di moda è quella delle aziende, delle *maison* e delle imprese che svolgono le loro attività produttive nell'ampio campo della moda. Designer e marchi hanno avuto diversi approcci riguardo ai metodi con cui collezionano il proprio lavoro. Per alcuni designer la collezione è diventata uno strumento di lavoro.<sup>76</sup> Altri hanno affidato i propri archivi ai musei.<sup>77</sup> Ma è a partire dagli anni Ottanta che aziende e marchi di moda hanno rivolto la loro attenzione all'individuazione di strategie e le soluzioni per preservare il loro lavoro attraverso la costituzione di veri e propri archivi.<sup>78</sup> Queste collezioni vengono concepite, scrive Amy de la Haye, per “safeguard, exhibit and market their ‘heritage’, [...] and provide inspiration to in-house designers”.<sup>79</sup> L'archivio, repertorio di materiali, contenuti ed elementi a disposizione e all'uso dei diversi dipartimenti e team di una azienda, diventa anche, soprattutto recentemente, uno spazio comunicabile e da esporre nei diversi canali, alimentando l'interesse verso gli archivi di moda con la costruzioni di immagini, video, oltre che con la condizione dei suoi contenuti.

74. In *Re-fashioning the institution: Reflections on the Temporary Fashion Museum*, ultimo accesso 18 ottobre 2023: <https://nieuweinstituut.nl/en/projects/tijdelijk-modemuseum/het-instituut-opnieuw-vormgeven-bespiegelingen-over-het-tijdelijk-modemuseum>

75. *Ibid.*

76. Madeleine Vionnet, per esempio, che ha donato il suo archivio di 126 abiti, 727 cartamodelli, e 13.000 foto all'Union Française des Arts du Costume, nel 1952. Paola Di Trocchio, Exhibition Review: Madeleine Vionnet: Fashion Purist—The World According to Madeleine Vionnet, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 15, Issue 4, pp. 517 - 518. Un caso simile, quello di Charles James, raccontato in Caitlin McCarthy, “Some system should have been devised. The organization (and disorganization) of Charles James’s Archive”, 13 luglio 2016, ultimo accesso 29 agosto 2022: <https://www.metmuseum.org/blogs/in-circulation/2016/charles-james-2>

77. “Some are stored in actual museums — Lanvin’s archives reside at the Palais Galliera, the fashion museum formally known as the Musée de la mode de la Ville de Paris” Alexander Fury, “In fashion, the beauty (and challenge) of looking back”, in *The New York Times Style Magazine*, 18 settembre 2017, ultimo accesso 17 settembre 2021: <https://www.nytimes.com/2017/09/18/t-magazine/fashion-house-archives-inspiration.html>; ma anche il MoMu - Museo della Moda di Anversa, per esempio, conserva a lungo termine le collezioni di altri designer. Kaat Debo, “On building Museum Collections and the Importance of Private Archives”, in Song, Myung-il e Nzeyimana, Dominique (a cura di), *I'll wear it until I'm dead*, Tiel: Lannoo, 2020, pp. 93 - 98.

78. Lauren Sherman, “For brands big and small, fashion archives can be a powerful assets”, in *The Business of Fashion*, 18 novembre 2013, ultimo accesso 17 settembre 2021: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/for-brands-big-and-small-fashion-archives-can-be-a-powerful-asset>; Christopher Barnard, “Save the Gowns!”, in *The New York Times*, 27 marzo 2023, ultimo accesso 11 giugno 2023: <https://www.nytimes.com/2023/03/27/style/fashion-archiving-clothes-storage.html>

79. Amy de la Haye, “A Critical Analysis of Practices of Collecting Fashionable Dress”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 22:4-5, 2018, p. 388.



↑ La sezione *Archivio* della mostra *Gucci Cosmos*, West Bund Art Center di Shanghai. Foto di Li Kai.



Legati alle attività aziendali e ai suoi processi, questa categoria di archivi detta “di prodotto” è dedita alla raccolta, catalogazione e sedimentazione di quell’insieme di materiali e documenti che formano il patrimonio di un’azienda e sono il risultato delle sue attività produttive. Federica Vacca, in un’analisi di quattro diversi casi italiani, scrive che i materiali negli archivi e nei musei d’impresa non sono solo collezionati ma anche sistematizzati e interpretati per raccontare un processo creativo che possa generare a sua volta nuovi percorsi, progetti e prodotti.<sup>80</sup> Esperienze eterogenee, gli archivi e i musei d’impresa possono essere usati “as tools for design and be interpreted as *active* resources, reusable and expendable by the designer in the creation- production cycle of the creation of new products”.<sup>81</sup> Le recenti mappature, realizzate per esempio dal già citato numero della rivista *Archivio*, “The Fashion Issue” e da Federica Fornaciari, mostrano come il panorama degli archivi d’impresa nel contesto occidentale è composto da tanto da grandi marchi storici, come Christian Dior, Gucci o Louis Vuitton, ma anche dalle piccole e medie aziende che si occupano di confezione, produzione, sia di abbigliamento, che tessile, come la Modateca Deanna, o l’azienda Antonio Ratti.<sup>82</sup> “There’s a dawning realization that if you want to be a so-called heritage brand, you have to be able to tell the story through objects,” spiega la curatrice Sonnet Stanfill, “an archive can be useful for design inspiration, for lending to an exhibition, or for if you think you’d want to do your own retrospective”.<sup>83</sup>

La nozione di archivio d’impresa è peculiare nella moda perché non solo ne mette in evidenza l’aspetto industriale ma si configura anche come un modello di archivio che risponde alle logiche produttive e progettuali della moda, sia nella gestione dei suoi contenuti, che nella loro catalogazione, accessibilità e utilizzo. Nella sua tesi, Antonio Masciarriello riconosce agli archivi d’impresa la qualità di essere, diversamente dal museo, uno spazio in cui gli oggetti possono essere analizzati come prodotti, e quindi catalogati e conservati riconoscendo anche quel *network* di autorialità che invece contribuiscono a rendere gli oggetti di moda e a definirli nella loro specificità, distinguendoli da altri oggetti o artefatti “artistici”.<sup>84</sup>

80. Federica Vacca, “Knowledge in Memory: Corporate and Museum Archives”, in *Fashion Practice*, vol. 6:2, 2014, p. 274.

81. *Ivi*, p. 285.

82. “The archive is still used by the designers of the Ratti company and their clients (ranging from high street to prêt-à-porter and haute couture) for inspiration and research, but also by non-Ratti clients, as well as scholars and students”. Paola Bertola, Federica Vacca, et al., “The Cultural Dimension of Design Driven Innovation. A Perspective from the Fashion Industry”, in *The Design Journal*, vol. 19:2, 2016, p. 245. Federica Fornaciari mappa alcuni esempi nel volume *Archiviare la moda. Evoluzioni di inizio millennio*, Pearson, Milano, 2022. Per altre approfondite riflessioni sul tema degli archivi d’impresa si vedano Paola Ciandrini, *Archivi d’impresa. Gestione documentale valorizzazione: il contesto digitale*, Editrice Bibliografica, 2021; Fiorella Bulegato, *I musei d’impresa. Dalle arti industriali al design*, Roma, Carocci, 2008.

83. Lou Stoppard, “Fashion brands build museums as archives gain value”, in *The Financial Times*, 22 luglio 2016, ultimo accesso 12 agosto 2022: <https://www.ft.com/content/7d838ca4-27ff-11e6-8ba3-cdd781d02d89>

84. Antonio Masciarriello, *Memoria, identità e progetto*, op. cit., p. 43.

Come nel caso delle collezioni museali, gli archivi d’impresa sono altrettanto costituiti da prodotti eterogenei, che possono includere: “sketches to materials cards, from prototypes to photographs to the set of tangible and intangible inspirations that tell the world of affiliation of the objects themselves”.<sup>85</sup> Spesso accessibili solo al team dell’azienda, questi archivi sono, per Federica Vacca, l’anima storica della compagnia e dei materiali che si sono trasformati nel tempo in un bagaglio culturale che genera ispirazione e una continuità produttiva e creativa ai prodotti delle nuove collezioni.<sup>86</sup> L’archivio aziendale non è solo rivolto ai designer, ma i suoi contenuti supportano, agevolano e promuovono diverse attività attraverso i molti dipartimenti dell’azienda, fornendo risorse e fonti ai team legali, di comunicazione e per la produzione di eventi e altri progetti.<sup>87</sup>

Il principale dispositivo per mettere in scena le storie conservate negli archivi sono i musei aziendali, dove i brand possono curare le proprie mostre per aiutare a costruire una propria immagine.<sup>88</sup> In questo modo diventano i principali dispositivi per comunicare il proprio heritage.

“Archivio” è, per esempio, il titolo di una delle sezioni progettate dall’artista inglese Es Devlin per la mostra *Gucci Cosmos* curata da Maria Luisa Frisa (Shanghai, West Bund Art Center, 28 aprile - 25 giugno 2023; Londra 11 ottobre - 31 dicembre 2023), che ospita gli oggetti dell’archivio della maison fiorentina individuati per esplorare i cento anni di storia di Gucci.<sup>89</sup> Nella prima tappa della mostra a Shanghai, la sezione era organizzata attorno a tre cerchi concentrici di *cabinet* e cassetti, dove sono state esposte borse selezionate dalla collezione del marchio fiorentino per tracciare una storia dei suoi modelli iconici, sottolineando “importance of the archive in reconstructing history and redrawing the brand’s boundaries each time”.<sup>90</sup> L’architettura e l’allestimento della sezione aiutavano a ricostruire l’immaginario dell’archivio: le borse erano esposte dietro teche di vetro, sui ripiani di scaffali tra *box* rivestiti di tela, repliche degli stessi utilizzati dall’archivio Gucci nella sua sede fiorentina. Inoltre, i cassetti degli armadi contenevano le riproduzioni di documenti editoriali e altri materiali cartacei come

85. Federica Vacca, “Knowledge in Memory: Corporate and Museum Archives”, cit., p. 274.

86. *Ibid.*

87. “John Galliano could ask to see pictures of a specific collection; the press department could ask me to do research on the color blue; and a product manager could ask me to do a complete research project on the Lady Dior”. E continua “To be a good archivist, you need to not only have a perfect knowledge of what is in the ‘treasure chest,’ but you also need to somehow know exactly what the person is looking for,” Ms. Pfaff says. “You don’t just dig out the specific piece or document requested; you also have to think outside the box.” Robb Young, “Guardians of History: At Christian Dior”, in *The New York Times*, 8 novembre 2010, ultimo accesso 11 luglio 2022: <https://www.nytimes.com/2010/11/09/fashion/09iht-rdior.html>

88. Julia Petrov, *Fashion, History, Museums: Inventing the Display of Dress*, Londra: Bloomsbury, 2019, p. 187.

89. Dal sito di Gucci, ultimo accesso 18 novembre 2023: <https://www.gucci.com/it/it/stories/videos/article/cosmos-shanghai-making-of>

90. Maria Luisa Frisa, “Gucci Cosmos: Interpreting a brand archive”, in *Archivio Magazine*, vol. 9, 2023, p. 110.

cataloghi e libri artigiani, foulards e disegni per foulards. In questa rappresentazione, l'archivio viene trasformato dall'artista inglese in uno spazio ideale, dove entrare in contatto con gli archetipi individuati dalla curatrice.

Frisa descrive l'archivio Gucci come “a reservoir of forms and codes that each author takes up and interprets without nostalgia”.<sup>91</sup> La sede dell'archivio a Palazzo Settimanni, visitabile con un tour virtuale pubblicato sul sito del marchio, è stata inaugurata nel 2021, in occasione del centenario del marchio fiorentino.<sup>92</sup> Il progetto è stato realizzato secondo la visione del direttore creativo Alessandro Michele, con il supporto scientifico di Valerie Steele ed è peculiare perché riflette, nella scelta dei nomi delle stanze, all'arredamento dell'archivio, l'immaginario del direttore creativo, mostrando una lettura personale dell'archivio e del suo contenuto attraverso i temi che hanno definito le sue collezioni.

L'archivio aziendale di Gucci nasce nel 1996 come parte delle attività di rilancio del marchio, sotto la direzione dell'Ufficio Pubbliche relazioni e del presidente e dell'amministratore delegato Domenico De Sole.<sup>93</sup> Aurora Fiorentini, incaricata del progetto, spiega che il patrimonio - all'epoca quasi interamente disperso - era inteso non solo nell'insieme degli oggetti prodotti, ma anche da disegni, bozzetti preparatori, fotografie, ritagli stampa e repertori cartacei di varia natura d'importanza determinante come ad esempio i brevetti, assieme a filmati, video e registrazioni audio.<sup>94</sup> I modelli catalografici presi come riferimento per la catalogazione degli oggetti, sono stati quelli della Library of Congress e il Paul Getty Information Institute.<sup>95</sup>

La diversità dei materiali, ma anche le specifiche necessità ed esigenze di cui i prodotti sono investiti nell'archivio aziendale hanno richiesto agli archivisti di investigare soluzioni tecniche che potessero meglio adattarsi alle esigenze di ogni contesto. In particolare, la catalogazione deve tenere in considerazione le necessità commerciali del marchio. Nel testo *Archiviare la moda*, Federica Fornaciari, *chief curator* di BAI Max Mara - biblioteca e archivio d'impresa dell'azienda romagnola - presenta le necessità del ruolo dell'archivista in questa scelta riportando come:

91. *Ivi.*, p. 109.

92. Dalla pagina web di Gucci, ultimo accesso 16 settembre 2023: <https://www.gucci.com/it/it/stories/article/gucci-archive-new-home>

93. Aurora Fiorentini, “Processi e Metodi per la realizzazione di un archivio aziendale poliedrico: il caso Gucci (1996-2000)”, Seminario di studi *Archivi della moda del '900: primi risultati del progetto a Firenze e in Toscana, Il sessione, Archivi della moda: esperienze a confronto*, Firenze, 4-5 giugno 2009.

94. *Ibid.*

95. *Ibid.*

Ogni archivio di moda deve comunque curare particolarmente la coerenza con l'identità del marchio, sia quella che si è formata sia quella che va formandosi con le nuove produzioni. Le variazioni sul tema identitario che ne scaturiscono non possono essere cristallizzate in un sistema classificatorio rigido. È in questo che si può apprezzare plasticamente la complessità dell'attività archivistica applicata alla moda.<sup>96</sup>

L'archivio d'impresa, legato ai brand ancora esistenti, si deve confrontare con la spesso grande quantità di oggetti che continuano a produrre collezioni per diverse linee, sollevando questioni tecniche e logistiche riguardo all'acquisizione della grande quantità di nuovi oggetti prodotti e della loro conseguente catalogazione.<sup>97</sup> L'identità di questa catalogazione deve tenere conto anche delle divergenze che il lavoro di direttori creativi chiamati a dirigere il marchio avanzano con il loro lavoro rispetto a quello della storia del marchio, e del modo in cui il loro lavoro cita l'archivio. Questa consapevolezza nei confronti dei prodotti raccolti e conservati nella collezione aziendale si osserva anche nei metodi con cui gli oggetti sono messi a disposizione di chi usufruisce dell'archivio e dei suoi contenuti, che possono essere toccati, maneggiati, indossati.

L'archivio, la sua architettura, il decoro, armadi e scatole possono diventare riflesso di questa estetica del marchio e un modo per trasmettere i suoi codici, soprattutto quando diventa uno spazio che viene reso accessibile e comunicato attraverso immagini, tour virtuali, video, servizi.

Per esempio, in un video pubblicato dal canale Christian Dior sulla piattaforma Youtube il 24 marzo 2023, Soizic Pfaff, direttrice di Dior Héritage accompagna la star sudcoreana Jisoo, *global ambassador for fashion and beauty* del brand francese, in una visita della sede di Dior Héritage alla scoperta di alcuni oggetti che hanno ispirato la direttrice creativa Maria Grazia Chiuri nella progettazione della collezione autunno/inverno 2023.<sup>98</sup> Le vengono mostrate fotografie della famiglia di Christian Dior a Granville, le medaglie d'onore ricevute dalla sorella Catherine per il suo operato nella resistenza francese durante la seconda guerra mondiale, un abito della collezione primavera/estate 1949, il profumo Miss Dior nella sua prima confezione, e ritagli di giornale, fotografie e scampoli di tessuto con le stampe di

96. Federica Fornaciari, *op. cit.* p. 32.

97. Prendendo a riferimento il già citato caso di Dior, per esempio, che produce, nel complesso della linea maschile e quella femminile, otto collezioni, a cui si aggiungono le due collezioni di alta moda e le linee di merchandising, la produzione degli occhiali e degli accessori per progetti speciali.

98. “JISOO's exclusive tour of the Dior archives”, dalla pagina YouTube *Christian Dior*, pubblicato il 24 marzo 2023, ultimo accesso 10 agosto 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=ePVfZ-xawx0>



↑ Soizic Pfaff, direttrice di Dior Héritage, mostra alla cantante sudcoreana Jisoo alcuni degli oggetti d'archivio che hanno ispirato la collezione autunno/inverno 2023 di Maria Grazia Chiuri per Dior. Screenshot del video "JISOO's exclusive tour of the Dior archives", pubblicato sulla pagina YouTube di Christian Dior.

Andrée Brossin de Méré, che ha collaborato a lungo con Dior nella creazione di stampati a tema floreale, e i cui disegni hanno ispirato alcuni dei motivi riprodotti nella collezione autunno/inverno 2023, che il video promuove.

Filmando la visita, Dior apre le porte ai suoi archivi, mostrando all'ospite, e al pubblico online, non solo uno spazio generalmente chiuso al pubblico, ma anche le peculiarità della conservazione e della cura dei capi: le riprese mostrano l'ambiente pulito e ordinato dell'archivio, gli scatoloni in cui capi sono conservati e l'archivista che, indossando guanti bianchi di cotone, rimuove con cura gli strati di carta anti-acida che ricoprono e tengono in forma l'abito conservato nel suo box. Questo è un esempio tra i tanti video, *reels*, immagini e altri progetti di comunicazione con cui brand mostrano e rendono accessibile il loro archivio aziendale, condividendo non solo i contenuti ma anche lo spazio e le architetture del proprio archivio, raccontato attraverso le figure che ci lavorano, e diventano lo strumento con cui costruire e comunicare i discorsi che caratterizzano questi nuovi spazi di moda e le attività che vi vengono svolte.

#### 1.4 Archivi imperfetti: pratiche archivistiche nel progetto di moda

I due paragrafi precedenti esaminano gli archivi creati da due distinti tipi di istituzioni. L'archivio di impresa definisce l'essenza progettuale che caratterizza la moda come sistema industriale e produttivo, costellato non solo dai marchi ma anche di aziende di confezione e tessili che danno forma agli oggetti della moda e attestano la necessità degli archivi come documentazione di una storia produttiva. Quello dei musei, invece, inquadra la moda nella sua forma di disciplina creativa e di esperienza artistica, sociale e culturale, e con le loro collezioni evidenziano il ruolo che la moda occupa nel panorama culturale occidentale.

Gli archivi, però, prendono forma anche in esperienze che si allontanano sia dalla dimensione del museo che da quella dell'impresa. Nella prima parte del capitolo sono state elencate, per esempio, le forme che l'archivio assume in alcuni progetti digitali online e su diverse piattaforme di *social media*. Altre attività, promosse da artisti, curatori e designer, aiutano invece ad articolare il modello di archivio di moda, proponendo nuove forme e configurazioni.

Nel manifesto pubblicato in occasione della mostra *Imperfect Archiving/ Archiving as Practice*, curata da GenderFail Archive Project al The Center for Book Arts di New York (9 settembre - 18 luglio 2021), il collettivo scrive:



I'm perfect archiving is making use of any knowledge of 'archiving' and 'collecting' by means of uninformed, spontaneous, naive and failed notion of what an archive can be. It's a freedom of creating your own knowledge, understandings and actions not tied down to any accepted notions of being an archivist.<sup>99</sup>

Queste pratiche, che allentano le maglie della definizione di archivio, permettono di riflettere sui diversi progetti che coinvolgono la moda per affrontare e approfondire il tema degli archivi, utilizzando le pratiche archivistiche per riflettere sulla moda e i suoi processi, e, al contempo, arricchiscono il significato di archivio nella moda.

Un progetto che affronta il tema dell'ambiguità delle definizioni e delle parole utilizzate nella moda è per esempio *Dictionary Dressing*, ricerca condotta da Femdke de Vries, documentata nella pubblicazione edita da Onomatopee nel 2016. La ricerca indaga le definizioni da vocabolario dei capi di abbigliamento costruendo un archivio testuale e visivo delle diverse possibilità che queste definizioni possono accogliere.<sup>100</sup> L'esperienza è rilevante per il ruolo che le parole coprono nella classificazione degli oggetti negli archivi dedicati alla moda e alle difficoltà a cui i limiti tracciati dalle parole usate conducono nell'esperienza legata alla moda. Per esempio Cicely Proctor evidenzia come la documentazione museale dovrebbe essere aggiornata per accogliere le esperienze *nonbinary* o *transgender*.<sup>101</sup> Il tema della catalogazione e della descrizione degli oggetti nel campo della moda è stato anche soggetto del Simposio Internazionale di EFHA - European Fashion Heritage Association nel 2022, intitolato *Wordings*.<sup>102</sup> La questione della classificazione, per esempio, come evidenziata anche da van Alphen, rende complesse molte riflessioni possibili sugli oggetti che entrano a fare parte di un archivio.<sup>103</sup>

Nel 2021, gli studenti del corso di Laurea Magistrale in Design della Moda dell'Università Iuav di Venezia hanno avuto modo di sperimentare questi limiti in un workshop condotto da Manuela Soldi e parte del corso in Pratiche Curatoriali nella moda condotto da Maria Luisa Frisa, dal titolo *Study Collection*. Durante il workshop, agli studenti è stato chiesto di catalogare dei capi appartenenti alla study

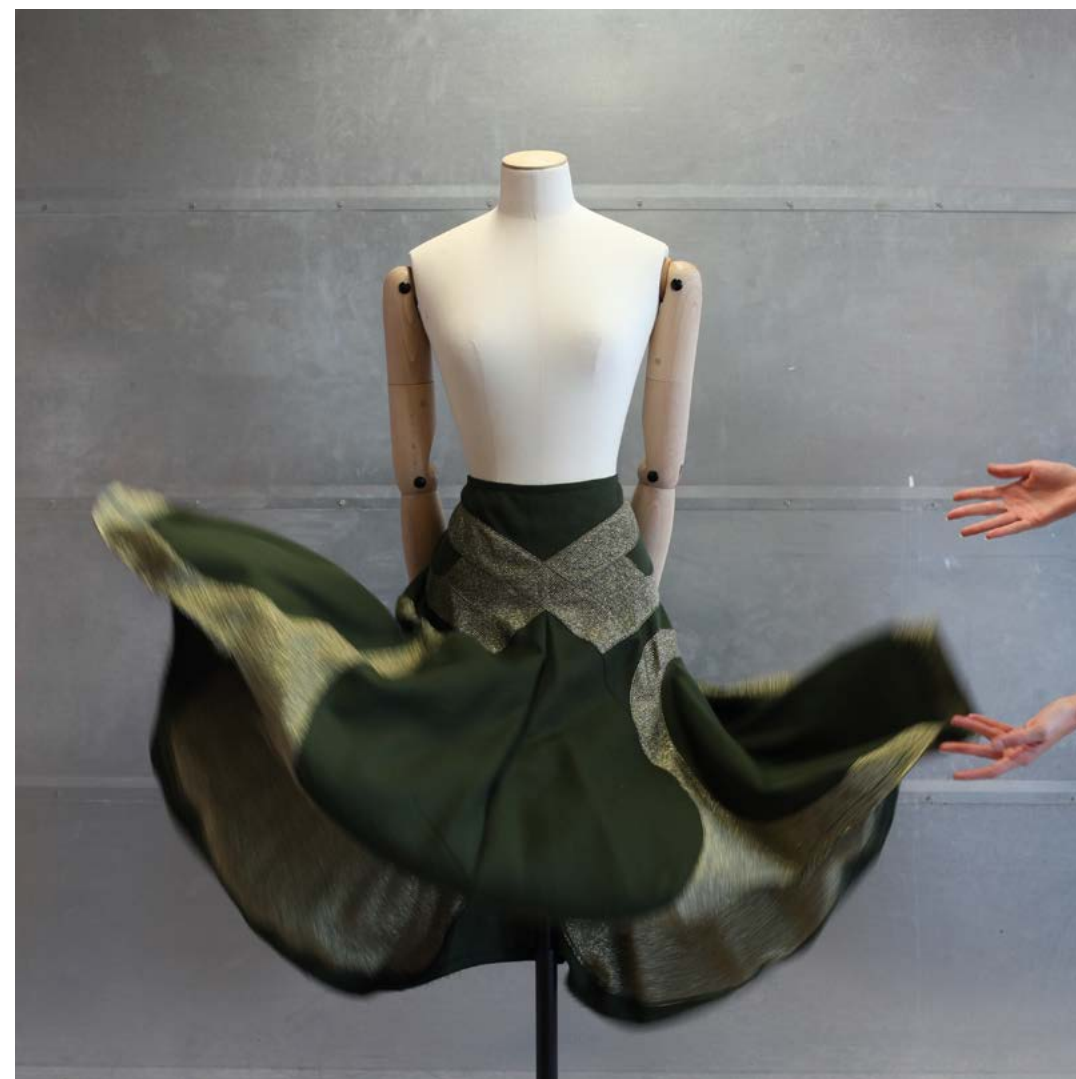
99. Be Oakley, *Imperfect Archiving, Archiving as Practice: for a Love of Softness*, Brooklyn: GenderFail, 2021, p. 36.

100. Cfr. Femdke de Vries, *Dictionary Dressing. Re-reading clothing definitions towards alternative fashion perspectives*, Eindhoven: Onomatopee, 2016.

101. Cicely Proctor, "Collecting Clothes Worn by Trans People and the Curatorial Ramifications", in *Fashion Theory: The journal of dress, body and culture*, vol. 22:4-5, 2018, pp. 523-530.

102. Dal sito di EFHA, ultimo accesso 28 settembre 2023: <https://fashionheritage.eu/introducing-efha-international-symposium-2022-wordings/>

103. Ernst van Alphen, (a cura di), *Productive archiving*. op. cit.



↑ Una delle immagini che documentano gli oggetti della *study collection* raccolti nella pubblicazione *Pezzi di Bravura*, 2021.



↑ Una delle immagini che documentano gli oggetti della *study collection* raccolti nella pubblicazione *Pezzi di Bravura*, 2021.

collection del corso di laurea attraverso il modello della scheda Veac e il suo vocabolario, confrontandosi con i limiti sollevati dall'inquadrare alcuni oggetti di moda prodotti negli ultimi trent'anni nelle forme riconosciute dalla scheda ministeriale. In seguito, agli studenti è stato chiesto di descrivere gli oggetti attraverso un testo libero a partire dallo studio del capo scelto, concentrandosi, in particolare, sui limiti incontrati nella compilazione della scheda. Gli esiti del progetto, raccolti nella pubblicazione *Pezzi di Bravura*, evidenziano i limiti e le possibilità dell'uso delle parole nella catalogazione e nella descrizione, e mostrano anche tracce e modelli possibili per raccontare le storie e le biografie - vere o immaginarie - degli oggetti. Come scrive Elliott Freeman: "If archivists are authors, then the descriptions they create are narratives; stories told about the record and its meaning... The power of the archivist, then, stems precisely from...[their] position to decide which stories will be told".<sup>104</sup>

Questo discorso evidenzia anche il ruolo degli archivi nella complessa rappresentazione delle diverse storie della moda. Lauren Downing Peters, per esempio, fa notare la carente rappresentazione dei corpi *plus-size* nei musei, esito di una mancata consuetudine nel raccogliere oggetti e modelli non prodotti in taglie standard.<sup>105</sup> In *A Queer History of Fashion* (New York, Museum at FIT, 13 settembre 2013 - 4 gennaio 2014) invece, i curatori della mostra Fred Dennis e Valerie Steele, problematizzano le biografie degli oggetti e le loro storie per ricomporre una narrazione che gli oggetti non potevano registrare, e permettono di riflettere riguardo le modalità con cui i documenti possono essere messi in circolo e come dalle loro letture trasversali si possono individuare nuove informazioni, prima trascurate.

Per la pubblicazione *Archive Species*, Joke Robaard e Camiel van Winkel ri-assemblano i materiali conservati nell'archivio di riviste di moda collezionati da Robaard dal 1979.<sup>106</sup> Il progetto prende forma nella pagina stampata, individuando immagini editoriali che vengono configurati in diversi insiemi per esaminare temi ricorrenti nell'immaginario della moda rappresentato nelle riviste. Anche altre pubblicazioni e progetti editoriali hanno preso la forma dell'archivio e hanno fatto uso delle sue pratiche, come il progetto editoriale *Archivist Addendum*, fondato da Dal Choda e Jane Howard nel 2020, che continua il progetto *Archivist*, ideato dai due "to renew the museological dilemma of what the uses of the archive might be".<sup>107</sup> Nicolas Di Felice, direttore creativo di Courrèges, collabora con

104. Elliott Freeman, "Defying description: searching for queer history in institutional archives", in *Archival Science*, vol. 23, 2023, p. 447.

105. Lauren Downing Peters, "Notes on the Embodied Fashion Archive: Columbia College Chicago", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, p. 50.

106. Cfr. Joke Robaard, Camiel van Winkel, *Archive species. Bodies, habits, practices*, Amsterdam: Valiz, 2018.

107. Dalla pagina web di *Archivist Addendum*, ultimo accesso 17 agosto 2023: <https://archivistaddendum.com/>



*System Magazine* per creare *Anatomy of a relaunch – Les archives du présent*, una cartella che raccoglie riproduzioni di materiali creati durante la sua direzione del marchio francese Courrèges, come una pagina del quotidiano *Le Monde* con la prima pubblicità del marchio sotto la direzione creativa di Felice, dei cd con dei *soundtracks* realizzati da Erwane Sene e di Felice, planimetrie degli *show* e foto di *backstage* delle sfilate.<sup>108</sup>

L'installazione *Harvest* che il brand finlandese Vyner Articles ha proposto per la mostra *Intimacy*, curata da Annamari Vänskä, Jenni Hokka e Natalia Särämäkari al Design Museum di Helsinki (8 ottobre 2021 - 13 marzo 2022) esplora invece le diverse forme che può assumere un archivio. La mostra esplora come il tema dell'intimità influenza la progettazione nell'industria creativa esplorando temi di politicizzazione e digitalizzazione della moda, attraverso la relazione tra l'abito e il corpo messa in mostra non solo attraverso gli abiti, ma anche disegni e schizzi. L'installazione del marchio finlandese è composta da due cumuli di abiti disposti attorno a due pali di legno appuntiti, e dalle foto della prima collezione del brand finlandese, presentata nel 2017. L'installazione si concentra sulla temporalità della moda, esponendo l'intera storia del marchio dalla sua fondazione e proponendosi come un insieme informale, non distinto in singole stagioni o organizzato in qualsiasi maniera. Nelle due pile di oggetti stropicciati, abiti e accessori si annodano e intrecciano. La didascalia che l'accompagna riporta che l'installazione "come un archivio", propone un'idea di organizzazione della storia del marchio evidenziando la continuità.<sup>109</sup> Utilizzando una forma meno tradizionale, che si allontana dall'immaginario di ordine e controllo che caratterizza l'archivio adottando quella della pila, il progetto di Vyner Articles non riproduce l'archivio aziendale, non presenta gli oggetti come artefatti di valore, ma utilizza l'archivio come metafora per illustrare la continuità che il designer individua come una qualità del suo progetto. L'installazione immagina una nuova struttura per un archivio di moda, la cui forma è influenzata dalla materialità degli oggetti, abiti e accessori, che, realizzati in tessuto, permettono certi stropicciamenti e pieghe e torsioni.

Tra i designer che hanno deciso di utilizzare i propri archivi e le proprie collezioni in maniere radicali c'è anche Helmut Lang, che, in seguito a un incendio, ha deciso di sminuzzare seimila oggetti dal suo archivio per costruire delle sculture, utilizzando l'archivio di moda per realizzare le sue prime sculture della sua nuova carriera artistica.<sup>110</sup> La drastica decisione di Helmut Lang è particolarmente interessante se messa al confronto con le collezioni private e i progetti individuali

108. Dalla pagina web di *System Magazine*, ultimo accesso 17 agosto 2023: <https://system-magazine.com/issues/issue-21/courreges>

109. Da una visita personale alla mostra a novembre 2021.

110. Barnard, "Save the Gowns!", *op.cit.*



↑ L'installazione realizzata da Vyner Articles in occasione della mostra *Intimacy*. Foto dell'autore.

dedicati a preservare il lavoro del designer, come Endyma Archive o la collezione costruita da David Casavant. La dimensione dell'archivio nel progetto di Helmut Lang si pone tra le discipline dell'arte e della moda e acquista una condizione più sperimentale. Anche il designer Martin Margiela per esempio, ha esplorato la condizione dell'archivio nel suo lavoro come artista, dopo aver lasciato il marchio da lui fondato nel 2006.<sup>111</sup> Jeppe Ugelvig invece, fa per esempio riferimento alla collaborazione con l'artista Susan Cianciolo, per cui gli oggetti diventano necessari per riattivare la propria memoria.<sup>112</sup>

Un'altra esperienza è quella di *The Impossible Wardrobe*, le già menzionate performance organizzate da Olivier Saillard con l'attrice Tilda Swinton, dove il tema della materialità degli oggetti, o l'assenza del corpo nell'archivio, vengono esplorati dall'attrice entrando in contatto con gli oggetti dell'archivio, indossa il camice bianco che tipicamente ritrae l'archivista museale, i guanti di cotone per la movimentazione degli oggetti e copia i movimenti dell'archivista, mettendo in evidenza la costruzione dell'immaginario dell'archivista di moda e delle sue pratiche.

Gli esempi presentati mostrano un complesso modo di considerare e coinvolgere l'archivio nelle pratiche progettuali e creative, che permette di individuare l'archivio non solo come un tema e un ambito di studio, ma anche come un nuovo *medium* della moda. Queste esperienze, che attraversano i diversi capi del museo, dell'impresa e dei progetti e delle iniziative culturali e artistiche come mostre, pubblicazioni ed eventi, evidenziano come, nella moda, il tema dell'archivio si risolva in pratiche diverse e a volte imperfette, in una serie di discorsi che mettono in luce sia l'importanza che questo tema ha acquisito, che le sue applicazioni, i limiti e le complessità. Da un lato, l'archivio è per la moda uno strumento per definirsi e comprendersi, dall'altro, è un dispositivo utilizzato per analizzare i suoi limiti e le sue contraddizioni, tanto da curatori, quanto da teorici, artisti e, soprattutto, dai designer. L'attenzione rivolta alla definizione di "archivio di moda" chiarisce le pratiche discorsive che la moda attribuisce agli archivi: la selezione, l'inclusione e l'esclusione, la catalogazione e la classificazione, la preservazione e la comunicazione, i gesti, i riti e le forme della sua rappresentazione.

## Capitolo II

### Heritage come procedimento progettuale

111. Martin Margiela, Vincent Wierink, Kaat Debo, "Martin Margiela & the act of Archiving", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, pp. 146 - 156.

112. Jeppe Ugelvig, "Clothing of memory: the non-archive of Susan Cianciolo", 12 febbraio 2019, ultimo accesso 23 novembre 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=YpO4-faXUAA>

## II.1 Moda e heritage culturale

Nel saggio “Did we say politics? When fashion and heritage are made to speak”, Erica de Greef commenta gli esiti della conferenza internazionale di EFHA - European Fashion Heritage Association tenuta al London College of Fashion nel 2019, intitolata *Fashion and the Politics of Heritage*.<sup>1</sup> Gli interventi dei partecipanti affrontavano i molteplici aspetti che assume il tema dell’heritage nella moda: dal rapporto con le collezioni, al modo in cui gli oggetti sono definiti e classificati, alle politiche di inclusione ed esclusione del museo, alle strategie individuate dai brand per costruire la narrazione della propria storia.<sup>2</sup> La conferenza apriva con un intervento della teorica Djurdja Bartlett che invitava a “de-framing and reframing of European fashion collections that are haunted by colonial and patriarchal notions of power, class, race, culture and gender, to invite more diverse narratives and engage new audiences”.<sup>3</sup> L’invito di Bartlett fa eco alle critiche rivolte nel contesto occidentale alle istituzioni museali come dispositivo universale, evidenziando i problemi sollevati dalle collezioni, gli oggetti posseduti, il modo in cui sono stati raccolti, interpretati ed esposti.<sup>4</sup> Ponendo l’attenzione su come gli “heritage sites, spaces and practices offer a powerful lens through which to look at bigger questions of power, oppression, cultural disavowal and much more”, de Greef commenta che “the presencing of marginalized fashion histories is thus a key move in decolonizing and democratizing European fashion heritages”.<sup>5</sup>

Il commento di de Greef alla conferenza è utile a sottolineare l’eterogeneità dei siti, degli oggetti e delle pratiche che articolano il concetto di heritage nella moda. La stessa iniziativa di EFHA - European Fashion Heritage Association, fondata nel 2014 con il supporto della Commissione Europea con l’obiettivo di promuovere “la conservazione e la valorizzazione dell’heritage nelle sue espressioni materiali e immateriali connesse sia al tessile e che alla moda”, raggruppa le collezioni di più di cinquanta istituzioni di quindici paesi europei.<sup>6</sup> Ognuna di queste è contraddistinta da un diverso approccio all’organizzazione, acquisizione e selezione dei propri contenuti, che a sua volta, spiega Marta Franceschini, contribuisce

1. *EFHA International Conference 2019 - Fashion and the Politics of Heritage*, organizzata in collaborazione con London College of Fashion: University of the Arts London, Università luav di Venezia e Parsons Paris, al London College of Fashion, 8 - 9 novembre 2019: [https://fashionheritage.eu/wp-content/uploads/2019/09/09\\_EFHA-Conference\\_Program\\_2019.pdf](https://fashionheritage.eu/wp-content/uploads/2019/09/09_EFHA-Conference_Program_2019.pdf)
2. *Ibid.*
3. Erica de Greef, “Did we say politics? When fashion and heritage are made to speak”, in *International Journal of Fashion Studies*, 7:1, 2020, p. 99.
4. Si veda per esempio Giulia Grechi, *Posthumous coloniality and decolonial (after)life: Endless repair and (im)possible remediations*, Colonia: Verlag der Buchhandlung Walther und Franz König, 2022 o Clémentine Deliss, *The metabolic museum*, Berlino: Hatje Kantz Verlag, 2020.
5. de Greef, “Did we say politics?”, *op. cit.*, p. 101
6. “About us”, EFHA - European Fashion Heritage Association, ultimo accesso 15 settembre 2023: <https://fashionheritage.eu/about-us/>



a definire il significato di moda.<sup>7</sup> Isabel Cantista e Damien Delille hanno curato, nel 2023, il volume *Fashion Heritage. Narrative and Knowledge Creation* che raccoglie le analisi delle diverse forme che assumono i processi di *heritage-making* nella moda. Il volume pone l'attenzione sui diversi progetti, attività e iniziative, che, come EFHA, mettono in moto la ridefinizione dei patrimoni della moda e discutono la sua posizione all'interno del più ampio campo dell'heritage culturale. Per gli autori, lo studio dell'heritage della moda e la trasmissione dei suoi oggetti è un processo relativamente recente, mentre la moda è stata invece caratterizzata da un senso di novità, dove il passato è stato oggetto di amnesia volontaria e la storia è stata invece raccontata fantasticando sulle ere passate.<sup>8</sup> La transizione della cultura della moda in heritage culturale, che Luz Neira García chiama “the heritagization of fashion”<sup>9</sup>, è invece un'espressione della cultura contemporanea, che permette di riconoscere la posizione della moda, al pari di altre discipline, nella cultura occidentale.<sup>10</sup>

Il semiotico Juri Lotman definisce heritage come “a non-hereditary memory archived by the agencies of ordered preservation”.<sup>11</sup> Il termine ha una tradizione politica, piuttosto che culturale, e viene generalmente utilizzato per indicare i mutevoli elementi che aiutano a definire e riunificare un popolo in una comunità.<sup>12</sup> Identificando nelle espressioni materiali e immateriali di un passato condiviso un elemento di coesione, heritage è ciò che ricorda alle persone il passato, materiale e immateriale, culturale ma anche naturale.<sup>13</sup> Questo processo prende forma attraverso quegli oggetti, rappresentazioni, commemorazioni e ricostruzioni che aiutano a

7. Questi diversi approcci contribuiscono a definire il significato che la moda assume per ognuna di queste istituzioni, riflettendosi nel più ampio panorama culturale in cui sono inserite. Marta Franceschini scrive: “Fashion is shaped according to the ways in which institutions holding what they consider ‘fashion collections’ position themselves in the wider context of cultural heritage”, in “Navigating fashion: On the role of digital fashion archives in the preservation, classification and dissemination of fashion heritage”, in *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10:1, 2019, p. 71.
8. “As for material records, fashion has always feared being associated with lifeless objects that do not celebrate eternal novelty, for fashion has always been seen as a matter of novelty. Its past has frequently been submerged in the voluntary amnesia of bygone histories, while its narratives have often served to celebrate fantasised eras”. Isabel Cantista e Damien Delille (a cura di), *Fashion Heritage. Narrative and Knowledge Creation*, Londra: Palgrave MacMillan, 2022, p. 3.
9. Luz Neira García, “Fashion: Cultural heritage and the made in”, in *Zone Moda Journal*, vol. 8:1, 2018, p. 65.
10. Luca Marchetti, “Fashion curating in the fields of design: Issues in theory and practice,” in Acts of 11th European Academy of Design Conference: The Value of Design Research, 2015, p.3, citato in *ibid*.
11. Marta Franceschini, “Navigating fashion”, *op. cit.*, p. 70.
12. “The art of memory for the modern world is both for historians as well as ordinary citizens and institutions very much something to be used, misused, and exploited. Thus the study and concern with memory or a specifically desirable and recoverable past is a specially freighted late twentieth-century phenomenon that has arisen at a time of bewildering change, of unimaginably large and diffuse mass societies, competing nationalisms, and, most important perhaps, the decreasing efficacy of religious, familial, and dynastic bonds. People now look to this refashioned memory, especially in its collective forms, to give themselves a coherent identity, a national narrative, a place in the world, though the processes of memory are frequently, if not always, manipulated and intervened in for sometimes urgent purposes in the present”, Edward W. Said, “Invention, memory, and place” in Mitchell, W. J. T. (a cura di), *Landscape and power*, Chicago: Chicago University Press, 2002, p. 250.
13. Cornelius Holtorf, Anders Högberg, “Cultural Heritage as a futuristic field”, in Rodney Harrison et al., *Heritage Futures. Comparative approaches to natural and cultural heritage practices*, London: UCL Press, edizione Kindle, 2020, p.1

mantenere una vicinanza e un legame con esso.<sup>14</sup> Il concetto si è consolidato alla fine del Settecento, nel contesto dei moti conseguenti alla Rivoluzione Francese.<sup>15</sup> In seguito alle distruzioni provocate dalla Seconda Guerra Mondiale, è stata avvertita la necessità di regolarne e sostenerne la definizione attraverso delle strutture sovranazionali con la fondazione dell'UNESCO. Tramite precise politiche e legislazioni, queste strutture hanno il compito di difendere la necessità di conservare quello che rimane del passato per le generazioni del futuro.<sup>16</sup> All'heritage viene quindi riconosciuto il valore universale di insieme di elementi di cui esiste una collettiva e individuale obbligazione morale alla conservazione.<sup>17</sup>

Esaminando il contesto che la moda trova nella dimensione dell'heritage culturale Daniela Calanca riporta le direttive dell'UNESCO che individuano come “beni culturali le cose immobili e mobili che presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico [...] e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà (Art. 2)”.<sup>18</sup> Questi beni, secondo la definizione della Convenzione UNESCO del 2003, possono essere materiali, come tutti gli oggetti investiti di valore storico, artistico e culturale o immateriali, come quelle “practices, representations, expressions, knowledge, [and] skills [...] that communities, groups and [...] individuals, recognize”.<sup>19</sup> La moda copre una posizione ambigua in entrambe le classificazioni, intesa sia nella sua espressione materiale, come una serie di oggetti e prodotti, che come “l'insieme degli immaginari sociali, teorici e pratici, legati ai fenomeni di moda, che si trasmettono da una società all'altra, in un determinato contesto storico”.<sup>20</sup>

Una caratteristica della cultura dell'epoca contemporanea quindi risulta nel rapporto dinamico tra heritage, storia e memoria. Per Marcia A. Morgado, è il risultato di un avanzato stato del capitalismo, che porta ad una omogeneizzazione

14. Stephen Lubar, David W. Kingery, (a cura di) *History from things: Essays on material culture*, Washington D.C.: Smithsonian Books, 1995 citato in Cantista, Delille, (a cura di), *Fashion Heritage. op.cit.*, p. 5.
15. “Faced with the vandalism and destruction of objects of artistic value, several thinkers set themselves up as defenders of a national heritage, giving these objects a universal and timeless value. The creation of a space for their preservation—the museum—was accompanied by the emergence of a way of thinking about this preservation—heritage—which sought to unify a nation on the ruins of the Ancien Régime.”, *ivi*, p.6.
16. “Article 4 of the UNESCO World Heritage Convention is a good example. ‘The duty’ of each state party to the Convention is described as ‘the identification, protection, conservation, presentation and transmission to future generations of the cultural and natural heritage... situated on its territory’ (UNESCO 1972)”. Cornelius Holtorf, Anders Högberg, “Introduction”, *op. cit.*, p. 1.
17. “Nevertheless, according to Swenson, all three meanings share the same idea—the moral obligation to preserve things, implying both an individual and a collective emotional obligation” in Cantista, Delille (a cura di), *Fashion Heritage. op.cit.*, p. 5.
18. Daniela Calanca, *Storia sociale della moda contemporanea*, Bologna: Bononia University Press, 2014, pp. 17 - 47, citato in Daniela Calanca, Cinzia Capalbo, “Saggio Introduttivo Moda e Patrimonio Culturale”, in *ZoneModa Journal*, 8:1, 2018, p. XVIII.
19. Felicia Caponigri, “Fashion’s brand heritage, cultural heritage and the piracy paradox”, in *Cardozo Arts & Entertainment*, vol. 39:2, 2021, p. 595.
20. Daniela Calanca, *Moda e immaginari sociali in età contemporanea*, Milano: Bruno Mondadori, 2016, citato in Calanca, Capalbo, *op. cit.*, p. xix.

globale dell'esperienza del tempo e dello spazio, che viene frammentata e alterata, ponendo le basi su cui poggia la cultura postmoderna.<sup>21</sup> Cantista e Delille descrivono come negli anni Novanta l'estensione del significato di heritage ha permesso l'inclusione di un più ampio insieme di oggetti, fenomeni e pratiche in questa definizione.<sup>22</sup> Questa espansione ha portato, secondo Gilles Lipovetsky, a un "unbridled expansion, a saturation, a boundless broadening of the frontiers of our heritage and our memory [...]".<sup>23</sup> Lo studioso chiama questo stato "ipermodernità", una prospettiva culturale in cui il passato, senza più porre alcuno ostacolo, non viene distrutto, ma viene reintegrato e riformulato nelle logiche del mercato, del consumo e dell'individualità, un'epoca che "far from being locked up in a self-enclosed present, our age is the scene of a frenzy of commemorative activities based on our heritage and a growth of national and regional, ethnic and religious entities".<sup>24</sup> Queste attività della memoria, inquadrano un presente inquieto e paradossale: "celebrating the slightest objects of the past, invoking the duties of memory, remobilizing religious traditions, hypermodernity is not structured by an absolute present, it is structured by a paradoxical present, a present that ceaselessly exhumes and 'rediscovers' the past".<sup>25</sup>

Rolando Vazquez, riflettendo sulle politiche temporali della modernità, scrive che poichè la memoria è storicizzata, musei e istituzioni hanno ridotto il passato a un luogo preciso, oggettificandolo e confinandolo nel perimetro delle istituzioni, come una disciplina o l'oggettività del presente, tagliando le relazioni tra il passato e la storia.<sup>26</sup> Molte analisi sul concetto di heritage si sono risolte in uno studio del rapporto della società con il suo passato, la memoria e la sua rappresentazione, soprattutto attraverso il punto di vista della costruzione di quelle consuetudini e tradizioni che si esauriscono nella costruzione di un luogo, comune e ideale a cui guardare e poter rievocare. Tuttavia, alla base della nozione di heritage c'è il rapporto con il futuro, il tempo verso cui tendono sia le pratiche di conservazione degli oggetti materiali, sia le istituzioni che li preservano. La definizione di heritage, quindi, costantemente assembla e costruisce il futuro, attraverso una serie di processi intimamente dedicati alla progettazione di mondi a venire.<sup>27</sup>

21. Marcia A. Morgado, "Fashion phenomenon and the post-postmodern condition: Inquiry and speculation", in Blanco, Reilly, *Fashion, dress and post-modernism*, op. cit., p. 10.

22. Isabel Cantista, Damien Delille (a cura di), *Fashion Heritage*, op. cit., p. 10.

23. Gilles Lipovetsky, *Hypermodern Times*, Cambridge: Polity Press, 2005, p. 24.

24. *Ivi*, p. 57.

25. *Ibid.*

26. Rolando Vazquez, "Modernity Coloniality and Visibility: The Politics of Time", in Sociological Research Online, vol. 14:4, 2009, pp. 109 - 115, citato in Jansen, M. Angela, "Fashion and the Phantasmagoria of Modernity: An Introduction to Decolonial Fashion Discourse", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 24:6, 2002, p. 828.

27. "If we begin to seriously probe these future orientations, then it becomes possible to think of heritage as a series of activities that are intimately concerned with assembling, building and designing future worlds" in Rodney Harrison, "Heritage as future making practices", in Harrison et. al., *Heritage futures*, op. cit., p. 29.

Sono questi processi culturali e sociali che rivelano, secondo Laurajane Smith, come l'heritage sia un elemento unicamente immateriale, una *performance* "used to construct, reconstruct and negotiate a range of identities and social and cultural values and meanings in the present".<sup>28</sup> Smith, quindi, criticando l'enfasi che la cultura occidentale pone sulla materialità dell'heritage, identificando negli oggetti, nei luoghi e nei siti delle qualità intrinseche della memoria, individua in questi processi di costruzione di senso e valore il vero significato di heritage.<sup>29</sup> Queste performance attribuiscono valore a siti, spazi e oggetti, inventando delle tradizioni comuni a cui fare riferimento, costruendo delle comunità che condividono un senso di identità attraverso riti e le manifestazioni.<sup>30</sup> Una delle conseguenze di questo processo, scrive il sociologo Tim Strangleman è che l'heritage e la tradizioni diventano beni che possono essere impacchettati e venduti a ampie masse.<sup>31</sup> Criticare l'heritage, spiega anche David Lowenthal, significa quindi criticare della costruzione del passato, delle sue storie e delle sue narrazioni.<sup>32</sup>

Queste vengono messe in atto da diversi sistemi e discipline, tra cui la moda, che per Lipovetsky, determina il rapporto della società contemporanea con la sua storia.<sup>33</sup> La moda ricorre a diversi processi e attività per configurare il proprio rapporto con la sua storia, eredità e tradizioni. Attraverso la progettazione e il lavoro dei designer, ma anche quello dei curatori, viene messa in evidenza nella moda la progettualità di questi processi e la definizione dell'heritage legata tanto ai movimenti culturali, che a quelli commerciali, volti a consolidare il valore della moda nel panorama della produzione culturale ma anche a costruire e salvaguardare una storia e a scriverne una sua mitologia.

Il capitolo precedente ha esplorato la definizione di archivio, la nascita e lo sviluppo degli archivi di oggetti di moda attraverso i musei, pubblici e privati, e nelle istituzioni culturali e commerciali che costellano il panorama della moda. La dimensione della collezione e dell'archivio è solo uno degli aspetti che contribuiscono a costituire l'heritage della moda. Nella sua forma immateriale, composta dai processi che la moda mette in atto per costruire la propria narrazione storica e identitaria, la nozione di heritage nella moda è articolata attraverso le operazioni

28. Laurajane Smith, *Uses of Heritage*, Abingdon - New York: Routledge, 2006, p. 3.

29. *Ibid.*

30. Cfr. Eric J. Hobsbawm, Terence Ranger (a cura di), *L'invenzione della tradizione*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

31. Tim Strangleman, "The nostalgia of organisations and the organisation of nostalgia: Past and present in the contemporary railway industry", in *Sociology*, 33:4, 1999, p. 741, citato in Laurajane Smith, *Uses of Heritage*, op. cit., p. 195.

32. Cfr. Lowenthal, David, *The past is a foreign country - revisited*, Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

33. "The more our societies are dedicated followers of fashion, focused on the present, the more they are accompanied by a groundswell of memory". Lipovetsky, Gilles, *Hypermodern Times*, Cambridge: Polity Press, 2005, p. 57.

intraprese dai diversi autori che interagiscono con questo sistema e che contribuiscono a definirla come un fenomeno con una propria storia e disciplina, e a formare le identità sociali, culturali e nazionali che la attraversano.

Nel campo degli studi di moda, l'attenzione alla moda e al suo heritage è rivolta al ruolo dei musei e delle collezioni e alle prospettive della trasmissione dell'heritage introdotte dal digitale.<sup>34</sup> In questi luoghi, come scrivono Elisa Giaccardi e Liedeke Plate, la memoria “is not just communicated to a ‘passive’ receiver of information, but is actively constructed and performed through participatory practices of remembering”.<sup>35</sup> Il museo e le mostre, contribuiscono alla definizione non solo della storiografia della moda, ma anche all'individuazione dei temi che la definiscono: dalla celebrazione degli autori, delle correnti e dei temi ricorrenti, a rileggere gli oggetti per individuare le storie altrimenti dimenticate o trascurate. Il ruolo delle mostre è stato inoltre centrale nella costruzione di una narrazione della storia della moda che mettesse in dialogo il lavoro di autori di periodi storici diversi, trovando un linguaggio comune e una continuità nel loro lavoro: “Throughout the twentieth century, each exhibition design offered new temporalities that allowed the past to be relocated in a fashionable future, where great names such as Worth, Doucet, and Poiret dialogued after the war with Dior and Balenciaga”.<sup>36</sup>

I musei, scrive Eugenia Paulicelli, hanno l'abilità di selezionare degli oggetti e trasformarli in pratiche discorsive che costruiscono la percezione delle culture e delle nazioni circostanti.<sup>37</sup> In questo contesto, i fenomeni della moda, con il loro valore sociale, artistico e culturale, diventano strumentali per la definizione di caratteri e narrazioni nazionali. La moda e la sua industria coprono un ruolo rappresentativo nella storia di un paese, partecipando alla costruzione delle identità nazionali attraverso i propri processi creativi e comunicativi.<sup>38</sup> Questo è riflesso

34. Per il ruolo dei musei e delle mostre nella trasmissione del fashion heritage si veda: Melchior e Svensson, (a cura di), *Fashion and museums*, op. cit.; Luca Marchetti, Simona Segre Reinach, *Exhibit! La moda esposta: lo spazio della mostra e lo spazio della marca*, Milano: Mondadori, 2017; Julia Petrov, *Fashion, history, museums – Inventing the display of dress*, Londra: Bloomsbury Visual Arts, 2019. Per il ruolo del digitale, Marta Franceschini, “Navigating fashion”, op. cit.; Marco Pecorari, “The Berg Fashion Library: Archiving the future?”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 16:1, 2011, pp. 83 - 86; Marco Pecorari, “Fashion archives, museums and collections in the age of the digital”, in *Critical Studies in Fashion & Beauty*, vol. 10:1, 2019, pp. 3 - 29.
35. Elisa Giaccardi, Plate Liedeke, “How Memory Comes to Matter. From Social Media to the Internet of Things”, in Munteán et al., (a cura di), *Materializing Memory in Art and Popular Culture*, op. cit., p. 66.
36. Cantista, Delille, (a cura di), *Fashion Heritage*, op. cit., p. 8.
37. Eugenia Paulicelli, “Fashion: The cultural economy of Made in Italy”, in *Fashion Practice*, vol. 6:2, 2014, p. 164.
38. “For now, however, French fashion instead seems to reflect the impulse to define a national individualism. Bourdieu's arguments in favor of a magical ‘croyance collective’ remain persuasive, but rather than competition among social classes or griffes, the stakes in the postmodern fashion competition seem to involve national rival”, Gwendolyn M. Wells, “In a Museographic Mode: French Fashion as Curator of National Identity”, in *Dalhousie French Studies*, vol. 53, 2000, p. 161.

anche nelle collezioni presentate nelle sfilate organizzate nelle diverse città della moda.<sup>39</sup>

Nell'Ottocento, il fenomeno era alimentato dall'inclusione del lavoro di sarti e couturier nelle grandi Esposizioni Universali, mentre successivamente, i musei hanno consolidato il ruolo della moda come espressione di una identità nazionale. L'industria della moda, consapevole del valore culturale e storico del suo prodotto, ha spesso sostenuto la creazione di collezioni per la salvaguardia delle creazioni dei designer, configurando la moda come un patrimonio da conservare e tramandare. In Francia, in particolare, il Musée des Arts de la Mode, inaugurato nel 1986 al Pavillon de Marsan per iniziativa Pierre Bergé e con il supporto del ministro della cultura Jack Lang, dimostra una qualità dell'heritage della moda francese: “that of telling the history of fashion through the designers and couturiers who created it”.<sup>40</sup> In Italia, il dibattito sulla creazione di un museo nazionale dedicato alla moda italiana è ancora centrale, e viene affrontato attraverso la curatela di mostre che permettono di individuare i temi che identificano le caratteristiche della narrazione della moda italiana.<sup>41</sup> Mostre come *Bellissima. L'Italia dell'alta moda 1945 - 1968*, curata da Maria Luisa Frisa con Stefano Tonchi e Anna Mattiolo (Roma, MAXXI, 2 dicembre 2014 - 3 maggio 2015) o *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971 - 2001*, curata da Maria Luisa Frisa con Stefano Tonchi e Gabriele Monti (Milano, Palazzo Reale, 21 febbraio - 6 maggio 2018), per esempio, contribuiscono a definire i sistemi di nomi, autori e progetti che hanno costruito e continuano a costruire l'identità italiana attraverso la moda.

Lo studio dell'heritage nella moda è anche rivolto al significato che questo assume come risorsa di marketing e comunicazione da parte di industrie, brand e imprese. Come analizzato nel capitolo precedente, a partire dagli anni Ottanta, queste hanno iniziato a organizzare il proprio patrimonio costituendo i propri archivi e aprendo musei dove esporre la propria storia. A questi processi si affiancano, da un lato, la riqualificazione dei prodotti in vista del loro capitale culturale, e dall'altro,

39. “The fashion labels that are paraded twice a year on RTW runway shows in New York, London, Milan and Paris often benefit from a perceived national identity integral to the cities involved. Italian style, British creativity and French chic are all clichés that emerge from stereotyping national heritage, culture and values” Carmen Haid, Tim Jackson, “Global Luxury Brands” in Shaw, David, Jackson, Tim, *The Fashion Handbook*, Londra - New York: Routledge, 2006, p. 61.
40. Delille Cantista (a cura di), *Fashion Heritage*, op. cit., p. 9.
41. Si può fare riferimento ai testi di Gabriele Monti, “Moda, curatela, museo: Un dibattito lungo un decennio, un decennio lungo quarant'anni”, in *ZoneModa Journal*, vol.1, 2019, pp. 61 - 89; Maria Luisa Frisa, “A proposito della moda in questo millennio”, in Frisa, *Maria Luisa, Memos. A Proposito della moda in questo millennio* (catalogo della mostra, Memos. A proposito della moda in questo millennio, ideata e curata da Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, Milano, Museo Poldi Pezzoli, 21 febbraio - 4 maggio 2020) Venezia: Marsilio, 2020, pp. 18- 33; Matteo Augello, *Curating Italian fashion: Heritage, industry, institutions*, Londra: Bloomsbury, 2022.





↑ La mostra *Cristobal Balenciaga: Collectionneur de mode*, foto di Palais Galliera e Pierre Antoine.

l'introduzione dell'heritage nei processi comunicativi e progettuali dell'azienda, riconoscendolo come una testimonianza del proprio valore.<sup>42</sup>

L'heritage della moda è quindi un concetto complesso, definito da diversi processi a cui prendono parte diversi attori. La seconda sezione di questo capitolo approfondisce tre modi in cui designer e aziende contribuiscono ai processi dell'heritage nella moda e alla costruzione del suo patrimonio culturale. Prima, vengono analizzati i casi in cui, in diversi periodi storici, designer come Cristobal Balenciaga, Azzedine Alaïa e Kim Jones hanno raccolto abiti e accessori con il duplice intento di aiutare i collezionisti e di salvaguardare la storia del costume. Un ulteriore paragrafo è dedicato alle mostre curate dai designer e le occasioni in cui questi hanno collaborato alla curatela di alcune mostre. In conclusione, il capitolo si sofferma sulla definizione di heritage brand e sulle dinamiche progettuali che li caratterizzano, introducendo la figura del direttore creativo.

## II.2 Designer come collezionisti

Gli studi sulle pratiche di collezionismo nella moda si sono concentrati principalmente sui casi di collezioni create dalle istituzioni pubbliche, come quelle dei musei o delle università. Tuttavia le collezioni private, create e organizzate da individui e non da istituzioni, presentano altrettanto, come spiega la direttrice del Museo della Moda di Anversa Kaat Debo in dialogo con la collezionista Myung-il Song, un'importante risorsa a cui i curatori possono fare riferimento nella progettazione delle mostre.<sup>43</sup> La collezione di moda italiana di Enrico Quinto e Paolo Tinarelli, scrive Gabriele Monti, ha contribuito eccezionalmente nel costruire una storia della moda italiana attraverso le varie mostre in cui è stata esposta.<sup>44</sup>

Nella sua analisi delle pratiche di collezionismo di abiti di moda, Amy de la Haye chiama *commercial collectors* i fashion designer, marchi di moda e luxury brand che hanno "in increasing numbers, collected their own label products from

42. Rispetto a questo tema, si veda Alice Dallabona, Stefano Giani, "The Good, the Bad, and the Ugly: Dolce & Gabbana and Narratives of Heritage and National Identity", in Sikarskie, A. (a cura di), *Storytelling in luxury fashion: Brands, visual cultures, and technologies*, New York: Routledge, 2020, pp. 38-50; Pierre-Yves Donzé, Ben Wubs, "Storytelling and the making of a global luxury fashion brand: Christian Dior", in *International Journal of Fashion Studies*, vol. 6:1, 2019, pp. 83 - 102; Carmen Haid, Tim Jackson, "Global Luxury Brands", in *Shaw, Jackson, The Fashion Handbook, op. cit.*, pp. 57 - 82; Federica Vacca, Valeria Iannilli, "Brand of products and brand of signs: how to manage this relationship in fashion through corporate archives", in Erik Bohemia et al. (a cura di), *Proceedings of the 19th DMI: Academic Design Management Conference*, London 2-4 September 2014, Boston: Dmi, 2011, pp. 396 - 410; Felicia Caponigri, "Fashion's brand heritage, cultural heritage and the piracy paradox", in *Cardozo Arts & Entertainment*, vol. 39:2, 2021, pp. 557 - 605.
43. Kaat Debo, "On building museum collections and the Importance of private archives", in Song, Myung-il, Nzeyimana, Dominique (a cura di), *I'll wear it until I'm dead, op. cit.*, pp. 93 - 98.
44. Gabriele Monti, "Italian fashion and the politics of archives", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, pp. 84 - 85.



previous seasons' collections, in order to safeguard, exhibit and market their "heritage," as well as provide inspiration to in-house designers".<sup>45</sup> Molti designer non solo collezionano il proprio lavoro, ma estendono il loro interesse alla ricerca del lavoro di altri designer, oggetti di costume o capi storici, per usarli come ispirazione per il proprio lavoro oltre a salvaguardare quello di colleghi o predecessori il cui nome e contributo altrimenti potrebbe venire dimenticato.

Per esempio, la collezione di moda del designer Azzedine Alaïa costituisce, secondo il curatore Hans Ulrich Obrist una vera e propria "protesta contro l'oblio".<sup>46</sup> La collezione è nata nel 1968, quando una collaboratrice del couturier spagnolo Cristóbal Balenciaga chiamò Alaïa per invitarlo a recuperare alcuni dei suoi tessuti e dei suoi modelli dopo la chiusura della maison: "The family sold everything to pay the house debts or something like that, and everything went for nothing. The history of fashion does sometimes disappear like that".<sup>47</sup>

La collezione, ora parte della Fondation Azzedine Alaïa,<sup>48</sup> comprende più di 15.000 capi di designer storici e contemporanei. Parzialmente accessibile attraverso il sito della Fondazione, comprende il lavoro di storici *couturières*, come Charles Frederick Worth, Paul Poiret, Madeleine Vionnet, Balenciaga e Madame Grès e di autori più recenti, come Courrèges, Comme des Garçons, Martin Margiela, Jean Paul Gaultier, Alexander McQueen, Thierry Mugler and Yohji Yamamoto, oltre a 20.000 oggetti disegnati dal designer tunisino.<sup>49</sup> La fondazione, curata da Olivier Saillard e diretta da Carla Sozzani, ha la missione di proteggere, conservare ed esporre il lavoro di Alaïa e gli oggetti collezionati dal designer, organizzando mostre e supportando attività culturali e didattiche. Il curatore, in conversazione con Thomas Lenthal per System Magazine, spiega che la collezione creata da Alaïa ha contribuito a salvare una parte di storia francese e della sua eredità nella moda, come nessun museo avrebbe potuto fare.<sup>50</sup>

La collezione non scaturisce solamente dal desiderio di proteggere le creazioni di altri designer. Alaïa ha raccolto i capi anche per studiare il lavoro dei suoi colleghi e predecessori, trovando ispirazione nella costruzione e nei tagli dei modelli

45. Amy de la Haye, "A Critical Analysis of Practices of Collecting Fashionable Dress" in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol 22:4-5, 2018, pp. 388.

46. Dal sito della fondazione, ultimo accesso 17 ottobre 2023: <https://fondationazzedinealaia.org/en/interviews/interview-2/>

47. *Ibid.*

48. Nata come Association Azzedine Alaïa nel 2007, la fondazione è ospitata in Rue Verriere 18, nell'edificio che è stato casa e studio del designer nell'ultimo periodo della sua vita. Fondation Azzedine Alaïa, ultimo accesso 12 luglio 2023: <https://fondationazzedinealaia.org/en/fondation/>

49. *Ibid.*

50. Thomas Lenthal, "The Azzedine Alaïa Collection", in *System Magazine*, vol.17, 2021, ultimo accesso 23 settembre 2023: <https://system-magazine.com/issues/issue-17/archive-the-azzedine-alaia-collection>



↑ Le foto di Image Group per la sezione *Relics* nel numero di *A Magazine Curated by Kim Jones*, 2019. Foto di Image Group.



collezionati.<sup>51</sup> Questo aspetto è stato anche messo in evidenza nelle mostre organizzate dalla fondazione, dove il lavoro del designer viene messo in conversazione con quello degli altri autori che ha collezionato, come *Alaïa et Balenciaga. Sculptures de la Forme* (Parigi, Fondation Azzedine Alaïa, 27 settembre 2020 - 14 febbraio 2021) e *Adrian et Alaïa, l'Art du Tailleur* (Parigi, Fondation Azzedine Alaïa, 21 gennaio 2019 - 23 giugno 2019).

Cristóbal Balenciaga, il cui lavoro ha dato il via alla collezione di Azzedine Alaïa, è stato a sua volta un grande collezionista e agli oggetti che ha raccolto è stata dedicata la mostra curata da Olivier Saillard *Cristobal Balenciaga: Collectionneur de mode* (Parigi, Palais Galliera Musée de la Mode de la Ville de Paris / Docks, Cité de la Mode et du Design, 13 aprile - 28 ottobre 2012). La collezione, composta da capi come casacchine, costumi da torero, bolero, cappe e pantellette, bustini, stole, mantillas, prove di ricami, comprende oggetti del diciottesimo, diciannovesimo e ventesimo secolo. Tra questi, per la mostra sono stati individuati settanta costumi e capi di abbigliamento che sono stati esposti assieme a circa quaranta cappotti e abiti di alta moda progettati da Balenciaga tra il 1937 e il 1968, provenienti sia dalla collezione del Galliera che dall'archivio della *maison* Balenciaga. Tra i materiali esposti erano presenti anche schizzi, accessori, fotografie, libri di arte e costume, che testimoniavano la passione del designer per la storia - dell'arte e del costume - e riassumevano i temi che caratterizzano il lavoro di Balenciaga: le tradizioni e il folklore spagnolo, il colore nero, i severi abiti religiosi e costumi cerimoniali, i capolavori dei maestri della pittura spagnola. L'allestimento della mostra, progettato da Jean-Julien Simonot, ricostruisce l'immaginario dell'archivio con file di scaffalature e cassettiere mobili metalliche.

I designer contemporanei Kim Jones, Pieter Mulier e Matthieu Blazy hanno invece condiviso le proprie collezioni attraverso portfoli fotografici pubblicati in diverse riviste. Kim Jones ha dedicato una sezione del numero nel numero 19 di *A Magazine Curated By*, da lui curato, agli scatti di Image Group che documentano parte della sua collezione di moda, che comprende il lavoro di designer come Christopher Nemeth, Stephen Jones, Seditonaries, Jun Takahashi di Undercover, assieme ai lavori di artisti come Leigh Bowery, Andy Warhol, e altri oggetti appartenuti a figure come Diana Vreeland e Francis Bacon.<sup>52</sup> In conversazione con Lou Stoppard per *Another Magazine* nel 2015, Kim Jones, al tempo direttore creativo di Louis Vuitton, racconta come la collezione sia stata spesso messa a disposizione anche di altri direttori creativi, che non potendo visitare l'archivio delle proprie maison,

51. Ibid.  
52. *A Magazine Curated By*, vol. 19, 2019, pp. 178 - 185.



↑ La collezione di moda di Matthieu Blazy e Pieter Mulier fotografata da Pierre Debusschere per il portfolio nel numero 8 di *Document Journal*, 2015. Foto di Pierre Debusschere.



↑ La collezione di moda di Matthieu Blazy e Pieter Mulier fotografata da Pierre Debusschere per il portfolio nel numero 8 di *Document Journal*, 2015. Foto di Pierre Debusschere.

si sono rivolti a Jones per fare ricerca: “I call my collection a working archive – I’m doing it so the next generation can access it”.<sup>53</sup>

La collezione di Pieter Mulier, direttore creativo di Alaïa dal 2021, e Matthieu Blazy, che nello stesso anni diventa direttore creativo di Bottega Veneta, è stata invece pubblicata nel 2015 numero 8 di *Document Journal* in un portfolio fotografico di Pierre Debusschere. I due designer considerano la collezione la propria “storia della moda”: “The way we collect is not for the value, but for the amazing story behind the object-its pedigree” spiega Blazy.<sup>54</sup> La collezione include oggetti che attraversano diversi decenni della storia della moda, come un abito realizzato negli anni Venti da Lanvin e pezzi di designer contemporanei come Rei Kawakubo, Helmut Lang, Jean Paul Gaultier, Martin Margiela. Nel testo che accompagna le foto, dove i capi sono indossati da due modelli combinando oggetti di epoche e autori diversi, la giornalista Jo-Ann Furniss scrive che gli scatti rivelano indizi del gusto e del processo creativo dei due designer, mostrando gli elementi che hanno tradotto nel loro contributo alle maison per cui hanno lavorato.<sup>55</sup>

Questi *working archives* hanno altre volte posto le basi per le collezioni aziendali. Nel caso del marchio italiano Max Mara, la collezione costruita attraverso quarant’anni da Laura Lusuardi, *fashion coordinator* del gruppo, raccoglie oltre 20.000 oggetti, di cui almeno 8.000 oggetti di moda dal diciannovesimo secolo ad oggi, oltre a più di 6.000 volumi dedicati alla moda e più di cinquantamila riviste.<sup>56</sup> Aperto a studiosi e ricercatori, la collezione è invece a disposizione dei team creativi del marchio per trovare ispirazione per i loro progetti: “People often ask why we collect other designers,” - spiega Ian Griffiths, direttore creativo di Max Mara dal 1987, alla giornalista Kerry Olsen per un articolo del *New York Times* - “The answer to this is: Fashion is a culture. Designers don’t create alone”.<sup>57</sup>

### II.3 Designer come curatori

Nel libro *Curatori d’assalto*, David Balzer scrive che nella moda l’attitudine alla curatela è una espressione frequente che investe tutti i suoi ruoli e le sue figure.<sup>58</sup> Il designer belga Raf Simons, in conversazione con Miuccia Prada nel numero 8 di

53. Lou Stoppard, “The obsessive archives of Kim Jones”, in *Another Magazine*, 24 luglio 2015, ultimo accesso 25 luglio 2023: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/7626/the-obsessive-archives-of-kim-jones>
54. Jo-Ann Furniss, “Pieter Mulier and Matthieu Blazy, former right-hands to Raf Simons, explore their history of fashion”, in *Document Journal*, vol. 8, 2015, pp. 158 - 177.
55. *Ibid.*
56. Kerry Olsen, “In MaxMara’s archive, decades of Italian fashion history”, in *The New York Times*, 19 settembre 2018, ultimo accesso 7 ottobre 2022: <https://www.nytimes.com/2018/09/19/style/maxmara-archive-reggio-emilia-italy.html>
57. *Ibid.*
58. David Balzer, *Curatori d’assalto*, trad. Nicoletta Poo, Cremona: Johan & Levi, (2015) 2016, p. 158.



System Magazine pubblicato nel 2016, spiega che osservando il panorama contemporaneo la moda dovrebbe essere considerata un museo di cui designer dovrebbero essere i curatori.<sup>59</sup> Mentre i gesti del curatore e quelli del designer contemporaneo si sovrappongono, per molti designer la mostra o l'installazione sono uno strumento per presentare il proprio lavoro con una soluzione alternativa alla sfilata, o una estensione del proprio progetto creativo.

Alcuni designer e marchi sovrappongono il lavoro alle pratiche artistiche, presentando il proprio lavoro nei musei e nelle gallerie, o aprendo gallerie come estensione del loro lavoro - come i casi di Susan Cianciolo, BLESS e Bernadette Corporation, presi in esame da Jeppe Ugelvig.<sup>60</sup> Altri invece ricorrono alla mostra con consapevolezza, esplorandola come un medium che estende il loro approccio progettuale. Per esempio, il designer turco-cipriota Hussein Chalayan organizza con il fotografo Marcus Tomlinson la mostra *Echo Form* alla Atlantis Gallery a Brick Lane (Londra, 27 luglio 1999 - 10 agosto 1999) per promuovere la sua collezione autunno/inverno 2000.<sup>61</sup> Il caso viene esaminato da Fiona Anderson nel saggio *Museum as Fashion Media*, dove la studiosa riflette sull'attenzione che i musei ricevono nel panorama della moda, tanto nell'organizzazione di mostre di moda che esplorano il lavoro dei fashion designer che come dispositivi scelti dai designer per presentare il proprio lavoro. Anche la mostra di Chalayan serve a esplorare lo spazio della galleria come una dimensione in cui anche i designer possono riflettere sui temi che costituiscono il proprio lavoro. Nella mostra, Chalayan presenta la sua ultima collezione attraverso le foto e la proiezione di un video girato da Tomlinson. Conosciuto per il suo approccio concettuale, anche la modalità di presentazione del proprio lavoro è caratteristica dell'esplorare le potenzialità del museo e delle mostre attraverso linguaggi diversi: "The decision to portray Chalayan's work on the body, through both moving and static imagery, is in stark contrast to most museum displays of fashion, both historical and contemporary".<sup>62</sup>

In altre occasioni, i designer vengono coinvolti dai curatori per affiancarli nel progetto di una mostra, contribuendo con la loro esperienza o la loro visione al processo curatoriale, come nei casi di *The Fourth Sex. Adolescent Extremes* (Firenze, Stazione Leopolda, 9 gennaio - 9 febbraio 2003), *Dries Van Noten. Inspirations* (Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 1 marzo - 31 agosto 2014), *Balenciaga. Paris* (Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 4 luglio 2006 - 28 gennaio 2007).

59. Jonathan Wingfield, "Miuccia Prada & Raf Simons", in *System Magazine*, vol. 8, 2016, p. 96.

60. Per esempio la galleria Reena Spaulings, parte del progetto Bernadette Corporation, analizzato da Jeppe Ugelvig in *Fashion work 1993 - 2018. 25 years of art in fashion*, Faenza: Damiani, 2020.

61. Fiona Anderson, "Museums as fashion media", in Bruzzi, Stella, Church Gibson, Pamela (a cura di), *Fashion cultures: Theories, explorations and analysis*, Londra: Routledge, 2000, p. 385.

62. *Ivi.*, p. 386.



↑ Una sezione della mostra *Dries Van Noten. Inspirations* al Musée des Arts Décoratifs di Parigi. Foto di Dries Van Noten.



La mostra *The Fourth Sex. Adolescent Extremes*, curata da Francesco Bonami in collaborazione con Raf Simons in occasione di Pitti Immagine Uomo, riorganizza, attraverso le opere di diversi artisti, l'immaginario creativo di Raf Simons e i temi della cultura adolescenziale che esplora nel suo lavoro. Dries Van Noten ha collaborato invece con la curatrice Pamela Golbin in occasione della mostra retrospettiva dedicata al suo lavoro *Dries Van Noten. Inspirations*. La mostra esplora a ritroso i temi, gli oggetti e le storie che il designer belga "argues could have been at the origin of some of his designs".<sup>63</sup> Mentre alcuni di questi riferimenti vengono forniti dal designer alla curatrice, altri vengono individuati in un processo di dialogo e ricerca, durato oltre due anni, in cui Golbin presentava a Van Noten immagini degli artefatti che avrebbero potuto inserire nella mostra accanto alle sue creazioni.<sup>64</sup> I temi individuati presentano il lavoro di Van Noten in un percorso non cronologico, che si conclude con una sezione dedicata alla collezione autunno/inverno 2014, ispirata a sua volta dal lavoro fatto per progettare la mostra.<sup>65</sup>

Golbin aveva precedentemente collaborato con il designer Nicolas Ghesquière alla mostra *Balenciaga. Paris*, che ripercorre la storia della maison fondata dal *couturier* spagnolo nel 1917. Direttore creativo di Balenciaga dal 1997 al 2012, Nicolas Ghesquière è stato invitato a curare la sezione dedicata al suo lavoro. "The idea was to place Balenciaga in a contemporary context to show how modern it is - not to recreate the heritage", spiega il designer in una intervista.<sup>66</sup> In quella occasione, oltre a selezionare alcuni look progettati per la maison, il designer coinvolge l'artista Dominique Gonzalez-Foerster e il *light designer* Benoit Lalloz per ideare l'allestimento dello spazio.<sup>67</sup>

Christian Lacroix, invece, si ritrova nel ruolo di curatore per la mostra *Christian Lacroix: Histoires de mode*, organizzata al Museo di Arti Decorative di Parigi (7 novembre 2007 - 20 aprile 2008). Dopo aver studiato per un anno le collezioni di moda e costume del museo, Christian Lacroix procede accostando pezzi delle sue collezioni di haute couture a quelli estrapolati dall'archivio del museo, costruendo delle sue individuali storie della moda. Gabriele Monti lo definisce un curatore al contrario,

63. May Frances Gormally, "Dries Van Noten— Inspirations", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 9:14, 2015, p. 552.

64. *Ibid.*

65. Le sezioni della mostra sono: *Punk, Butterflies, Francis Bacon, The Piano, Gold, Graphic, Bowie, Cocteau, Visconti, Foppish, Iconoclast, Uniform, Camouflage, Beaton, Feathers, Sports Couture, Summer Flowers, Spain/Mexico, Folklore, Marble, Bollywood, Orientalism e Flower Power*. Da Johanna Zanon, "Unravelling Inspirations: The Non-Retrospective of Dries Van Noten, A review of Dries Van Noten: Inspirations, Musée de la Mode et du Textile, Les Arts Décoratifs, Paris, 1 March-2 November 2014", in *The Fashion Research Network*, 26 agosto 2014, ultimo accesso 15 ottobre 2023: <https://www.fashionresearchnetwork.com/blog/unravelling-inspirations-the-non-retrospective-of-dries-van-noten>

66. Suzy Menkes, "Balenciaga: The past is the future", in *The New York Times*, 5 luglio 2006, ultimo accesso 17 ottobre 2023: <https://www.nytimes.com/2006/07/05/style/05iht-rbal.html>

67. *Ibid.*



↑ Alcuni oggetti individuati da Christian Lacroix per la mostra *Histoires de mode* al Musée des Arts Décoratifs di Parigi. Foto di Gregoire Alexandre.

che “attraverso un collage di materiali che cronologicamente non ‘potrebbero’ essere avvicinati, ma che condividono somiglianze formali e strutturali”.<sup>68</sup>

L’esperimento non solo permette di rileggere le storie collezionate dal museo attraverso le narrazioni costruite dalle congiunzioni create dal curatore e di avere una visione del suo lavoro in relazione al più ampio contesto della storia della moda. Ma il processo curatoriale e la costruzione della mostra pongono anche una lente sul lavoro del designer e sui suoi metodi progettuali. Il lavoro di Lacroix, che consiste in un recupero e riutilizzo di elementi storici, attraverso un processo che si compone dal tagliare e dall’incollare riferimenti, si riflette nella mostra che:

[...] instead of isolating, protecting and ‘naturalizing’ garments, fetishizing them, dating them to attention, and thus conferring upon them the status and ‘aura’ of a work of art, he decided instead to remain faithful to his principles and to gather and accumulate, piling styles and eras on top of one another, filling display cases with as many examples as possible. [...] They might be the wardrobe of some immortal who has miraculously lived through all eras, or that of a family who have carefully stored everything over the course of generations.<sup>69</sup>

Progetti come *Christian Lacroix: Histoires de mode* dimostrano quindi come le mostre possano essere occasioni che permettono ai designer di riflettere sul proprio lavoro e dare spazio all’approfondimento dei temi che affrontano. Nel catalogo della mostra *Disobedient Bodies. JW Anderson Curates the Hepworth Wakefield*, curata da Jonathan Anderson nella galleria Hepworth Wakefield (18 marzo - 18 giugno 2017), il designer compila un glossario dove include anche la voce “designer-curator”:

I’ve often said that I’m more of a curator or artistic director than a designer in the way that I work, so I approached the project in the way I would approach making a new collection and a fashion show. It’s what I know, but I was also interested to see how this might destabilise the idea of an exhibition. Ultimately, what you’re doing is taking a vast amount of

68. Gabriele Monti, “Live set 1: immagini dall’archivio”, in Frisa, Maria Luisa, Monti, Gabriele (a cura di), *Elda Cecchele. In forma di tessuto* (catalogo della mostra, Elda Cecchele. In forma di tessuto, a cura di Maria Luisa Frisa con Gabriele Monti, Schio, Spazio Espositivo Lanificio Conte Largo Fusinelle, 5 Dicembre 2010 - 20 febbraio 2011), Venezia: Marsilio, 2010, p. 47.
69. Patrick Mauriès, “Inside the collection”, in Lacroix, Christian, Mauriès, Patrick, Saillard, Oliver (a cura di), *Christian Lacroix. On Fashion* (catalogo della mostra, *Christian Lacroix: histoires de mode*, a cura di Christian Lacroix, Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 7 novembre 2007 - 20 aprile 2008), Parigi - Londra; Thames and Hudson, 2007, pp. 13 - 14.

information and trying to condense it into a single message. It’s been an ongoing process, right down to the last minute. One thing always throws up something else and leads off in another direction. More than anything I always wanted the show to maintain as much as possible a feeling of chance and unexpectedness. It was actually a very emotional project for me: there are things that made so much sense to me personally but might be lost on another viewer.<sup>70</sup>

La mostra prende forma dalla collezione di Hepworth Wakefield e dall’archivio personale di Anderson, che il designer dichiara di aver composto con gli oggetti di moda, d’arte e design, che hanno in diverse maniere formato il suo modo di pensare o che hanno contribuito a muovere una idea, una forma, un’attitudine.<sup>71</sup> Nella mostra, l’accostamento di oggetti di moda con il lavoro di artisti, è funzionale, per Anderson, a mostrare come artisti e designer abbiano spesso pensato nella stessa maniera riguardo al corpo.<sup>72</sup> Riflettendo sul processo curatoriale, nel catalogo il designer traccia i parallelismi con il suo modo di progettare di una collezione, cominciando dalla composizione del moodboard:

In fashion nearly everything starts from a mood board in one form or another. Very different things end up on the same playing field, and that’s where you start to see interesting collisions. References can complement each other in terms of idea or in physical form but on a very basic level, things gravitate towards each other because they look good. I think we’re often scared by the idea that things work simply because they look good together. There’s something in the directness of that approach which is important.<sup>73</sup>

Un’altra coppia di designer che ha utilizzato la mostra come strumento per riflettere e comunicare il proprio immaginario sono An Vandevorst e Filip Arickx di A.F. Vandevorst, che curano al MoMu di Anversa la mostra *Katharina Prospekt* (9 settembre 2005 - 5 febbraio 2006). Invitati dal museo nel contesto di Europalia Russia 2005, i due designer attraversano la collezione dello State Historical Museum di Mosca per individuare oggetti con cui ricostruire l’immaginario russo frequentemente citato

70. Jonathan W. Anderson, (a cura di), *Disobedient Bodies. JW Anderson Curates the Hepworth Wakefield* (catalogo della mostra, *Disobedient Bodies. JW Anderson at the Hepworth Wakefield*, a cura di J.W. Anderson, Hepworth Wakefield, 18 marzo - 18 giugno 2017), Londra: InOtherWorlds, 2017, n.p.
71. “My archive of fashion is quite random. It’s both clothes I’ve designed and those I’ve bought over the years. I am an avid collector, but I’m not really a fashion collector.”, *ibid.*
72. *Ibid.*
73. *Ibid.*



↑ La mostra *Disobedient Bodies*. JW Anderson curates the Hepworth Wakefield, foto di Lewis Roald.

nel loro lavoro: “The colour red, military uniforms, and religious costumes, as well as materials including fur and felt are important sources of inspiration in their own collections of clothing”.<sup>74</sup> Accanto agli oggetti individuati dall’archivio del museo russo, sono inclusi pezzi Yves Saint Laurent, Bless, Martin Margiela and Jean-Paul Gaultier provenienti dalla collezione del museo di Anversa.

La mostra amplifica la visione creativa del duo di designer attraverso il suo allestimento e la scelta dei pezzi esposti. Gli oggetti in mostra mettono in dialogo il lavoro di A.F. Vandevorst con la loro percezione di una estetica russa a cui fanno spesso riferimento nel loro lavoro, utilizzando i diversi materiali per dargli forma nel contesto della mostra.<sup>75</sup> In questo processo, i curatori offrono una loro lettura della collezione del Russian State Historical Museum, funzionale a raccontare il loro lavoro. Il metodo di selezione delle opere è processo soggettivo, guidato dal desiderio di individuare gli oggetti che rientrano nella loro narrazione e che li colpiscono.<sup>76</sup> Invece di modellare le loro scelte in base alla collezione del museo, selezionano oggetti secondo le loro predilezioni estetiche, scrive Jeffrey Horsley.<sup>77</sup> La mostra diventa quindi un mezzo per estendere il proprio lavoro, adattando il materiale preso in prestito dai due musei e appropriandosi degli oggetti, della loro storia in funzione alla costruzione di un racconto individuale. In questo modo il processo curatoriale si sovrappone a quello progettuale, trasformando la mostra in un campo in cui mettere a fuoco i riferimenti - reali o immaginari - dei designer.

#### II.4 Designer come collezionisti

Nel loro studio, Cantista e Delille riportano che l’heritage della moda è un concetto che origina dalla necessità di conservare materiali, prototipi e campioni della propria produzione è un fenomeno che origina dalle aziende produttrici di tessuto e abbigliamento, e il suo sviluppo dagli anni Ottanta riflette una svolta nella concezione della produzione industriale inglese che l’accademico inglese Robert Hewison, nella sua critica sul concetto di heritage, riassume nella riflessione: “Instead of manufacturing goods, we are manufacturing heritage”.<sup>78</sup>

74. Dalla pagina web del Museo della Moda di Anversa: <https://www.momu.be/en/exhibitions/katharina-prospekt-the-russians-by-a-f-vandevorst>
75. Jeffrey Horsley, “A Fashion ‘Muséographie’: The Delineation of Innovative Presentation Modes at ModeMuseum, Antwerp” in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 19:1, p. 53.
76. Ivi, p. 58.
77. “A.F. Vandevorst disclose the subjectivity of the process. Faced with the archives of the Russian State Historical Museum, their selection strategy for the exhibition Katharina Prospekt was to delve ‘in search of things that fit into our tale, things that touch us’. Exercising a selection process determined by a preestablished narrative, shaped by their existing aesthetic predilections and design practice rather than modeling a narrative and selection process from the collection available, A. F. Vandevorst openly prefers and promotes a particular aspect of the objects they present, thus influencing the visitor’s reading of their chosen material.” Ivi, p. 58.
78. Cantista, Delille, (a cura di), *Fashion Heritage*. op.cit., p. 9.



Nel contesto dei grandi conglomerati di marchi del lusso, tra cui i più grandi LVMH (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE, fondata nel 1987) e Kering (Kering S.A, fondata nel 1963) che a partire dagli anni Novanta iniziano a costruire i propri portfolio acquistando e includendo i grandi marchi di moda francesi e internazionali, il termine *heritage brand* identifica quei marchi che, nella definizione di Ornella Kyra Pistilli, traendo ispirazione dalla loro storia, trasformano il loro patrimonio culturale, composto da archivi, atelier, *savoir-faire*, valori e immaginari, in uno strumento per costruire la propria identità e in capitale culturale da utilizzare nel contesto dell'industria del lusso e della moda globale.<sup>79</sup>

Alla base di questa nuova dimensione si pongono la nascita delle collezioni e degli archivi aziendali, come analizzato nel precedente capitolo, che la consolidazione e la promozione delle narrazioni generate e costruite attraverso i vari metodi di comunicazione, dalla pubblicazione di cataloghi, all'organizzazione di mostre nei musei per celebrare la storia e il passato dei marchi, rendendolo accessibile a un pubblico più ampio. Silvano Mendes e Nick Rees-Roberts scrivono che la questione del patrimonio è ora fermamente iscritta nelle strategie di branding delle grandi case del lusso, a cui consegue una riorganizzazione della struttura aziendale in cui la cooperazione tra i dipartimenti di immagine e marketing è accompagnata dalla proliferazione di figure dell'archivista, che ha il compito di curare e gestire i grandi archivi costituiti dai marchi. strategie.<sup>80</sup>

La curatrice Shonagh Marshall spiega che la motivazione a conservare gli oggetti è quella di conservare una narrativa e aiuta a costruire un marchio la cui identità ora è legata all'heritage culturale.<sup>81</sup> Gli oggetti vengono esposti in diversi spazi espositivi. Oltre ai musei, gallerie e negozi offrono l'ambiente dove poter esibire oggetti storici contribuendo a rafforzare la narrativa prediletta dal marchio. In questo contesto prende forma anche la frequente collaborazione tra marchi, musei e gallerie: "The relationship between institutions has always been mutual: brands provide funding and objects, museums and archives provide a rich pool of inspirations".<sup>82</sup>

79. "Drawing inspiration from their own history, while looking at the future, these companies have turned their cultural heritage (archives, ateliers, savoir-faire, values and imaginaries) into a competitive tool for brand identity, a cultural capital to spend into the highly competitive context of the global fashion and luxury industry", Ornella K. Pistilli, *op. cit.*, p. 78.

80. "The question of patrimony is now firmly embedded in the branding strategies of the leading luxury houses, leading to increased cooperation between the departments of marketing and image, and the proliferation of archivists, employed to curate and manage the often-sizeable archives", Silvano Mendes, Nick Rees-Roberts, "New French Luxury: Art, Fashion and the Re-Invention of a National Brand", in *Luxury*, vol. 2:2, 2015, p. 56.

81. Lou Stoppard, "Fashion brands build museums as archives gain value", *cit.*

82. Paola Bertola, Federica Vacca, *et al.*, "The Cultural Dimension of Design Driven Innovation. A Perspective from the Fashion Industry", in *The Design Journal*, vol. 19:2, 2016, p. 238.

Il modello di economia mista basato sulla capitalizzazione dei propri prodotti insieme ai propri valori e alla propria storia - il proprio heritage creativo - spiegano gli economisti Barrère e Santagata, si basa su uno storico modello consumistico francese di distinzione tra popolo ed élite.<sup>83</sup> La valorizzazione dell'heritage e dell'alta moda è legata al concetto di moda aristocratica dell'Ancien Régime, che mette in scena la distinzione tra le due diverse classi di consumatori.<sup>84</sup> Trasformando il concetto di lusso da una qualità associata allo stile di vita delle classi elitarie a un prodotto commercializzabile e acquistabile dai consumatori, aziende e brand hanno tradotto il processo il valore dell'heritage in un processo adattabile ai mercati globali.<sup>85</sup>

Il valore aggiuntivo dell'heritage, scrivono Rees-Roberts e Mendes nel loro studio sul modello di moda francese, non si misura quindi attraverso i materiali utilizzati per produrre un bene, ma nell'artigianalità delle tecniche utilizzare e nella manipolazione narrativa della storia di questi oggetti, l'investimento del marchio nel costruire il valore simbolico dell'oggetto, in una modalità che fa intersecare le pratiche dell'arte contemporanea all'economia del lusso.<sup>86</sup> Per i due autori, sono i valori astratti di *simplicity* e *timelessness* che hanno storicamente contribuito a distinguere i beni che appartengono al fenomeno della moda dai beni definiti di lusso.<sup>87</sup> Brand come Chanel, Christian Dior e Givenchy hanno per esempio "relied on their appeal as labels exemplifying status and prestige, based on a classic timelessness—in historical as well as emotional terms".<sup>88</sup>

La sopravvivenza - culturale ed economica - di questi marchi è quindi determinata dalla loro capacità di rinnovarsi nel tempo tramandando una identità riconoscibile e continuativa. L'abilità di sviluppare nuovi progetti e strategie di branding che rispondano ai desideri dei consumatori, mantenendo il nucleo di valori del proprio heritage.<sup>89</sup> In questa situazione i designer devono essere capaci di creare prodotti in cui possano continuare ad esprimere e in cui possano essere identificati gli elementi dello stile del creatore che ha dato origine al marchio, mentre ricorrono alla propria identità creativa per rendere i prodotti rilevanti nel presente.<sup>90</sup> In questo

83. Christian Berrère, Walter Santagata, *La Mode. Une économie de la créativité et du patrimoine à l'heure du marché. La Documentation française*, 2005, p.27, citato in Cantista, Delille, (a cura di), *Fashion Heritage*, *op. cit.*, p. 11.

84. "[...] the valorisation of the heritage of haute couture, which is linked to the aristocratic fashion of the Ancient Régime, re-enacts the consumerist distinction between the elite and the people.", in *ibid.*

85. *Ibid.*

86. Mendes, Rees-Roberts, "New French Luxury", *op. cit.*, p. 58.

87. *Ibid.*

88. Kay McMahon, Jane Morley, "Innovation, Interaction, and Inclusion: Heritage Luxury Brands in Collusion with the Consumer", in *Fashion and Luxury Between Heritage and Innovation*, Parigi: Institut Français de la Mode, 2011, p. 69, citato in English, Bonnie, *A cultural history of fashion in the 20th and 21st centuries*, Londra: Bloomsbury, 2013, p. 173.

89. *Ibid.*

90. McMahon, Morley, J., "Innovation, Interaction, and Inclusion: Heritage Luxury Brands in Collusion with the Consumer", in *Fashion and Luxury Between Heritage and Innovation*, p. 72, in English, *A cultural history of fashion in the 20th and 21st centuries*, p. 173.



modo l'archivio si rivela una risorsa essenziale, dove repository di elementi che possono trasformarsi in nuovi progetti e idee a beneficio dei designer. Federica Vacca e Valentina Iannilli definiscono questa una doppia sfida per il marchio e per l'archivio: "on the one hand there is the responsibility to preserve, protect, promote, and enhance the testimonies of an immensely valuable past, on the other hand there is a need to view the archive as living cultural heritage, an economic asset to all effects, to employ for economic and educational benefit".<sup>91</sup>

Il modello di designer che si trova a confrontarsi con questa sfida è quello del direttore creativo. Il direttore creativo è uno di quei designer che viene chiamato alla guida di uno o più brand, per imprimere la propria visione nel grande meccanismo del marchio.<sup>92</sup> Una figura che, a partire dagli anni Novanta, ha assunto un ruolo centrale nel panorama della moda contemporanea, caratterizzato dai grandi *heritage brands*, dove questo nuovo genere di autori viene chiamato a guidarli attraverso il presente: "Sono i direttori creativi le nuove figure di riferimento, chiamate sempre più spesso a generare una visione innovativa partendo da oggetti momentaneamente dimenticati, messi tra parentesi. Il direttore creativo deve fare i conti con quei materiali che, a seconda di come attraversa l'archivio e del momento in cui lo fa, diventare volano di rimandi e generano significati inediti nell'incrocio di temporalità e sensibilità diverse".<sup>93</sup>

Questa nuova figura viene portata in evidenza a seguito del successo, commerciale e mediatico, di Tom Ford, primo direttore creativo del marchio fiorentino Gucci. Alla guida del marchio dal 1994 al 2004, Tom Ford segna una transizione nel sistema della moda: "Ford's tenure at Gucci in the mid-1990s had set a precedent for unparalleled creative and commercial control of a fashion brand, signaling the recent change in nomenclature from the (artistic) fashion designer to the (brand-savvy) creative director (from the Saint Laurent to the Ford model)".<sup>94</sup>

Tom Ford non è il primo a ricoprire il ruolo di direttore creativo nella moda. Precedentemente a lui altri designer hanno prestato la loro visione progettando per altri marchi, contribuendo a un cambio di visioni e linguaggi, mescolando tradizioni e punti di vista. Nel 1989, per esempio, è Gianfranco Ferré a diventare direttore creativo della maison Christian Dior, il primo italiano a dirigere la grande casa

91. Federica Vacca, Valeria Iannilli, "Brand of Products and Brand of Signs", *op. cit.*, p. 409.

92. Maria Luisa Frisa, *Le Forme della Moda*, cit., p. 35.

93. *Ibid.*

94. Nick Rees-Roberts, "Boys Keep Swinging: The Fashion Iconography of Hedi Slimane", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 17:1, p. 9.

simbolo dello stile francese.<sup>95</sup> Il tedesco Karl Lagerfeld invece, sette anni prima, era diventato direttore creativo di Chanel, ma nel passato aveva già collaborato con altri marchi, tra cui Jean Patou, Fendi e Chloé. Ma è nei primi anni Duemila che il direttore creativo diventa una figura centrale nel panorama della moda e nei suoi discorsi. Alla sua popolarità mediatica però si affianca anche la relativa solidità della figura. Non più legato indissolubilmente al marchio, il direttore creativo è una figura mobile, il cui contratto con il marchio si può misurare in anni o in stagioni. La brevità delle carriere di alcuni direttori creativi segna un cambiamento nel modo in cui un designer si relaziona alla costruzione di un marchio e al suo lavoro, diventando un elemento mobile, da rimuovere e cambiare a beneficio della solidità economica del marchio. Nel 2012, Suzy Menkes scrive sul *New York Times*: "designers today are no longer the heart and soul of their brands. They have become chattels, to be hired and fired [...] the overall message for this new millennium is: the creator is for now, the brand is forever".<sup>96</sup>

In questo dinamismo, i direttori creativi trasferiscono la loro impronta nei marchi, coinvolgendo artisti e collaboratori: "The good thing, if you work in an institution like Dior or Saint Laurent, is to transform what you're doing into a collective work. [...] There were a few artists I was interested in, mostly some I was familiar with, but not always. I was looking forward to how they would transpose this idea I had of Dior Homme".<sup>97</sup> La voce di ogni direttore creativo viene amplificata da quella degli autori che invita a contribuire al proprio lavoro per il marchio, segnalando come il modo in cui queste figure intervengono nella trasmissione dell'heritage del marchio sia un impegno collettivo, che segna a sua volta il corso della storia del marchio.

Il direttore creativo è il principale attore in quello che Pistilli definisce "heritage-creativity interplay", un processo che coinvolge tutti gli aspetti operativi del marchio, dalla produzione, alla progettazione, alla comunicazione, creando una sinergia tra la creazione di tipo artistico dei prodotti e quella manageriale della gestione aziendale, utilizzando l'immaginazione sartoriale per scrivere nuove storie e visioni.<sup>98</sup> I direttori creativi lavorano intervenendo su quelli che vengono definiti i codici del marchio, quell'insieme di elementi, modelli e archetipi che i direttori creativi estrapolano dal suo heritage, materiale e immateriale. I codici che caratterizzano il dna del marchio possono essere elementi tecnici come un particolare

95. Suzy Menkes, "Fashion 89: House of Dior Shows Bohan the Door", in *The Los Angeles Times*, 12 maggio 1989, ultimo accesso 11 luglio 2022: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1989-05-12-vw-3275-story.html>

96. Suzy Menkes, "Dirty Pretty Things", in *The New York Times*, 30 novembre 2012, ultimo accesso 26 ottobre 2023: <https://www.nytimes.com/2012/11/30/opinion/global/suzy-menkes-dirty-pretty-things.html>

97. Christina Bechtler, (a cura di), *Art, Fashion and Work for Hire*, Vienna: Springer, 2008, p. 78.

98. Ornella K. Pistilli, "The Heritage-Creativity Interplay", *op. cit.*, p. 78.

tipo di materiale o di finitura, il modo di tagliare un tessuto, un volume o una silhouette, l'utilizzo di un colore specifico oppure una combinazione di colori, accessori come bottoni, finiture e chiusure, un simbolo come un fiore o una stella che ha acquisito, nella storia del marchio, un'importanza specifica per le occasioni a cui è stato legato o l'uso ricorrente che ne è stato fatto. Per esempio, Tom Ford parlando del suo intervento come direttore creativo per Gucci, scrive: "At Gucci, I had a bamboo handle. I could stick it on anything and it sold. A horse bit, I could stick it on anything and it was Gucci, or a red and green stripe".<sup>99</sup> Questi codici vengono riconfigurati dal lavoro del direttore creativo, che individua quali promuovere o recuperare, e a volte ne introduce di nuovi. Questa riconfigurazione del dna del marchio diventa a sua volta materiale che i successivi direttori creativi vengono invitati a gestire, mantenendo o scartando il lavoro del loro predecessore, riconoscendo la variabilità del patrimonio culturale di un marchio e la sua posizione nei discorsi contemporanei. "The interplay between heritage and creativity echoes the way in which fashion generates its always-changing epiphanies. In particular, it shows how fashion embraces history and images in its new formations, how it relies on the actual with sedimented memories", scrive Pistilli.<sup>100</sup>

Federica Vacca e Valeria Iannilli propongono di definire quello della moda un "living cultural heritage", rispondendo al processo con cui i marchi italiani che analizza nel suo studio movimentano il proprio heritage attraverso i modi in cui utilizzano i propri archivi, musei e il lavoro dei direttori creativi, facendo eco al concetto di "heritage in progress" promosso dall'UNESCO in risposta al dinamismo del termine heritage.<sup>101</sup> In questo complesso panorama, l'heritage culturale viene interpretato attraverso i processi e le necessità del mercato, ricorrendo a metodi che mettono in circolo nuovi linguaggi e sistemi di senso. L'archivio, riconosciuto come un *living cultural heritage* può essere considerato un generatore di conoscenza, capace di avviare fondamentali processi di innovazione.<sup>102</sup> "Make a better future by developing elements from the past" riassume Karl Lagerfeld, direttore creativo di Chanel dal 1982 al 2019, conversando con Suzy Menkes in un articolo dal titolo "Heritage Luxury: Past Becomes the Future".<sup>103</sup>

99. Imran Amed, "Tom Ford: How the man who rescued Gucci created his own billion-dollar brand", in *The Evening Standard*, 27 settembre 2013, ultimo accesso 12 gennaio 2023: <https://www.standard.co.uk/business/markets/tom-ford-how-the-man-who-rescued-gucci-created-his-own-billion-dollar-brand-8843703.html>

100. Ornella K. Pistilli, "The Heritage-Creativity Interplay", *op. cit.*, p. 92.

101. "An attitude deeply rooted in the Italian fashion system, in which the construction of brand scenarios elaborates on the intangible assets of the company, produces spaces in which the emotional experience activates those sensorial-memory processes needed to remember that brand, among others". Vacca, Iannilli, "Brand of Products and Brand of Signs", *op. cit.*, p. 400.

102. *Ivi*, p. 408.

103. Suzy Menkes, "Heritage Luxury: Past Becomes the Future", in *The New York Times*, 8 novembre 2010, ultimo accesso 18 settembre 2023: <https://www.nytimes.com/2010/11/09/fashion/09iht-rsuzy.html>

# Parte B

L'archivio nelle parole  
dei designer

In “Heirs of History”, decimo e ultimo volume del progetto editoriale di *Wallet Magazine* pubblicato nel 2021, e dedicato al tema dell'archivio, Valerie Steele, direttrice e curatrice del Museum at Fashion Institute of Technology di New York scrive:

Fashion designers increasingly realize there's so much information, so much inspiration that they can get from looking in the archive. [...] The archive isn't a busy attic where you store old stuff, it's more like a system of knowledge creation. By looking at things from the past and seeing how they were made differently at different times, you can get ideas for how to make them differently now, and for the future.<sup>1</sup>

I capitoli precedenti analizzano l'archivio nel contesto delle aziende e imprese di moda, tracciando gli usi e le rappresentazioni dell'archivio nel contesto dei canali di comunicazione e dei musei aziendali, e come il concetto di heritage brand abbia definito il rapporto con l'archivio necessario per la costruzione di un valore legato alla storia e all'identità materiale e immateriale del marchio, di cui la figura del direttore creativo diventa efficace traduttrice di questi valori nel panorama contemporaneo. La grande influenza che l'archivio esercita nel contesto della moda lo rende, di conseguenza, molto più che solamente un luogo dove cercare idee con il confronto con gli oggetti del passato, ma un paradigma con cui i designer devono necessariamente confrontarsi nel loro lavoro.

L'affermarsi dell'archivio come condizione del lavoro del designer porta alla luce anche le diverse definizioni che questi attribuiscono all'idea di archivio nel proprio lavoro, che si allontanano da quella di spazio materiale e collezione di oggetti, assumendo forme che declinano la visione e il progetto individuale di ogni autore.

L'idea di archivio si traduce, per alcuni di loro, in un sentimento verso il passato, un'attenzione verso la costruzione di una propria eredità, composta anche di elementi intangibili. Per Rei Kawakubo, designer giapponese fondatrice del marchio Comme des Garçons, per esempio, sono le regole con cui articola il suo approccio alla progettazione.<sup>2</sup> Per Desiree Heiss e Ines Kaag, che hanno fondato nel 1995 il brand di moda concettuale BLESS, sono le liste con cui mettono in ordine idee per affrontare i propri progetti.<sup>3</sup> Per Karl Lagerfeld, è una sensazione,

1. Valerie Steele, “In conversation with Valerie Steele”, in *Wallet Magazine*, vol. 10, 2021, p. 17.
2. Hans Ulrich Obrist, “The rules are in my head”, in *System Magazine*, vol. 2, 2013, ultimo accesso 14 novembre 2023: <https://system-magazine.com/issues/issue-2/rei-kawakubo>
3. Kristina Kilian, BLESS, “The Time Element in Fashion”, in Markus Miessen et. al, (a cura di), *The Archive as a Productive Space of Conflict*, op. cit., p. 103.



qualcosa di vago, non necessariamente un luogo o una fonte materiale, quanto più una dimensione estesa, un patrimonio a cui guardare e fare riferimento. “There would be no Chanel without the history of Chanel.” dichiara nel 2017 in un’intervista con Alexander Fury.<sup>4</sup>

Nella mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, (Milano, Museo Poldi Pezzoli 21 febbraio - 4 maggio 2020) la curatrice Maria Luisa Frisa espone due abiti in metal mesh della collezione *Tribute* primavera/estate 2018, installati, secondo il progetto di Judith Clark “come ideali cariatidi che reggono l’Eretteo, allusive dei rimandi culturali e dei riferimenti iconografici che riconducono al brand e al progetto di Gianni interpretato da Donatella Versace”.<sup>5</sup> Di fronte ai due abiti, è presentato un look progettato dal designer italiano Fausto Puglisi per la sua collezione autunno/inverno 2014, che a sua volta cita il lavoro dello stilista Gianni Versace. La scelta curatoriale di accostare i tre oggetti nella stanza crea una relazione che restituisce la pluralità dei significati che assume il patrimonio culturale nella moda. La collezione *Tribute* della direttrice creativa Donatella Versace celebra il lavoro del fratello, scomparso nel 1997, recuperando gli elementi, le *silhouettes* e i corpi delle modelle che hanno definito l’identità di Versace e il suo immaginario nella storia della moda. Il look di Fausto Puglisi, invece, è esemplificativo una di una pratica che distingue il panorama attuale della moda e che dimostra come il lavoro dei grandi autori appartenga al patrimonio culturale condiviso a cui i designer costruendo e riformulando una propria lettura personale della storia della moda, come espressione di quelle forme di *reenactment* che “attualizzano e superano l’idea di citazione, perché rimettendo in circolo progetti e idee, esplicitano una riflessione, anche critica, sull’oggi”.<sup>6</sup>

I designer rimescolano e remixano la storia della moda individuando ed estraendo elementi, temi e nomi, per rinforzare o riconfigurare narrazioni e forme anche dimenticate, rimettendole in circolo nel linguaggio e nella cultura visuale del contemporaneo: “Like nineteenth century ragpickers, or late twentieth century Djs, they remix fragments of the past into something new and contemporary that will continue to resonate in the future. They illuminate how we live in the world today, and what it means to be a modern subject”.<sup>7</sup> Nel saggio “La modalità storica”, pubblicato nel catalogo che accompagna la mostra *The Historical Mode: Fashion*

4. Alexander Fury, “In Fashion, the Beauty (and Challenge) of Looking Back”, in *The New York Times*, 18 settembre 2017, ultimo accesso 17 settembre 2021: <https://www.nytimes.com/2017/09/18/t-magazine/fashion-house-archives-inspiration.html>

5. Antonio Masciarillo, *Memoria, identità e progetto*, op.cit., p. 93.

6. Maria Luisa Frisa, “A proposito della moda in questo millennio”, in *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, a cura di Maria Luisa Frisa, Venezia, Marsilio, 2020. (catalogo della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, ideata e curata da Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, Milano, Museo Poldi Pezzoli 21 febbraio - 4 maggio 2020), p. 31.

7. Caroline Evans, *Fashion at the Edge*, Londra - New Haven: Yale University Press, 2003.



↑ I due abiti Versace nella mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*. Foto di Francesco de Luca.



↑ Una sezione della mostra *Spectres: When Fashion Turns Back* a cura di da Judith Clark al MoMu - Museo della Moda di Anversa, 2004. Foto di Roland Stroops.

and Art in the 1980's curata da Richard Martin e Harold Koda al Museum at FIT di New York, nel 1990, i due curatori fanno il punto sul decennio degli anni Ottanta e sulla tendenza postmoderna con cui i designer affrontano i temi della storia e del passato. Nel saggio, gli autori mettono in evidenza il rapporto tra i fashion designer e la storia della moda e l'ossessione della moda per il tempo, illustrando come i progettisti siano stati aiutati con le immagini della storia per dare una loro interpretazione del presente<sup>8</sup>. Frequentemente nella moda si ricorre all'immagine dialettica del tigersprung, che il teorico Ulrich Lehman ha individuato nel lavoro del filosofo tedesco Walter Benjamin, per spiegare questo specifico approccio alla storia e al mondo di attraversarla. La tigre di Benjamin balza dal contemporaneo verso l'antico, per tornare poi al presente, portando una nuova lettura dello sviluppo della storia.<sup>9</sup> Valerie Steele scrive che la curatrice Judith Clark riesce a dare forma a questa immagine dialettica nella mostra *Malign Muses: When Fashion Turns Back* al MoMu - Museo della Moda di Anversa (18 settembre 2004 - 30 gennaio 2005).<sup>10</sup> Il progetto della curatrice ricorre, tramite soluzioni di *exhibition making* che prendono studiando i dispositivi delle fantasmagorie del diciottesimo e diciannovesimo secolo, i processi e i moti con cui la moda fa ricircolare la sua storia. Nel testo, Clark scrive: "Historical reference in dress has never been about evolution, continuity. There are other ways of plotting this. In dress, surfaces float free of their histories... [...] Unlike language, but more like the multiple meanings of a pack of tarot cards, objects can be read back to front and side to side".<sup>11</sup>

"Re-edition" e "re-creation" sono parole che fanno parte del vocabolario del rapporto progettuale con l'archivio. Nel 2008, l'editrice Christina Bechtler e il curatore Hans Ulrich Obrist - che ha esplorato, anche nell'ambito della moda, le declinazioni del significato di archivio nel lavoro dei suoi diversi autori - riuniscono in conversazione l'artista Thomas Demand, il grafico e direttore artistico Peter Saville e Hedi Slimane, al tempo direttore creativo della linea Dior Homme, "itself created within and against the symbolic heritage of the Christian Dior house".<sup>12</sup> Rispondendo a una domanda di Obrist, Slimane riflette sul tema del rapporto con il tempo nel panorama creativo contemporaneo, riflettendo anche sui cambiamenti portati dalla rete<sup>13</sup>. Per il designer, la realtà è un territorio più virtuale della rete, un territorio di cambiamento anche in rapporto con il passato e i suoi

8. Harold Koda, Richard Martin, "La modalità storica", in Evans, Caroline, Vaccari, Alessandra, *Il tempo della moda*, Milano - Udine: Mimesis, (1998) 2020, pp. 123.
9. Ulrich Lehmann, "Tigersprung: Fashioning History", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol. 3:3, 1999, p. 305.
10. Valerie Steele, "Fashion Exhibitions: The Power of Communication", in *ZoneModa Journal*. vol.12:1, 2022, p.2.
11. Judith Clark, Caroline Evans, *Spectres: When Fashion Turns Back* (catalogo della mostra *Malign Muses: When Fashion Turns Back*, Anversa, ModeMuseum, 18 settembre 2004 - 30 gennaio 2005; Londra, Victoria and Albert Museum, 24 febbraio - 8 maggio 2005), Londra: V&A, 2005, p. 64.
12. Nick Rees-Roberts, "Boys Keep Swinging: The Fashion Iconography of Hedi Slimane", in *Fashion Theory: the journal of dress, body and culture*, vol. 17:1, 2013, p. 22.
13. Christina Bechtler (a cura di), *Art, Fashion and Work for Hire*, Vienna: Springer, 2008, p. 102.

riferimenti, specificando come ogni “ri-edizione” o “ri-creazione” appartenga all’ora, invece che alla storia:

I don’t see any ‘re’. It’s about perpetual mutation. [...] Information is compiled into fragments from the past, any possible culture, any social fragments, popular culture, etc. There was nothing like that before. Music is a good example of organic mutation, demultiplication and access. This might be an interesting territory in which to witness all the transformations, all the influences and diversities. Despite some “re”, it is happening right now.<sup>14</sup>

Il caso di Hedi Slimane è emblematico rispetto al modo in cui il designer segna la propria impronta creativa nell’identità dei marchi che dirige, sollevando spesso critiche verso la noncuranza che dimostra verso il loro l’heritage.<sup>15</sup> Come analizzato nel capitolo precedente, il direttore creativo ha una responsabilità nei confronti dell’archivio e dell’heritage del marchio e l’inevitabile confronto con questi non si traduce solamente nel loro utilizzo. Ignorarli, rinnegarli o trasgredirli significa a sua volta assumere una posizione. Non a caso, quando il designer Hedi Slimane viene annunciato direttore creativo di Celine, e interviene modificando il logo del marchio rimuovendo la “e” accentata, nasce su Instagram l’account @oldceline, che ripubblica e archivia il lavoro della precedente direttrice creativa, Phoebe Philo, attirando in poco tempo un grande seguito: “Respect means preserving the integrity of each individual, recognizing the things that belong to another person with honesty and discernment. It also means starting a new chapter. We arrive then with our own stories, our own culture, a personal semantic that is different from the ones of houses in which we create”.<sup>16</sup>

Lo spiega anche Pier Paolo Piccioli, che è stato direttore creativo di Valentino parlando del suo lavoro come direttore creativo di Valentino, per otto anni insieme a Maria Grazia Chiuri e individualmente dal 2016 fino a aprile 2024, in dialogo con Maria Luisa Frisa e Chiara Tagliaferri per un episodio del podcast “Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda”. Il compito del direttore creativo, spiega, è quello di interpretare l’immaginario collettivo del marchio, che Piccioli descrive come una cartolina di un paesaggio riconosciuto da tutti, riconoscendo che una delle

14. *Ibid.*

15. Maria Luisa Frisa cita le critiche al lavoro del designer come direttore creativo di Saint Laurent, esaminate in un articolo di Alexander Fury pubblicato in *The Independent* nell’agosto 2015. Maria Luisa Frisa, *Le Forme della Moda*, cit., p. 36.

16. Karolina Liczbinska, “Celine/Céline – the study of a brand in evolution through its designers”, in *Lampoon Magazine*, 24 settembre 2021, ultimo accesso 16 aprile 2023: <https://lampoonmagazine.com/article/2021/09/24/celine-hedi-slimane-phoebe-philo/>

opzioni dei direttori creativi sia anche quella di voltarsi e presentare un progetto che non rilegge questo immaginario ma ne definisce uno nuovo:

L’immaginario collettivo di Valentino è come la cartolina di un paesaggio che tutti conoscono, una cartolina che compri dal negozio di souvenir, Tu sei chiamato a fare una fotografia diversa, da un angolo diverso, ma dello stesso paesaggio. Uno può decidere che si gira dall’altra parte e fa un’altra foto, e quindi non fai quel paesaggio, oppure trovi un tuo angolo personale, un modo di guardare le cose da un altro punto di vista e fare lo stesso paesaggio con una fotografia che è un po’ meno cartolina, che è un po’ più tua e che quindi fa vedere lo stesso posto da una angolazione diversa. Questo è il mio lavoro qui dentro.<sup>17</sup>

L’archivio quindi non viene sempre adottato come qualcosa da possedere, creare o utilizzare. Invece, la decisione di non ricorrere all’archivio può a sua volta aiutare a costruire una propria identità progettuale. In un’intervista con John Colapinto nel 2007, eloquentemente intitolata “In The Now, Where Karl Lagerfeld Lives”, il designer tedesco esclama: “I throw everything away!” he declared. “The most important piece of furniture in a house is the garbage can! I keep no archives of my own, no sketches, no photos, no clothes—nothing! I am supposed to do, I’m not supposed to remember!”.<sup>18</sup> Anche i designer del brand americano Vaquera, Patric DiCaprio e Bryn Taubensee, dichiarano, in conversazione con Lou Stoppard: “We have fantasies that if the storage unit burned down or flooded it would almost be like a relief [...] The show for us is what we do it for, that was the moment it happened. If the clothes themselves disappeared, we wouldn’t be that sad.”<sup>19</sup>

L’archivio può essere anche precluso o reso inaccessibile ai direttori creativi dei marchi. Per esempio, Nicolas Ghesquière, diventato direttore creativo di Balenciaga nel 1997, non ha avuto accesso all’archivio del lavoro del couturier spagnolo fino al 2002, quando la maison è stata acquistata dal Gucci Group.<sup>20</sup> Per costruire la propria lettura dell’heritage del marchio e introdurla nella sua linea *prêt-à-porter*, Ghesquière ha rivolto invece il suo sguardo al lavoro di altri designer,

17. Maria Luisa Frisa, Chiara Tagliaferri, “Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda”, episodio 3: Pierpaolo Piccioli, prodotto da Storielibere in collaborazione con Camera Nazionale della Moda: <https://storielibere.fm/sailor/>

18. John Colapinto, “In The Now, Where Karl Lagerfeld Lives”, in *The New Yorker*, 19 marzo 2007, ultimo accesso 15 luglio 2022: <https://www.newyorker.com/magazine/2007/03/19/in-the-now>

19. Christopher Barnard “Save the Gowns!”, in *The New York Times*, op. cit.

20. Lou Stoppard, “Fashion brands build museums as archives gain value”, in *The Financial Times*, 22 luglio 2016, ultimo accesso 12 agosto 2022: <https://www.ft.com/content/7d838ca4-27ff-11e6-8ba3-cdd781d02d89>





↑ Vogue, edizione americana, marzo 2006. *The Balenciaga Mystique*, testo di Hamish Bowles, foto di Irving Penn.

per individuare i codici di Balenciaga sopravvissuti nelle interpretazioni di altri autori.<sup>21</sup> Così lo spiega per esempio a Suzy Menkes in una intervista del 2001: “My relationship with Cristobal Balenciaga is not as a heritage, but as a way of looking at his work, with priority given to research”.<sup>22</sup> Diversamente, Demna Gvasalia, diventato direttore creativo di Balenciaga nel 2015, ha subito passato diverse settimane nell'archivio della maison, presentando nelle sue prima collezioni le riproduzioni di oggetti e silhouettes li individuate.<sup>23</sup>

In dialogo con il curatore Hans Ulrich Obrist, Ghesquière riflette sul suo rapporto con l'archivio dopo averne avuto accesso e averlo potuto studiare approfonditamente in occasione della mostra *Balenciaga. Paris*, curata da Pamela Golbin al Musée des Arts Décoratifs di Parigi (6 luglio 2006 – 28 gennaio 2008) e iniziando un progetto di riproduzione di pezzi d'archivio. La riproduzione di questi oggetti, per Ghesquière, è un modo di abbandonare il passato, dichiarando la situazione storica del presente:

In fact, those re-editions were a way of getting rid of the past. They were copies. It was a gesture that had never really existed anywhere else: up until that point, no one in a fashion house had allowed themselves to recopy old patterns. Up until then, I had never really laid claim to Balenciaga's inheritance. But recreating those models, re-editing them, was also a way of getting rid of the past by bringing it into the present. Proposing clothes from the thirties and forties up to the fifties and sixties allowed me to say, ‘This is the way the historical situation is today’.<sup>24</sup>

Alexander Fury scrive, però, che quando l'italiano Gianfranco Ferré è diventato direttore creativo di Dior, ha subito visitato l'archivio per studiare i disegni del fondatore. Il giornalista spiega come le prime ricerche nell'archivio si siano concentrate sugli schizzi prodotti da Christian Dior negli undici anni in cui ha guidato il suo marchio, e poi ne ha realizzati a sua volta oltre seicento, individuando tra questi gli ottantuno outfit per la sua collezione di debutto: “that

21. Gabriela Muñoz, “Contemplating Legacy: Balenciaga – Ghesquière”, *First International Cristóbal Balenciaga conference*, 7 ottobre 2020: <https://www.youtube.com/watch?v=2NRCrLoNyO4>
22. Suzy Menkes, “Nicolas Ghesquière, a Creative Young Spirit in the MasterClass. Balenciaga: Reviving and Revering”, in *The New York Times*, 20 novembre 2001, ultimo accesso 30 marzo 2021: <https://www.nytimes.com/2001/11/20/style/IHT-nicolas-ghesquiere-a-creative-young-spirit-in-the-master-class.html>
23. Lou Stoppard, “Fashion brands build museums as archives gain value”, *cit.*
24. Hans Ulrich Obrist, *Dominique Gonzalez-Foerster: Conversation series*, Colonia: Verlag des Buchhandlung Walther König, 2012, pg. 86.



simultaneously spoke of the new whilst also respecting the history and heritage of the maison”.<sup>25</sup>

Di fronte a questi stimoli, i capitoli successivi si soffermano sulle parole di tre direttori creativi, Alessandro Michele, Maria Grazia Chiuri e Virgil Abloh, argomentando il rapporto tra direttore creativo e heritage attraverso le parole che utilizzano per descrivere e raccontare il proprio lavoro con gli archivi. Virgil Abloh chiama “shortcuts” i metodi progettuali che ha individuato nella sua carriera come designer, dj, architetto e direttore creativo e che applica trasversalmente nei suoi progetti. Uno di questi, la modifica di una minima parte di un oggetto per crearne uno totalmente nuovo, si avvicina alle logiche del sampling esposte anche da Nicolas Bourriaud nel saggio sulla post-produzione. Maria Grazia Chiuri si definisce una curatrice dell’heritage di Dior, mentre Alessandro Michele considera il marchio Gucci un “laboratorio di hackeraggio”, dove il direttore creativo può intervenire attraverso la manomissione dei suoi codici e dei suoi contenuti. Esempi dal lavoro dei designer sono esaminati per individuare le forme che questi approcci assumono sia nella progettazione di nuovi oggetti, che nell’organizzazione di progetti come mostre, eventi, campagne pubblicitarie e pubblicazioni che amplificano la visione e l’immaginario dei tre direttori creativi.

## Capitolo III

### Alessandro Michele “Hackeraggio”

25. Alexander Fury, “Introduction” in Fury, Alexander (a cura di), *Dior. Gianfranco Ferré, 1989 - 1996*, New York: Assouline, 2018, p. 9.

Il passato è un contenitore immenso. Il passato è questo grande pavimento, è il racconto della tua storia, è un oggetto che compro, è un racconto sentito per strada, è un libro... Il passato è tutto. Ed è parte del nostro oggi.<sup>1</sup>

1. Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele, "Alessandro Michele: archeologo delle cose a venire", in Gnoli, Sofia (a cura di), *Ephimera. Dialoghi sulla moda*, Milano: Electa, 2021, p. 57.

Alessandro Michele è stato direttore creativo di Gucci da gennaio 2015 a novembre 2022. In questi otto anni, la visione di Alessandro Michele per il marchio fiorentino si è articolata, oltre che attraverso le collezioni, nelle mostre, collaborazioni, libri e altri progetti speciali che ha ideato. Nei progetti di Alessandro Michele sono diversi gli elementi e le metafore con cui ha chiarito il rapporto con l'heritage del marchio fiorentino fondato nel 1921, che permettono di esplorare la sua interpretazione del passato e della storia della moda, e il loro uso come risorsa e strumento creativo. Il capitolo attraversa i molti riferimenti che Alessandro Michele utilizza per spiegare la sua visione per Gucci, soffermandosi sul concetto di "laboratorio di hackeraggio"<sup>2</sup> introdotto per la collezione *Gucci Aria* autunno/inverno 2021, individuata come quella che più esplicitamente definisce la posizione di Alessandro Michele nei confronti del patrimonio del brand fiorentino. Scandagliando il lavoro di Alessandro Michele alla ricerca di altri esempi di "hackeraggio", vengono analizzati il progetto allestitivo dell'archivio Gucci a Palazzo Strozzi, l'appropriazione del lavoro del sarto Dapper Dan nella collezione Cruise 2018 e le sue riflessioni su uno dei più riconoscibili codici del marchio, la doppia G.

### III.1 Passato, memoria e storia nei comunicati stampa di Gucci

Le riflessioni di Alessandro Michele sulla moda, il tempo e il rapporto con l'heritage di Gucci sono scandite dalle cartelle stampa dense di riferimenti teorici che accompagnano le sue sfilate. Queste forniscono, scritti con il supporto di Giovanni Attili, compagno di Alessandro Michele e professore di urbanistica presso l'università La Sapienza di Roma, forniscono gli strumenti per interpretare i diversi approcci progettuali con cui affronta il suo lavoro.<sup>3</sup> Nella nota alla collezione donna autunno/inverno 2015, presentata a Milano a febbraio 2015, il direttore creativo introduce il suo pensiero sulle temporalità della moda e il suo senso del tempo, spiegandolo in testo conciso il cui titolo, *The contemporary is the untimely* cita il filosofo francese Roland Barthes e le riflessioni di Giorgio Agamben.<sup>4</sup> Il testo spiega la collezione, e i dettagli dei capi che la compongono, come un incrocio di temporalità, dove le discrepanze e le interferenze diventano un mezzo per meglio comprendere il presente:

This is a threshold of temporal fluxes, where relics of the past merge with signs of the future. Within this fragment, forgotten fragments become incorporated into new horizons

2. Dal comunicato stampa della collezione "Gucci Aria", autunno/inverno 2021.  
3. Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele, "Alessandro Michele: archeologo delle cose a venire", cit. p. 53.  
4. "In un appunto dei suoi corsi al Collège de France, Roland Barthes la compendia in questo modo: 'Il contemporaneo è l'intempestivo'", in Giorgio Agamben, *Che cos'è il contemporaneo?*, Milano: i sassi sottotempo, 2008, p. 8.

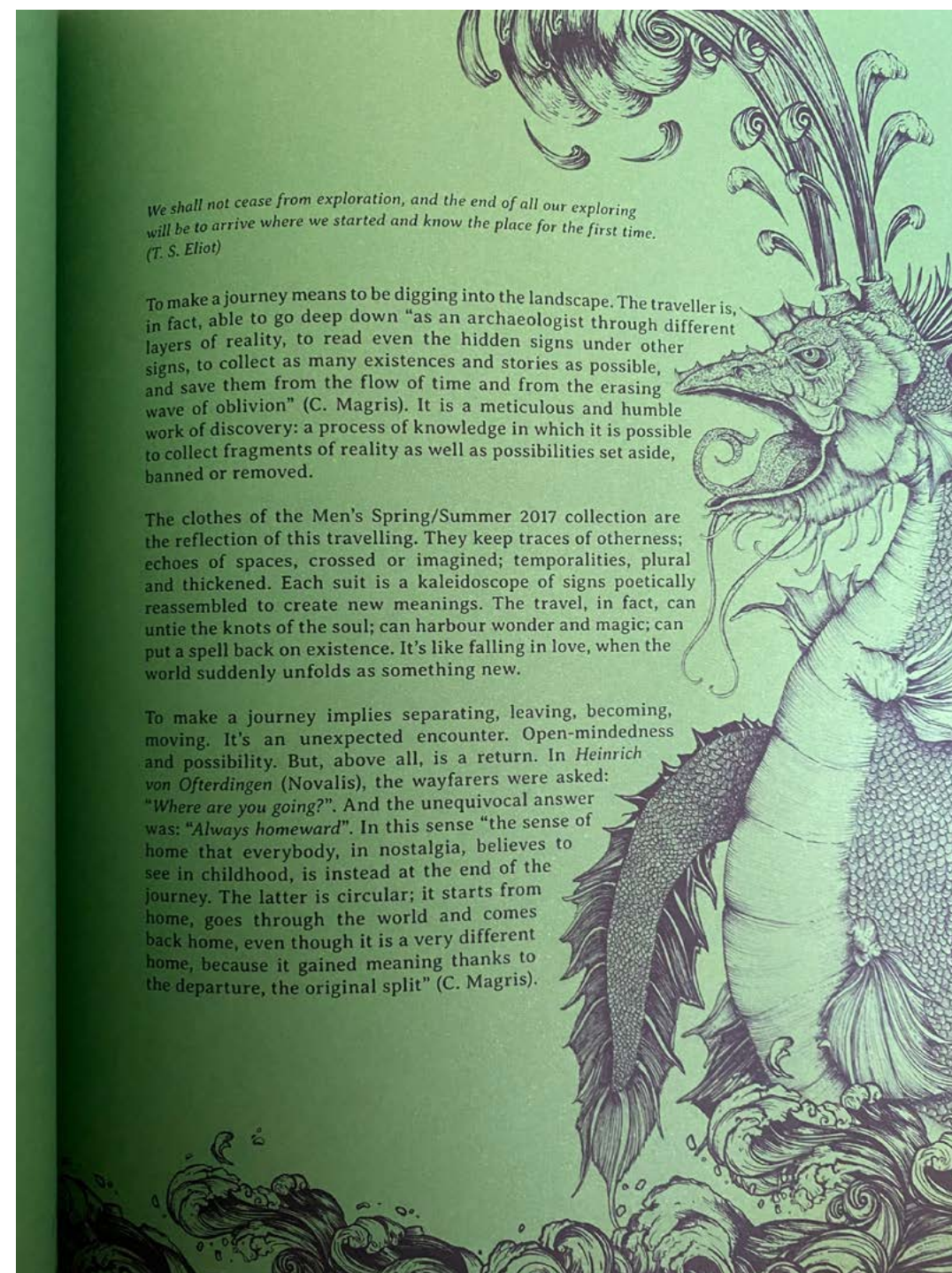
of meaning [...] The collection celebrates untimely details, quintessential interferences, discrepancies and diachronies, which reclaim their discordance with the present in order to better comprehend the present itself. [...] There is no room for consolatory nostalgia. Rather the need to affirm freedom. The freedom to revive stored-up possibilities. The freedom to construct new meanings at the intersection of diverging temporalities. The freedom to choose who you are, beyond what has already been dictated.<sup>5</sup>

Il comunicato stampa, scrivono Elise By Olsen e Jeppe Ugelvig per il catalogo della mostra *Immediate release: The art of the press release* curata negli spazi del International Centre for Fashion Research a Oslo (1 dicembre 2022 - 1 marzo 2023), sono uno strumento a disposizione dei brand per enunciare i propri miti e i propri valori, che “attaches words to garments, intention to style and concept to the ephemeral”.<sup>6</sup> Tra i materiali esposti erano presenti alcuni dei comunicati stampa di Gucci. I comunicati mettono in circolo le parole che Michele trova utili per pensare il suo lavoro, il rapporto con il passato e la storia e l’insieme di elementi e simboli che compongono il dna di Gucci: “Le parole nelle mie cosiddette *press release* non sono una giustificazione, ma sono il complemento poetico di quello che vai a vedere. È un modo per metterti all’interno di un’azione, per preparare la miccia prima di accenderla con le immagini”.<sup>7</sup>

La collezione donna autunno/inverno 2016, intitolata *Rhizomatic scores*, per esempio, fa riferimento ai rizomi di Deleuze e Guattari per spiegare l’utilizzo dei diversi riferimenti e segni utilizzati da Michele:

To inflame change, thinking has to be ‘rhizomatic’ (G. Deleuze, F. Guattari). It has to generate a movement able to proliferate in different directions. Rhizomatic thought has neither centre, nor orientation. It develops disorderly. It feeds on connection, creating multiplicity through a constant change of expansion zones. [...] In this frame, the collection proceeds by accumulation of signs which are decontextualized, connected and reactivated beyond shared conventions.

5. Dal comunicato stampa della collezione donna autunno/inverno 2015 di Gucci, pubblicato in *A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016, p. 61.
6. Elise By Olsen, Jeppe Ugelvig, “Preface”, in By Olsen, Elise, Ugelvig, Jeppe (a cura di), *For immediate release: The art of the press release*, pubblicato in occasione della mostra “Immediate release: The art of the press release” (International Library of Fashion Research, Oslo, 1 dicembre 2022 - 1 marzo 2023), Oslo: International Library of Fashion Research publications, 2022, p. 6.
7. Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele, “Alessandro Michele: archeologo delle cose a venire”, cit., p. 56.



↑ Il comunicato stampa della collezione uomo primavera/estate 2017 di Gucci, in *A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016, p. 245.



What prevails is a test for hybridization, for unseen and unexpected composition, for the vertigo originating from overcoming the principle of non-contradiction. In this regard, rhizomatic reassemblage fires the heart of embers busting beneath the ashes. A way to scratch the flat surface of the already known, and to embrace the depth of unthought.<sup>8</sup>

Per la collezione uomo primavera/estate 2017 di Gucci, Michele riprende le parole dello scrittore Claudio Magris, che paragona il viaggiatore a un archeologo che ha la capacità di immergersi e sprofondare attraverso diversi strati di realtà “to read even the hidden signs under other signs, to collect as many existences and stories as possible, and save them from the flow of time and from the erasing wave of oblivion”.<sup>9</sup> In conversazione con la scrittrice e curatrice Lou Stoppard, Alessandro Michele ricorre alla metafora dell’archeologo anche per parlare del suo ruolo come direttore creativo, spiegando come anche nel suo lavoro lui setacci costantemente il terreno alla ricerca di riferimenti, reliquie e idee.<sup>10</sup> Per Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele è invece un “archeologo delle cose a venire”, riprendendo la calzante definizione pensata da Daniel Birnbaum per il curatore Hans Ulrich Obrist.<sup>11</sup>

Queste riflessioni chiariscono anche la posizione di Alessandro Michele nei confronti del passato, che prende forma nelle ossessioni artistiche e nelle collezioni di oggetti che Michele ha accumulato e che sono serviti come ispirazione per le sue creazioni e come punti di partenza per formulare le sue idee. In dialogo con Maria Luisa Frisa e Chiara Tagliaferri per il secondo episodio del podcast “Sailor. Anatomia del corpo attraverso la moda”, spiega come “il già stato” sia una grande possibilità per riprodurre un dialogo sul nuovo, e la storia, in particolare quella della moda:

[...] per me è un grande tavolo di cose che non sono mai state solo il passato ma che sono vive nel mio presente, io il presente lo tratto con le stesse modalità, è uno spazio allargato. [...] Io tutto questo che noi chiamiamo passato lo voglio proprio abbracciare... non lo voglio riesumare e non lo voglio neanche

8. Dal comunicato stampa della collezione donna autunno/inverno 2016 di Gucci, pubblicato in *A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016, p. 73.

9. Dal comunicato stampa della collezione uomo primavera/estate 2017 di Gucci, pubblicato in *A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016, p. 245. Il comunicato stampa riprende le parole scritte da Claudio Magris in *L'infinito viaggiare*, Milano: Mondadori, 2005.

10. Lou Stoppard, “Alessandro Michele — National treasures”, in *The Financial Times*, 30 agosto 2019, ultimo accesso 5 dicembre 2023: <https://www.ft.com/content/e85a16b8-887a-11e9-b861-54ee436f9768>

11. Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele, “Alessandro Michele: archeologo delle cose a venire”, cit., p. 44.

resuscitare. Il passato non è mai morto, il passato non muore, il passato è, esiste.<sup>12</sup>

Nelle congiunzioni a cui Alessandro Michele dà forma nei suoi progetti, introducendo elementi visivi, sottoculture, corpi e identità spesso ignorate e non adeguatamente rappresentate, l’interrogazione del passato avvia un’azione riparativa della storia del marchio: “It is a meticulous and humble work of discovery: a process of knowledge in which it is possible to collect fragments of reality as well as possibilities set aside, banned or removed”.<sup>13</sup> È la memoria, scrive per la collezione primavera/estate 2016, lo strumento con cui restituire al passato il suo senso di possibilità, liberandolo dalla sua staticità:

‘The détournement is the opposite of quotation’ (G. Debord). It’s a kind of game that puts decontextualized fragments back into circulation - objects found by chance and torn away from their history, pre-existing entities that lose their original meaning. It is an act of taking and transposing, destroying and creating anew [...] The Men’s Spring Summer Collection moves precisely in this direction. Each ensemble is constructed through combinations and juxtapositions of memories projected against a new poetic horizon. Poetic in its germination of entirely fresh meanings. Shapes, embellishments, details and techniques come together in a novel pattern, giving rise to shifts in perception. From this point of view, the recovery of fragments from an “elsewhere” in space and time is not their return in identical form; it’s not a re-proposition of the past as inert fact. Rather, it’s the renewal of possibility for what it was. It’s the reinvention of stored up occasions. Memory is in fact a powerful instrument, capable of restoring to the past its sense of possibility.<sup>14</sup>

Per Michele, la memoria, invece di essere un’ancora, è un processo che permette di rileggere il passato, interpretarlo e restituirgli il senso delle sue possibilità. Sotto questa luce, nel suo lavoro il direttore creativo propone una visione di heritage, che vuole segnare una continuità attraverso la continua messa in discussione

12. Maria Luisa Frisa, Chiara Tagliaferri, “Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda”, episodio 2: Alessandro Michele, prodotto da Storielibere in collaborazione con Camera Nazionale della Moda: <https://storielibere.fm/sailor/>

13. Dal comunicato stampa della collezione uomo primavera/estate 2017 di Gucci, pubblicato in *A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016, p. 245.

14. Dal comunicato stampa della collezione uomo primavera/estate 2016 di Gucci, pubblicato in *A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016, p. 189.





↑ Look 42, collezione Pre-Fall 2018 di Gucci. Foto di Peter Schlesinger.

e movimentazione delle immagini del passato, invece che attraverso la ripetizione di una tradizione. La riflessione sulle potenzialità creative della memoria vengono riprese anche nel comunicato stampa della collezione uomo autunno/inverno 2016, intitolato invece *Poetic Reactivations*:

The traces coming from the past are neither inert and petrified relics, nor simple objects to confine to a museum. They rather need to be read as sort of sparks able to set alight the fuse of explosive material placed in what has already been (das Gewesene). Sparks able to build constellations rich with future in which past meets present (W. Benjamin). [...] Memory, in fact, is not a passive recording of history. It is rather an interpretative and poetic act that, through fresh illumination of the past, prefigures new definitions of sense. The men's autumn/winter collection moves inside this field of poetic reactivation. A field that destroys and liberates at the same time. On one hand, it eradicates the idea of a past considered as something inexorably finished and irreversible. On the other hand, it sets past free, giving it back unexpressed possibilities. In this operation the clothes become an assemblage of fragments emerging from a temporal elsewhere: resurfacing epiphanies, entangled and unexpected; fluid layers of the past, disorderly anchored to the present (G. Deleuze); survivals transfigured inside a renewed aesthetics.<sup>15</sup>

Nigel Lezama spiega l'estetica intensificata di Alessandro Michele ricorrendo alla definizione di ipermodernismo di Lipovetsky. Per Lezama il contributo di Michele a Gucci si muove attraverso più direzioni, avanti e indietro nel tempo, rileggendo e traendo le sue citazioni trasversalmente da diversi campi della cultura, allo stesso tempo chiarendo e alienando i consumatori, materializzando le contraddizioni economiche e sociali intensificate dall'emergere del neoliberalismo e che sono culminate nel fenomeno della globalizzazione e del conseguente neocolonialismo finanziario.<sup>16</sup> Il saggio attraversa, con la sua un'analisi, diverse collezioni, tra cui *An hymn to freedom Resort 2020*, e *The alchemist's garden: An anti-modern laboratory*, autunno/inverno 2017, soffermandosi sui diversi riferimenti che Michele introduce nel panorama di Gucci e sul suo utilizzo dei codici del marchio,

15. Dal comunicato stampa della collezione uomo autunno/inverno 2016 di Gucci, pubblicato in *A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016, p. 123

16. Nigel Lezama, "Intensified: Alessandro Michele's hyperaesthetic at Gucci", in Blanco, Jose. F., Reilly, Andrew, *Fashion, dress and post-postmodernism*, Londra: Bloomsbury, 2021, pp. 76 - 77.

ponendo il suo lavoro fuori dal tempo della moda.<sup>17</sup> La collezione autunno/inverno 2017 riunisce in un'unica presentazione le collezioni uomo e donna, organizzata nel Gucci Hub di Milano, dove i modelli e le modelle si muovono all'interno di un tunnel di plexiglass che circonda una piramide.<sup>18</sup> Il comunicato stampa che la accompagna chiarisce l'immaginario alchemico, citato anche altre volte attraverso simboli e immagini nel lavoro di Alessandro Michele:

Il giardino dell'alchimista è un laboratorio anti-moderno perché rinnega alcuni dei principi che fondano un certo approccio scienziato caratterizzato da rigidità e determinismo. È il luogo dove si supera la logica mortifera della non contraddizione. Il luogo dove si celebra l'ambivalenza intesa come possibilità di accogliere congiuntamente spiegazioni antitetiche del reale. In questa cornice, deflagrano i dualismi (uomo-donna, essenza-apparenza, ombra-luce, immanenza-trascendenza, corpo-spirito, bene-male, interno-esterno), gli approcci classificatori e le rigide separazioni.<sup>19</sup>

Il giardino dell'alchimista è l'antitesi dell'idea di archivio - il laboratorio antimoderno dove l'approccio classificatore della catalogazione viene annullato e codici, citazioni e riferimenti vengono rimessi in circolo con ambivalenza, assumendo significati a volte opposti e in contrasto tra loro. Introduce uno spazio di sperimentazione sul tema dell'heritage che aiuta a ridefinire l'intervento del direttore creativo e anticipa quella di un altro tipo di laboratorio dove Alessandro Michele rimescola i codici di Gucci oltre le loro contraddizioni e i sistemi classificatori in cui sono inquadrati, il "laboratorio di hackeraggio" della collezione *Gucci Aria* autunno/inverno 2021.

### III.2 Laboratorio di hackeraggio: collezione Gucci Aria

La collezione autunno/inverno 2021 di Gucci, intitolata *Gucci Aria*, è un caso esemplare per analizzare il rapporto tra il lavoro di Alessandro Michele, l'archivio di Gucci, la storia del marchio e del suo patrimonio. La collezione viene presentata in occasione del centenario del marchio fondato da Guccio Gucci nel 1921 e si inserisce in un insieme di progetti celebrativi, di cui fa parte anche l'apertura della

17. *Ivi.*, p. 80.

18. Dalla pagina Youtube di Gucci, ultimo accesso 22 novembre 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=ydWM9nxtn3c>

19. Dal comunicato stampa della collezione Gucci *Il giardino dell'alchimista. Un laboratorio-antimoderno*, autunno/inverno 2017.



↑ Uno screenshot dal video *Gucci Aria*, co-diretto da Flavia Sigismondi e Alessandro Michele.

nuova sede dell'archivio Gucci a Palazzo Settimanni a Firenze.<sup>20</sup> La celebrazione, spiega Alessandro Michele, non è un tentativo revisionista di rimescolare il passato, ma un revisionismo al contrario della storia di Gucci, legato da una nota, una melodia o un ritornello.<sup>21</sup>

Il comunicato stampa che accompagna la collezione è denso di riferimenti teorici e cita le parole della filosofa Maria Zambrano, Monica Centanni ed Emanuele Coccia. Nel testo Michele scrive che Gucci:

[...] diventa per me un laboratorio di hackeraggio, incursioni e metamorfosi. Una fabbrica alchemica di contaminazioni dove tutto è in contatto con tutto. Un luogo di furti e reazioni esplosive: un generatore permanente di luccicanze e desideri imprevedibili. In questa ricorrenza, voglio dunque onorare il mio legame filiale tradendo l'eredità che mi è stata consegnata. Perché è solo nella capacità evolvente che si rinnova la promessa di una nascita interminabile.<sup>22</sup>

Cercando una definizione univoca che tenga conto delle differenze imposte nel tempo dalle diverse possibilità di accesso alla tecnologia, Federico Mazzini definisce un *hack* "come qualsiasi interazione creativa e originale con una tecnologia preesistente volta a modificarne le funzioni rispetto a quanto previsto dal suo designer originale."<sup>23</sup> Aggiungendo l'importante corollario che, per essere considerato tale, l'*hack* deve essere comunicato all'interno di una comunità che possa valutarne il valore e metterlo in relazione con la reputazione di chi lo ha compiuto.<sup>24</sup> Se il termine è diffuso perlopiù in campo informatico, dove l'*hacker* è chi si serve delle proprie conoscenze di programmazione "per entrare abusivamente in una rete di calcolatori per utilizzare dati e informazioni in essa contenuti"<sup>25</sup>, il concetto di *hackeraggio* è trasversale alle diverse discipline ed è stato adottato anche da alcuni teorici e attivisti nel campo della moda.<sup>26</sup> Nel lavoro di Alessandro Michele, il

20. Questi includono anche la composizione di una playlist che raccoglie le diverse canzoni che fanno riferimento o menzionano Gucci nei loro testi, e la presentazione dello spazio commerciale sperimentale *Gucci Vault*.

21. It isn't a revisionist attempt to rummage through the past: if anything, mine is a 'reverse' revisionism of the House's history, stitched back together by a piercing note, a melody, a refrain. Also because, if I were to depict Gucci, for me it would be an eternal teenager who hangs out at places where music is heard and played." Showstudio, 5 ottobre 2021, ultimo accesso 24 aprile 2024: <https://www.showstudio.com/news/music-and-fashion-become-one-in-micheles-latest-campaign-celebrating-guccis-centenary>

22. Dal comunicato stampa della collezione *Gucci Aria*, autunno/inverno 2021.

23. Federico Mazzini, *Hacker. Storie e pratiche di una cultura*, Bari: Laterza, edizione Kindle, 2023.

24. *Ibid.*

25. Dall'enciclopedia Treccani, ultimo accesso 22 novembre 2023: <https://www.treccani.it/vocabolario/hacker/>

26. Otto von Busch, per esempio, esamina questi progetti nella sua tesi intitolata "Fashion-able", indagando le pratiche di "hacktivism" come risorsa per pensare una nuova figura progettuale nella moda. Cfr. Von Busch, Otto, *Fashion-able hacktivism and engaged fashion design*, Tesi di dottorato. School of Design and Crafts (HDK) Faculty of Fine, Applied and Performing Arts University of Gothenburg, 2008.

→ Look 1 collezione *Gucci Aria*, autunno/inverno 2021, foto di Gucci.





significato di “hackeraggio” riflette la metafora dei codici che definiscono l’identità del marchio, che Alessandro Michele riconfigura manomettoli, e riconfigurando a sua volta anche la storia del marchio fiorentino attraverso la sua interpretazione.

La collezione viene presentata con un video co-diretto da Alessandro Michele insieme alla regista Floria Sigismondi, ambientato nell’immaginario *Savoy Club*, una rivisitazione della storia del fondatore di Gucci, che, come ha raccontato, prima di aprire il suo negozio a Firenze ha lavorato all’Hotel Savoy di Londra come *porter*.<sup>27</sup> La collezione riassume il caleidoscopio di elementi e codici che Alessandro Michele individua nell’archivio mettendo il passato in moto e “filtrandolo alla luce del presente”.<sup>28</sup> Tra questi ci sono per esempio la stampa Flora, disegnata dall’artista Vittorio Accornero nel 1966, il *Gucci Canvas*, evoluto dal logo a doppia G presentato nel 1969 in omaggio al suo fondatore, i riferimenti equestri come il morsetto, la staffa e il nastro sottopancia verde-rosso.verde, modelli di borse iconiche come la “Bamboo”, che prende il nome dal manico in legno di bambù curvato sulla fiamma, prodotta per la prima volta nel 1947.

Il look che apre la collezione è composto da un completo di velluto rosso e una camicia di seta, una citazione del completo disegnato da Tom Ford per la collezione autunno/inverno 1996 e fotografato da Mario Testino per la campagna pubblicitaria realizzata dall’art director Carine Roitfeld. Il completo, identico per l’uomo e per la donna, è uno dei pezzi che sono diventati simbolo del lavoro di Ford per Gucci. I curatori Maria Luisa Frisa e Stefano Tonchi lo includono, per esempio, nella sezione “Identity” della mostra *Italiana. L’Italia vista dalla moda 1971 - 2001* (Milano, Palazzo Reale, 21 febbraio – 6 maggio 2018), in quanto oggetto rappresentativo delle operazioni di Tom Ford nella ridefinizione dei generi attraverso le sue collezioni per il marchio.<sup>29</sup> Nella collezione di Michele, la giacca del completo è indossata aperta, sopra la camicia di seta, mentre al collo il modello indossa un *harness* con un accessorio metallico a forma di staffa, un’altra rilettura dei codici equestri del marchio fiorentino.

Molti dei codici che Alessandro Michele recupera dall’archivio sono infatti quelli introdotti da Tom Ford, in un momento in cui, chiamato alla direzione del brand fiorentino, il designer texano ha dovuto confrontarsi con un marchio la cui storia non era conservata o collezionata e inventare una nuova visione per la linea di abbigliamento. Intervistato dalla giornalista Cathy Horyn nel 2015, racconta che quando incominciò a lavorare per Gucci, l’archivio consisteva in un box di

27. Pubblicato sul canale Youtube di Gucci, ultimo accesso 22 novembre 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=H14DatRxOUo>

28. Dal comunicato stampa della collezione “Gucci Aria”, autunno/inverno 2021.

29. Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele, “Alessandro Michele: archeologo delle cose a venire”, cit., p. 52.

cartone in cui erano conservate le fotografie e ritagli di giornale di celebrità come Liz Taylor e Grace Kelly che indossavano una borsa o un foulard di Gucci. Da queste foto trae gli elementi glamour con cui costruisce la sua visione del marchio come suo primo direttore creativo.<sup>30</sup>

Alessandro Michele aveva precedentemente mostrato la sua ammirazione per Tom Ford nel 2016, selezionando dall’archivio del marchio 54 looks disegnati dal direttore creativo americano ed esponendoli in due nuove stanze del Museo Gucci nel 2016, dove prima il suo lavoro non era presente.<sup>31</sup> Il Museo, progettato da Frida Giannini, è stato inaugurato nel settembre 2011, in occasione del novantesimo anniversario del marchio, nella sede del Palazzo della Mercanzia in Piazza della Signoria a Firenze.<sup>32</sup> Alimentato dall’archivio istituito durante la direzione creativa di Tom Ford nel 1996, il museo presentava, scrive Federica Vacca, in un percorso che seguiva la storia di Gucci dalle sue origini fino ai nuovi prodotti, il processo di significazione delle icone di stile e delle interpretazioni dell’heritage del marchio fiorentino.<sup>33</sup> Nel momento della sua inaugurazione, l’allestimento del museo includeva valigie, borse e accessori, una sezione dedicata al motivo *Flora*, ripreso anche da Giannini per una collezione presentata nel 2005, le iconiche borse come la *Bamboo Bag*, le creazioni su misura che diverse *celebrities* hanno indossato in occasione di premiazioni ed eventi, l’evoluzione del logo di Gucci nella stanza “Logomania” e una sala dedicata al tema “Lifestyle and Sport”.<sup>34</sup>

Nel 2018, il progetto del museo assume la forma del Gucci Garden, uno spazio progettato da Alessandro Michele che accoglie un ristorante, una boutique, una libreria e uno spazio espositivo. Quest’ultimo, curato da Maria Luisa Frisa dal 2018 al 2020, prende il nome di *Gucci Garden Galleria*, facendo riferimento alla “Gucci Galleria” che, negli anni Ottanta, il marchio aveva aperto in alcune boutique americane, tra cui quella di New York nella 5th Avenue, dove clienti selezionati potevano visitare la collezione di opere d’arte collezionate della famiglia fiorentina. Le mostre organizzate nella Gucci Garden Galleria raccontano i codici del lavoro di Alessandro Michele attraverso gli oggetti invidiati dalla curatrice nell’archivio del marchio, dalla valigeria agli elementi equestri, all’utilizzo del logo di Gucci e degli elementi floreali e animali, evidenziando la profonda conoscenza

30. Cathy Horyn, “Tom Ford gets candid about his years at Gucci”, in *The Cut*, 20 aprile 2015, ultimo accesso 2 agosto 2022: <https://www.thecut.com/2015/04/tom-ford-gets-candid-about-his-years-at-gucci.html>

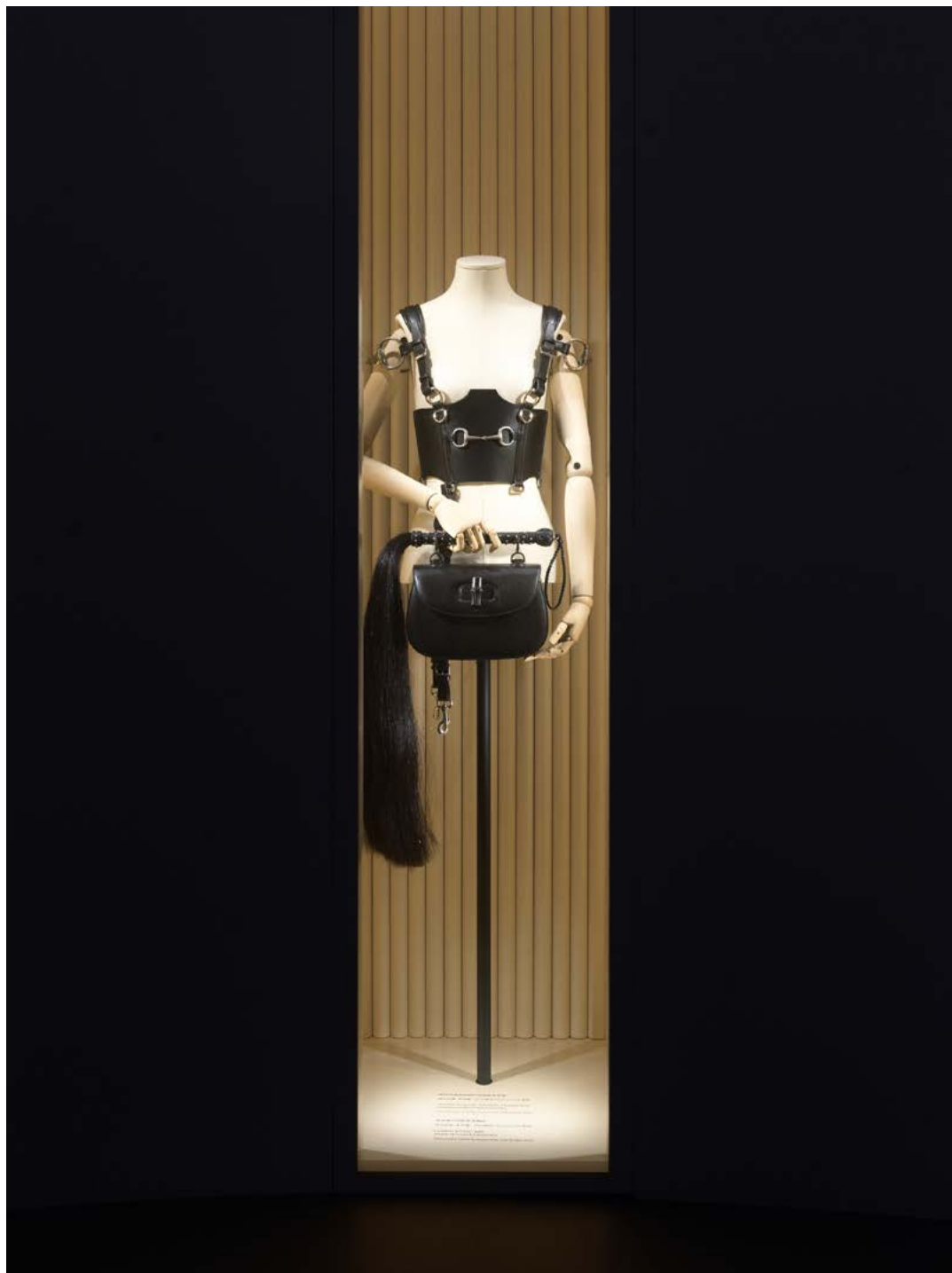
31. Suzy Menkes, “Tom Ford back at Gucci”, in *Vogue Germany*, 26 giugno 2016, ultimo accesso 2 agosto 2022: <https://www.vogue.de/blogs/suzy-menkes/tom-ford-back-at-gucci2>

32. Maria Luisa Frisa, “Gucci Museo”, in *Domus Web*, 20 ottobre 2011, ultimo accesso 15 novembre 2023: <https://www.domusweb.it/en/design/2011/10/20/gucci-museo.html>

33. Federica Vacca, “Knowledge in memory: Corporate and museum archives”, in *Fashion Practice*, vol. 6:2, 2014, p. 279.

34. Maria Luisa Frisa, “Gucci Museo”, in *Domus Web*, 20 ottobre 2011, ultimo accesso 15 novembre 2023: <https://www.domusweb.it/en/design/2011/10/20/gucci-museo.html>





↑ Borsa *Bamboo* in pelle con manico a forma di frustino e dettagli equestri, collezione *Gucci Aria*, autunno/inverno 2021, esposta nella mostra *Gucci Cosmos*, Westbund Art Center, Shanghai, 28 aprile - 25 giugno 2023, foto di Gucci.

dell’archivio da parte di Alessandro Michele e le operazioni di recupero, citazione e trasformazione effettuate sulla storia di Gucci.

Per esempio, nella collezione autunno/inverno 2021, la borsa *Bamboo* si mescola con i codici equestri da cui la sua forma, ispirata alla sella di cavallo, viene ripresa. Nei modelli in pelle nera presentati nella collezione, il manico viene sostituito da un frustino. Altri riferimenti all’equitazione prendono forma negli elmetti in pelle, simili a quelli progettato da Tom Ford per la collezione autunno/inverno 2001, disseminati nei look della collezioni, alcuni impressi con le scritte “Gucci Savoy” o con il numero “100”, gli anni di attività del marchio.

La collezione *Gucci Aria* non ricorre all’uso dei codici più frequentemente delle altre progettate da Michele, tuttavia ricombina alcuni di questi elementi in forme inedite mettendo in primo piano le manomissioni di Alessandro Michele al dna di Gucci. Per la collezione, Michele scrive di avere inoltre “saccheggiato il rigore anticonformista di Demna Gvasalia”, direttore creativo di Balenciaga, invitandolo a collaborare alla collezione per progettare alcuni look che uniscono i codici e le forme della maison francese a quelli di Gucci.<sup>35</sup>

In una conversazione pubblicata online, Alessandro Michele e Gvasalia accennano alla storia del marchio fiorentino come quella di un patrimonio condiviso e che ha influenzato, negli anni della loro formazione, la loro visione della moda, facendo riferimento soprattutto al contributo di Tom Ford:

Demna Gvasalia: I remember at the end of the 90s when I bought my first perfume (it was a sample perfume, the only thing you could get in post-USSR Georgia) and it was a tiny Gucci. Envy perfume that I actually still have at home :-)

Alessandro Michele: I have always loved to get things from everywhere and from every historical moment in order to give them new life. I’m obsessed, as you may know, with bringing the past back and transforming it into a living and vibrant present.

Demna Gvasalia: Totally! For me this is pretty much the magic of fashion – out of nowhere something no longer relevant or forgotten becomes super relevant and “new”, it’s giving

35. Dal comunicato stampa della collezione “Gucci Aria”, autunno/inverno 2021.

a new life and transforming one idea into another that is so exciting and creatively motivating!<sup>36</sup>

In un outfit, per esempio, il disegno “Flora” - disegnato dall’artista, illustratore e scenografo Vittorio Accornero utilizzando trentasette colori su fondo bianco, come omaggio a Grace Kelly, in seguito a una sua visita al negozio Gucci di Milano con il marito Ranieri III di Monaco - viene sovrapposta al motivo con il lettering creato dal Demna Gvasalia per Balenciaga per la collezione autunno/inverno 2018. Il lettering di Balenciaga viene anche riproposto su delle giacche stampata con il motivo *Gucci Canvas*, che ripropongono i volumi delle silhouettes disegnate nella prima collezione di Balenciaga sotto la direzione creativa di Gvasalia, la collezione autunno/inverno 2016 o altre della collezione primavera/estate 2017.

La sfilata si conclude con una modella che indossa un abito dorato che, per Alessandro Michele, unisce l’abito d’oro indossato da Marilyn Monroe nel film “Gentleman Prefers Blonds”, diretto da Howard Hawks nel 1953, e disegnato da William Travilla e quello di Rita Hayworth, vestita come “una venere del cinema”, mentre porta in mano una minaudiere argentata a forma di cuore anatomico.<sup>37</sup>

### III.3 L’archivio Gucci a Palazzo Settimanni

Sempre nel 2021, Gucci inaugura la nuova sede del proprio archivio a Palazzo Settimanni in via delle Caldaie a Firenze. Il progetto, sviluppato da Alessandro Michele con il supporto scientifico di Valerie Steele, direttrice e curatrice del museo del Fashion Institute of Technology di New York, trasferisce l’archivio negli spazi del palazzo Cinquecentesco, acquisito da Gucci nel 1953, che è stato nel tempo un atelier e showroom: “Il mio compito era quello di riportare a casa molti oggetti, come se li avessimo aiutati a tornare in famiglia. In un luogo dove apparentemente si conserva il passato, ma che in realtà è un ponte con il contemporaneo. Un palazzo antico è una cosa viva. Come la moda”.<sup>38</sup>

Con il progetto di Palazzo Settimanni, il direttore creativo estende la propria visione anche nella riorganizzazione degli spazi dell’archivio. In una intervista con Tiziana Cardini per Vogue Italia, Alessandro Michele ripercorre il progetto dal

36. Ted Stansfield, “Demna Gvasalia on Gucci’s hacking of Balenciaga”, in *Another Magazine*, 10 settembre 2001, ultimo accesso 23 dicembre 2022: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/13271/alessandro-michele-and-demna-gvasalia-on-contaminating-gucci-and-balenciaga>

37. Maria Luisa Frisa, Chiara Tagliaferri, “Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda”, episodio 2: Alessandro Michele, prodotto da Storielibere in collaborazione con Camera Nazionale della Moda: <https://storielibere.fm/sailor/>

38. Dal comunicato stampa, pubblicato nella pagina di Gucci, ultimo accesso 26 marzo 2023: <https://www.gucci.com/it/it/stories/inspirations-and-codes/article/gucci-archive-new-home>

→ Look 91, collezione *Gucci Aria*, autunno/inverno 2021, foto di Gucci.



suo concepimento alle forme che ha assunto, riflettendo sul suo rapporto con l'archivio e i suoi oggetti, i metodi con cui sono conservati, l'aspetto che assumono le stanze del palazzo nella loro nuova configurazione e le forme del suo rapporto con l'idea di passato è con la storia di Gucci, finendo per definirsi - come un designer - un medium tra il passato e il presente.<sup>39</sup>

Federica Fornaciari scrive che quello di Gucci è un caso paradigmatico, dove la musealizzazione si compie con una rivoluzione immersiva, una "torsione rappresentativa che si fonda sulla forza comunicativa di un non negozio, qual è uno spazio espositivo contemporaneo", rappresentazione fisica della realtà virtuale dell'immaginario del marchio.<sup>40</sup> Per Frisa, che lo ha attraversato più volte per diversi progetti allestitivi, ultimo tra questi la mostra *Gucci Cosmos*, è un serbatoio di forme e codici da cui ogni direttore creativo attinge per i propri progetti, e che interpreta senza nostalgia.<sup>41</sup>

Visitabile attraverso un tour virtuale disponibile sul sito di Gucci, il Palazzo, chiuso al pubblico, diventa un ulteriore progetto di comunicazione che diffonde la visione del direttore creativo, dalla disposizione degli oggetti nelle stanze, il loro decoro, la musica di sottofondo.<sup>42</sup> L'ampia collezione è divisa nelle stanze per mostrare i codici e gli oggetti iconici che definiscono il marchio e il suo dna. Dalle borse al morsetto, ai tessuti, alla valigeria, ai profumi, gli oggetti sono disposti in teche o organizzati in armadi e in scatole rivestite di lino, in stanze che portano nomi individuati tra le parole del lessico di Alessandro Michele, per individuare il suo itinerario creativo all'interno dell'archivio del marchio:

Questi epiteti non sono immediatamente associati ai termini descrittivi che si usano nella moda, anche se io credo che tutto, alla fine, sia collegato alla moda, perché la moda è vita. Alcuni dei nomi fanno riferimento a posti reali intorno a Firenze, nomi di antichi giardini botanici o orti che esistono ancora. Altri invece derivano dal greco antico ed evocano mete bizzarre e strane, sono nomi pervasi dal senso del viaggio, sono nomi che portano con sé la magia della mitologia. Nei sei anni del mio viaggio come direttore creativo di Gucci ho inventato questi nomi quasi per tracciare

39. Tiziana Cardini, "Nel nuovo archivio di Gucci a Firenze con Alessandro Michele", in *Vogue*, 9 settembre 2021, ultimo accesso 11 agosto 2023: <https://www.vogue.it/moda/article/gucci-archivio-intervista-alessandro-michele>

40. Federica Fornaciari, *Archiviare la moda. Evoluzioni di inizio millennio*, Milano: Pearson, 2022, p. 58.

41. Maria Luisa Frisa, "Gucci Cosmos: Interpreting a brand archive", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, p. 109.

42. Dal sito di Gucci, ultimo accesso 23 luglio 2022: <https://virtualltourgucciarchive.gucci.com/#/>.



↑ Stanza *Serapis*, come presentata nel primo allestimento delle nuove sale dell'archivio Gucci a Palazzo Settimanni nel 2021. Foto di Gucci.



un percorso, perché le parole e l'immaginazione sono come mappe che possono essere risistemate a nostro piacimento, sono al servizio della nostra vita.<sup>43</sup>

Lo spazio, secondo l'allestimento curato da Alessandro Michele per la sua inaugurazione, ancora accessibile attraverso il tour virtuale, è diviso in tre piani, dove gli oggetti sono esposti in teche e cabinet che riflettono l'immaginario degli ambienti delle campagne pubblicitarie delle collezioni presentate da Alessandro Michele per Gucci. Il percorso conserva ed espone gioielli storici e contemporanei in "Les Marché des Merveilles", foulards e seteria in "The Alchemist Garden", borse storiche in "Hortus Deliciarum", piccola pelletteria e cinture in "Prato di Ganimede", valigeria storica in "1921 Rifondazione", capi ready-to-wear e scarpe dagli anni Cinquanta agli anni Novanta in "Orto di Giove", mentre abiti, calzature e oggetti delle ultime collezioni sono raccolti nelle stanze "Apollo e le Muse", "Guccify", "L'Aveugle par l'Amour", e le creazioni per le celebrities e i brand ambassadors di Gucci, come l'abito indossato dalle cantanti Florence Welch per il Met Gala del 2019 e Lana del Rey per il Met Gala 2018, da Björk per il concerto alle Terme di Caracalla nel 2018, e da Achille Lauro per il Festival della Canzone Italiana nel 2018 sono conservate in "Serapis". Questa ultima stanza viene trasformata da un meccanismo trasforma le strutture in cui sono esposti gli abiti in un forziere che si apre e chiude meccanicamente.

Il progetto capovolge le dinamiche dell'archivio. Dal luogo dove il designer prende ispirazione, l'archivio viene diventa uno spazio malleabile che può essere influenzato e riconfigurato dalla visione del direttore creativo, così lo commenta infatti Valerie Steele: "La pulsione a categorizzare elementi di epoche trascorse non si basa sulla nostalgia, ma sulla consapevolezza che quello dello stile è un concetto in perpetua mutazione. Questa relazione con il tempo, per un'azienda centenaria come Gucci, sviluppa il tema dell'archivio come punto di raccolta di un heritage vivo: ora e per le generazioni a venire".<sup>44</sup>

#### III.4 Guccification

*Guccification* è il nome di una delle sale del primo allestimento del Gucci Garden Galleria, curato da Maria Luisa Frisa nel 2018. La stanza esplora uno dei simboli della maison, la doppia G, attraverso una selezione di oggetti che esamina la varietà di forme che il logo ha assunto nella storia di Gucci e le fonti di molti dei loghi che

43. Dal comunicato stampa, pubblicato nella pagina di Gucci, ultimo accesso 26 marzo 2023: <https://www.gucci.com/it/it/stories/inspirations-and-codes/article/gucci-archive-new-home>

44. Dal comunicato stampa, pubblicato nella pagina di Gucci, ultimo accesso 26 marzo 2023: <https://www.gucci.com/it/it/stories/inspirations-and-codes/article/gucci-archive-new-home>

il direttore creativo ha recuperato dall'archivio e ha riutilizzato nelle sue collezioni: "The Gucci logo is, increasingly, a pop symbol, like Mickey Mouse, the Catholic Cross, [...] We absorb these symbols and we recognise the value. Now there are no longer barriers between symbols; religious, music, art, life, death, war. [...] My job is to give some significance to the power of these two GGs — and after me there will be someone else".<sup>45</sup> In conversazione con Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele dice che, di fronte alla moltitudine delle forme che il logo ha assunto nella storia di Gucci, si sentiva perso tra le G, che legge come un geroglifico, tanto che usarle è tanto complesso quanto come spostare Anubi da Luxor.<sup>46</sup>

Nella stanza sono esposti un completo in seta, composto da una camicetta e una gonna stampate con un motivo a G "cubiche" del 1968, che il designer recupera per la collezione donna autunno/inverno 2017; un abito in lino stampato con un motivo a delfini che reggono una lettera G, degli anni Settanta; una cappa della collezione donna autunno/inverno 2017 in tweed ricamato con una poesia di Coco Capitan; una giacca in pelle scamosciata con un cappuccio di maglia con un motivo di G squadrate degli anni Settanta; un abito della collezione Cruise 2018, dove il logo Gucci diventa "Guccy"; una giacca foderata in pelliccia della stessa collezione che cita il lavoro del sarto Daniel Day; una pelliccia rossa con intarsi, una borsa di pelle e una giacca in jeans creati in collaborazione con l'artista di Brooklyn, Gucci Ghost, per la collezione autunno/inverno 2016.

La collaborazione con Gucci Ghost meglio esprime una delle pieghe che il lavoro di Alessandro Michele ha preso sui temi dell'originale e della copia nella moda. Gucci Ghost, conosciuto anche come Trouble Andrew, è il nome assunto dall'artista Trevor Andrew che disegna graffiti di piccoli fantasmi, dischi volanti e uova mescolandoli con il logo a doppia G di Gucci, di cui si appropria facendolo diventare la propria firma.<sup>47</sup> Per Alessandro Michele, l'utilizzo che Andrew fa dei codici di Gucci è differente dall'idea di copia, ma è un modo di avvicinare Gucci alla strada, riscrivendo i codici e i simboli del marchio attraverso il linguaggio dei graffiti.<sup>48</sup>

Scoperto grazie al suggerimento del fotografo Ari Marcopoulos<sup>49</sup>, Alessandro Michele decide di invitare Andrew a collaborare con il marchio. L'interesse verso il lavoro dell'artista scaturisce dal modo in cui Andrew utilizza i codici di Gucci,

45. Lou Stoppard, "Alessandro Michele - National treasures", cit.

46. Maria Luisa Frisa, "Alessandro Michele". 13 aprile 2017, in *Flash Art*, ultimo accesso 14 aprile 2022: <https://flash---art.it/article/alessandro-michele/>

47. Nigel Lezama, "Intensified: Alessandro Michele's hyperaesthetic at Gucci", *op. cit.*, p. 80.

48. "It's completely different than the idea of copying. It's the idea that you try to [take to] the street, through language like graffiti, the symbols of the company". Bridget Foley, "Ghosting at Gucci", in *Women's Wear Daily*, 24 febbraio 2016, ultimo accesso 15 luglio 2022: <https://wwd.com/feature/ghost-gucci-alessandro-michele-guccighost-fall-10366122/>

49. *Ibid.*



↑ La stanza *Guccification*, parte del primo allestimento di Gucci Garden Galleria, curato da Maria Luisa Frisa nel 2018. Foto di Gucci.

### 143 Alessandro Michele “Hackeraggio”

utilizzando il linguaggio del pop per creare qualcosa che è rappresentativo del suo personaggio più di quanto rappresenti il brand: “Trevor è stato la giusta deriva, ha portato la leggerezza che serviva a liberarmi, a liberarci da un certo tipo di passato e da un modo di fare con il passato. Lui si è appropriato di Gucci, ma è andato oltre un certo linguaggio della strada, che aveva inglobato Gucci nel ritmo del suo rap, per rendere il generale personale – perché Trevor utilizza il lato pop di Gucci per fare una cosa che non c’entra niente con Gucci, che è rappresentativa di lui e basta”.<sup>50</sup>

Includere il logo contraffatto nella produzione del marchio è un modo di riflettere sul tema dell’originalità nella produzione di moda, ma anche di mettere in crisi la definizione di heritage come una garanzia di autenticità. Andrew riproduce i suoi graffiti anche su diverse borse e abiti, e in una borsa di pelle della collezione autunno/inverno 2016 per esempio affronta il tema scrivendo “Real” sopra il logo Gucci in rilievo. Nella collezione autunno/inverno 2021 invece, Alessandro Michele presenta valigie e borse con i motivi *GG Canvas* e il nastro verde e rosso del Web su cui è stampata in giallo, in lettere maiuscole, la scritta “FAKE”.

Il tema viene esplorato, nel 2018, anche con una mostra organizzata allo Yuz Museum di Shanghai, intitolata *The artist is present* (11 ottobre - 16 dicembre 2018) e curata dall’artista Maurizio Cattelan, scelto dal direttore creativo per esplorare le diverse iterazioni dell’idea di copia e appropriazione nell’arte. Il titolo copia quello della performance che l’artista Marina Abramović realizza al MoMa di New York nel 2010, e il volto dell’artista è riprodotto anche nel poster della mostra, in un dipinto realizzato da Ronan Gallagher che a sua volta riproduce la fotografia scattata da Marco Anelli nel 2010 e utilizzata come campagna per la performance dell’artista. Per il curatore, la copia è un atto di grande consapevolezza di fronte a un soggetto: “To copy means to give attention, to value the content that you are replicating. It also adds new meanings to the original concept itself. It keeps the idea alive for the next generations”.<sup>51</sup>

#### III.5 Copie della copie delle idee

Il logo, l’elemento che solitamente segnala la continuità del brand istigando delle connessioni tra i suoi prodotti attraverso il tempo, diventa per Alessandro Michele uno degli strumenti a sua disposizione per ridefinire i confini dell’originale e della

50. Maria Luisa Frisa, “Alessandro Michele”. 13 aprile 2017, in *Flash Art*, ultimo accesso 14 aprile 2022: <https://flash---art.it/article/alessandro-michele/>

51. Yoko Choi, “Gucci and Maurizio Cattelan explore the power of appropriation in Shanghai show”, in *Wallpaper*, 10 ottobre 2022, ultimo accesso 16 ottobre 2023: <https://www.wallpaper.com/fashion/gucci-maurizio-cattelan-the-artist-is-present-shanghai>



copia.<sup>52</sup> Come riportato nel paragrafo precedente, il designer fa più volte riferimento a questo tema attraverso il suo lavoro. Il look 42 presente nel lookbook della collezione Pre-Fall 2018, scattato da Peter Schlesinger a Roma, nei luoghi dove sono stati ambientati alcuni dei film di Dario Argento, è composto da una maglia jacquard con la scritta “Copie delle copie delle idee”.<sup>53</sup>

Interrogato sull’oggetto da parte di Maria Luisa Frisa, che lo definisce un manifesto del progetto di Alessandro Michele e della sua presa di posizione sul tema della copia e dell’originalità nella moda, il designer racconta: “Non faccio questo sforzo inutile legato a questa idea dell’originalità che è un presupposto della creatività soprattutto nel mondo moderno [...] Mi reputo libero di citare, di guardare, di parlare di cose che quasi sempre ho visto, che mi hanno incuriosito” e continua “Io ci tengo a non essere originale. Perché credo che non c’è modo migliore di trovare un linguaggio compatibile, diverso, ma uguale, per parlare con gli altri”.<sup>54</sup>

Particolarmente interessante per questa analisi è il modo in cui Alessandro Michele utilizza la copia come metodo per interagire con la storia di Gucci, appropriandosi di elementi e storie che hanno viaggiato parallele a quella di Gucci, per rimettere nel suo heritage le storie ignorate o volutamente escluse. In dialogo con Angelo Flaccavento, si dichiara infatti uno spudorato, per cui creare vuol dire rigurgitare, stravolgere e assemblare tutto ciò da cui viene costantemente attraversato.<sup>55</sup>

Un esempio significativo è uno dei look della collezione *Gucci Renaissance cruise* 2018, presentata nelle sale di Palazzo Pitti a Firenze. La collezione esplora il rapporto tra vero e falso con oggetti che rielaborano il logo di Gucci - trasformato anche in “Guccy” - mescolando elementi ispirati dal rinascimento europeo con l’abbigliamento degli anni Settanta e Ottanta.<sup>56</sup> Tra questi era presente un omaggio al lavoro del sarto Daniel Day, conosciuto anche come Dapper Dan, che celebrava la cultura di Harlem di quegli anni. Il look consisteva in una giacca in pelle rivestita in pelliccia e con maniche a prosciutto in PVC stampato con il motivo a doppia G di Gucci. Il capo era una replica di quello progettato nel 1989 da Daniel Day per l’atleta olimpionica Diane Dixon, che il sarto aveva creato utilizzando la pelle monogramma di Louis

52. Celia Lury, *Brands. The logos of the global economy*, Londra: Routledge, 2004, p.2, citato in Lezama, Nigel, “Intensified: Alessandro Michele’s hyperaesthetic at Gucci”, *op. cit.*, p. 90.

53. Peter Schlesinger, *Disturbia*, lookbook della collezione Pre-Fall 2018 di Gucci, Gucci, 2018.

54. Maria Luisa Frisa, Chiara Tagliaferri, “Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda”, episodio 2: Alessandro Michele, prodotto da Storielibere in collaborazione con Camera Nazionale della Moda: <https://storielibere.fm/sailor/>

55. Angelo Flaccavento, “Nella maniera in cui omaggio quel che mi piace e quel che mi ha segnato. Per me creare vuol dire rigurgitare, stravolgere e assemblare tutto ciò da cui sono stato e sono attraversato” in *Vogue Italia*, 1 settembre 2017, ultimo accesso 11 agosto 2022: <https://www.vogue.it/moda/news/2017/09/01/alessandro-michele-citazionismo-passato-futuro-moda-intervista-vogue-italia>

56. Maria Luisa Frisa, Alessandro Michele, “Alessandro Michele: archeologo delle cose a venire”, in Sofia Gnoli (a cura di), *Ephimera. Dialoghi sulla moda*, Milano: Electa, 2021, p. 49.



↑ Gucci, collezione donna autunno/inverno 2016. Foto di Vogue Runway.





↑ Look 33, collezione Gucci Renaissance cruise 2018. Foto di Dan Lecca.

Vuitton. La citazione di quell’oggetto causa un generale dibattito nei confronti del designer, accusato di copiare il lavoro di Daniel Day. In dialogo con il giornalista Angelo Flaccavento, Michele invece spiega che considera le sue fonti così evidenti da non ritenere necessaria una didascalia o spiegazione che le accompagni.<sup>57</sup> Citare il sarto di Harlem, ricorda poi Michele, era essenziale per quella collezione: “Come si poteva raccontare qual’è stato il rinascimento del brand senza dire che Dapper Dan l’aveva fatto sopravvivere anche in anni bui?”<sup>58</sup>

“Who knocks off the knockers-off? Who bootlegs the bootleggers?” scrive Matthew Schneider in un articolo del New York Times dove si interroga sul confine tra “copia” e “omaggio” nel design della moda. Negli anni Ottanta Daniel Day lavora come un sarto disegnando e cucendo pezzi su misura nella sua boutique aperta nel quartiere di Harlem nel 1982 al 43 East 125th Street. La boutique è un punto di riferimento per il rinascimento della cultura afro-americana del quartiere newyorkese. Day crea oggetti utilizzando materiali recuperati da borse e altri oggetti di marchi di lusso come Fendi, Louis Vuitton e anche Gucci. Per esempio, nella copertina dell’album *Paid in Full* di Eric B. & Rakim, Eric Barrier e William Griffin indossano due giacche realizzate da Day con toppe di pelle bianca decorate con il logo a doppia G di Gucci sullo sfondo verde dollaro. Il logo appare anche nel retro della copertina, in una natura morta di medaglie e banconote.<sup>59</sup>

Day creava questi oggetti riutilizzando tessuti e materiali recuperati da oggetti acquistati dalle maison di lusso. Il logo stampato, tessuto o impresso nei materiali recuperati e che il sarto utilizzava come dettaglio o finitura per i suoi capi, come riporta Kalefa Sanneh, trasformava gli oggetti in prodotti di moda, li faceva appartenere i brand di cui recuperavano il logo.<sup>60</sup> Questi passaggi, che facevano aumentare il costo dell’oggetto fino quasi a raggiungere quello dei capi venduti dai brand da cui recuperava i materiali. Il loro valore economico li rendeva, per i clienti di Day, assimilabili ai marchi di cui includeva i loghi: “You had to pay on the same level as if it was from Gucci [...] So it is Gucci, to us”.<sup>61</sup>

In questo caso, l’hackeraggio di Alessandro Michele compie un percorso

57. “Le mie fonti sono così evidenti che, forse a torto, non ritengo necessario metterci sotto la didascalia”, in Angelo Flaccavento, “Nella maniera in cui omaggio quel che mi piace e quel che mi ha segnato. Per me creare vuol dire rigurgitare, stravolgere e assemblare tutto ciò da cui sono stato e sono attraversato” in *Vogue Italia*, 1 settembre 2017, ultimo accesso 11 agosto 2022: <https://www.vogue.it/moda/news/2017/09/01/alessandro-michele-citazionismo-passato-futuro-moda-intervista-vogue-italia>
58. Maria Luisa Frisa, “Alessandro Michele”. 13 aprile 2017, in *Flash Art*, ultimo accesso 14 aprile 2022: <https://flash---art.it/article/alessandro-michele/>
59. Kalefa Sanneh, “Harlem Chic. How a hip-hop legend remixed name-brand fashion”, in *The New Yorker*, 25 marzo 2013, ultimo accesso 25 ottobre 2021: <https://www.newyorker.com/magazine/2013/03/25/harlem-chic>
60. “One of his favorite tricks was to use designer-leather trim to turn a generic garment—even a generic mink coat—into a name-brand one. His quest for the right material sometimes took him to the Gucci boutique, where he would puzzle the clerks by buying every garment bag in the shop. The long leather panels, printed with the Gucci logo, were perfect for the jackets he wanted to make.” in *ibid.*
61. *Ibid.*

inverso. Riproducendo quell'oggetto tra i capi della sua collezione, Alessandro Michele ricostruisce la storia di Gucci riappropriandosi di un racconto parallelo, collimando la linea temporale del marchio e la sua narrativa con uno dei momenti che hanno contribuito a mantenere l'immaginario del marchio fiorentino vivo nella cultura popolare e ampliare la sua influenza. Nigel Lezema definisce questo un processo tramite cui la moda “harnesses a pastiche historicism to fill in the gap left by a waning dominant culture”.<sup>62</sup> Conseguentemente, nel 2018, Gucci contribuisce alla riapertura dell'atelier del sarto di Harlem nell'edificio in cui ha operato fino al 1992 e Michele collabora con Daniel Day a una *capsule collection* che riproduce altri look creati dal sarto afro-americano negli anni Ottanta e Novanta, che vengono fotografati in una campagna scattata da Ari Marcopoulos ad Harlem. La collaborazione sancisce il riconoscimento della storia che Gucci ha vissuto e contribuito ad alimentare ad Harlem e nella sua cultura, riuscendo nel tentativo di “recode Gucci's history as if the brand itself were the source of hip-hops counterculture history”.<sup>63</sup> Il caso è significativo perché riconosce il patrimonio di un marchio come un fenomeno esteso e che si muove su piani di significato paralleli, dove il dna di un brand può essere utilizzato per raccontare altre storie che alimentano la sua rilevanza pur discostandosi da quella narrativa ufficiale che delimita la visione marchio, riconoscendo la capacità della moda di insinuarsi, cambiando forma e significato, nei diversi rami della cultura contemporanea.

## Capitolo IV

### Maria Grazia Chiuri “Curatela”

62. Nigel Lezama, “Intensified: Alessandro Michele's hyperaesthetic at Gucci”, *op. cit.*, p. 92

63. *Ibid.*

L'archivio va visto una volta quando si entra in una casa di moda, poi ripensato con la propria testa. L'archivio deve essere una cosa viva.<sup>1</sup>

1. Valeria Palermi, Maria Grazia Chiuri, "Moda, strumento di consapevolezza, arte del possibile", in Gnoli, Sofia, *Ephimera*, Milano: Electa, 2021, p. 81.

Maria Grazia Chiuri diventa direttrice artistica delle collezioni donna alta moda, *prêt-à-porter* e accessori del marchio francese Christian Dior nel luglio 2016. È la prima donna a ricoprire la posizione di direttrice artistica nella storia maison fondata da Christian Dior nel 1947 e guidata, in seguito, da alcuni dei grandi protagonisti della storia della moda: Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano e Raf Simons.

Per spiegare il suo progetto per Dior, più volte la designer romana si è dichiarata curatrice del marchio: "I see my approach as Creative Director like that of a curator, who chooses a theme and develops a narrative to go with it, carefully selecting just the right objects to express every facet of the story, and setting an appropriate pace from start to finish".<sup>2</sup> Proprio questa analogia permette di approfondire l'articolato rapporto tra Chiuri e le diverse declinazioni dell'heritage di Dior, una delle grandi *maison* della moda francese, protagonista di una storia che dal 1947 pone l'azienda al centro dell'immaginario collettivo nella moda.

Ponendosi di fronte questo complesso patrimonio, paragonandosi a una curatrice, la direttrice creativa può essere considerata un'ulteriore voce critica che trova nel suo ruolo la possibilità di ricodificare Dior attraverso la costruzione, progettazione e presentazione delle sue collezioni. Il capitolo approfondisce gli approcci curatoriali con cui Chiuri affronta l'heritage del marchio francese, soffermandosi in particolare su tre elementi del suo lavoro. Il primo è il rapporto con la mitologia di Dior, i precedenti direttori creativi e la sua storia connessa tanto a quella della Francia che a quella moda internazionale, continuamente soggetto di rappresentazione in musei, pubblicazioni ma anche in altri prodotti come le serie tv. L'heritage di Dior permea a sua volta la struttura della sua istituzione ed è riflesso del modo in cui la moda francese costruisce la propria storia. Dal 2022, La Galerie Dior a Parigi continua a raccontare questa storia dalla nascita di Christian Dior fino al lavoro della sua ultima direttrice creativa. Il rapporto con l'archivio viene analizzato attraverso una delle forme che costruiscono il codice più significativo per Dior, il completo *Bar*. Il capitolo approfondisce il confronto con la materialità dell'oggetto conservato da Dior Héritage, la storia culturale della silhouette e le interpretazioni di Chiuri. Inoltre, viene affrontata la dimensione collaborativa e l'intreccio di linguaggi artistici che scaturisce dal dialogo tra Chiuri e le artiste e teoriche femministe che coinvolge nel suo lavoro. Questo dialogo è un'ulteriore risorsa a cui la direttrice creativa ricorre per rileggere in maniera critica l'heritage di Christian Dior.

2. Maria Grazia Chiuri, "What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?", in *Grazia*, 2020, ultimo accesso 9 agosto 2022: <https://graziomagazine.com/articles/maria-grazia-dior-fashion-essay/>



## IV.1 Curare l'heritage di Dior

Nel capitolo “Heritage come procedimento progettuale” vengono presentati alcuni progetti in cui fashion designer intraprendono il ruolo di curatori di mostre e progetti espositivi, ricorrendo alla mostra come mezzo per comunicare il proprio linguaggio progettuale o il proprio immaginario. Tramite questi progetti, alcuni designer hanno trovato la possibilità di riflettere sui parallelismi tra i processi curatoriali e quelli progettuali, tracciando similitudini tra le pratiche delle due professioni. Presentando la figura del direttore creativo, invece, viene descritto come una serie di pratiche e processi la assimilino alla figura del curatore, offrendo, con questo paragone, una chiave per comprendere il ruolo del direttore creativo nell'attuale configurazione del sistema della moda e della sua industria. Secondo Maria Luisa Frisa, infatti, è il direttore creativo che più, nei suoi gesti e compiti, è simile ad un curatore:

It is research, understanding, selection and re-proposition. For the creative director, a project means mapping all the regions that make up his territory of action: heritage on the one hand, innovation on the other, material quality on the one hand, immediacy of image on the other.<sup>3</sup>

Maria Grazia Chiuri usa in maniera specifica l'analogia con il curatore nelle occasioni in cui spiega la sua posizione nei confronti della *maison* Dior, della sua storia e del suo heritage. Una tra queste è un breve saggio scritto dalla direttrice creativa per *Grazia* nel 2020, intitolato “What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?”. Nel saggio l'autrice guarda al suo lavoro per Dior interrogandosi sui compiti che l'industria della moda deve assolvere per mantenersi un sistema culturalmente rilevante, soprattutto rispetto al rapporto con i tempi in cui è immersa.<sup>4</sup>

L'approccio curatoriale di Chiuri si esprime sia nel modo in cui progetta le sue collezioni per il marchio, che nel modo in cui le presenta e le comunica. Il suo punto di vista critico si può discernere sia nelle scelte che compie mettendo in dialogo i suoi interessi, gli oggetti, gli elementi materiali e i racconti estrapolati dall'archivio e dalla storia del marchio, ma anche nel lavoro di autori e autrici che coinvolge per amplificare la sua visione. Chiuri esplicita spesso, nelle interviste o nei video che accompagnano la presentazione delle sfilate, gli elementi individuati

3. Romina Totaro, “Gucci genealogy: I adorn therefore I am”, in *Domus Web*, 21 aprile 2021, ultimo accesso 26 agosto 2023: <https://www.domusweb.it/en/design/2021/04/19/with-aria-alessandro-michele-retraces-a-century-of-gucci.html>

4. Maria Grazia Chiuri, “What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?”, *op. cit.*

nell'archivio e l'utilizzo che ne ha fatto, chiarendo le scelte da lei compiute e il suo approccio alla ricerca in archivio, rivelando i criteri con cui lo ha interrogato e i modi con cui ha guardato alcuni oggetti o come questi le sono stati utili nel suo processo creativo.

Nel saggio citato precedentemente, Chiuri descrive il suo approccio alla direzione creativa come quello di una curatrice che individua un tema e lo sviluppa in una narrazione, scegliendo con attenzione gli oggetti per esprimere ogni aspetto della sua storia.<sup>5</sup> Percorrendo le tappe del suo lavoro e dei suoi processi progettuali, si sofferma anche sul suo rapporto con gli archivi della *maison* francese:

My relationship with the Dior archives has been paramount since day one. I wanted my work to be extremely contemporary, but also respectful of the history of Dior, so intricate and rich as it is to explore. My excursions – sometimes real and true ‘immersions’ – into the Dior archives not only served to inspire me, but also anchored me to a legacy that must be preserved and refreshed on a constant basis. The suggestions that I receive from the archives always pass through the filter of my own sensitivities, which guide me through my research and help me translate images and atmospheres from the past into objects that speak of the present. The balance between past and present comes from constantly checking in with my team, who help me put into perspective every choice I make and develop the best ideas, between retrieving from the past and producing something new and meaningful.<sup>6</sup>

In un'altra intervista rilasciata nel 2017, Chiuri evidenzia una netta discrepanza tra l'immagine pubblica dell'heritage di Christian Dior e la realtà che emerge dall'esame approfondito dell'archivio.<sup>7</sup> Fondato nel 1987, l'archivio è risultato di un processo di ricerca e ricostruzione del patrimonio aziendale iniziato nel 1985 in preparazione alla mostra *Hommage à Christian Dior. 1947 - 1957* organizzata dal Museo di Arti Decorative di Parigi (22 marzo - 4 ottobre 1987) per celebrare il quarantesimo anniversario dalla presentazione della prima collezione di Dior.<sup>8</sup> Oggi,

5. *Ibid.*

6. *Ibid.*

7. Nicole Phelps, “Christian Dior. Fall Couture 2017” in *Vogue Runway*, 3 luglio 2017, ultimo accesso 8 agosto 2022: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-couture/christian-dior>

8. Soizic Pfaff, direttrice di Dior Héritage, racconta la nascita dell'archivio e la ricerca costituita e ancora in corso per recuperare una storia aziendale altrimenti persa e frammentata durante la conferenza di EFHA nel 2019. Dal video pubblicato sul canale vimeo di European Fashion Heritage Association, *Soizic Pfaff - The Archives Department to Dior Heritage*, 21 aprile 2020, ultimo accesso, 23 aprile 2024: <https://vimeo.com/410254423>

il dipartimento di Dior Héritage mette in mostra il proprio archivio nelle sale de La Galerie Dior, inaugurata nel 2022, e attraverso pubblicazioni, mostre e video pubblicati sulle piattaforme online di Dior.

Molte di queste di questi materiali condivisi sui canali pubblici di Dior documentano il lavoro di Chiuri che precede la presentazione della collezione. Nei video, il team di Dior Héritage e la direttrice creativa spiegano i riferimenti che attraversa per costruire le sue collezioni. Gli oggetti che individua nell'archivio sono di categorie diverse e rispecchiano l'ampio insieme di materiali che costituiscono il patrimonio del marchio francese. Per la collezione alta moda autunno/inverno 2017, per esempio, Chiuri spiega come si sia concentrata solo sui primi dieci anni della *maison*, per essere più vicina al suo fondatore.<sup>9</sup> Tra gli oggetti che trova nella sua visita in archivio c'è un *business plan* di Christian Dior dove vengono raccontati i viaggi del *couturier* attorno al mondo.<sup>10</sup> L'oggetto viene interpretato con due piani di lettura diversi. Da un lato, è funzionale alla direttrice creativa per comprendere l'internazionalità di Dior e l'estensione che raggiungeva fin dai primi anni della sua fondazione: "I started to reflect immediately that Dior was a worldwide brand".<sup>11</sup> Il libro registra lo spirito imprenditoriale di Christian Dior che, nel 1952, esportava le sue creazioni in oltre 27 paesi.<sup>12</sup> Dall'altro, è una incisione dell'artista Albert Decaris, che rappresenta una mappa di questi viaggi, che viene riprodotta nei ricami e nei motivi stampati della collezione. Nello stesso video, Chiuri spiega inoltre che non individua gli oggetti d'archivio solo per le loro forme, ma anche per le emozioni che evocano i nomi dei modelli attribuiti dal suo fondatore.<sup>13</sup> I commenti condivisi nel breve video dimostrano i diversi piani di lettura con cui la direttrice creativa interroga gli oggetti nell'archivio, e le diverse informazioni che possono essere ottenute da queste indagini e che possono diventare una risorsa per la creazione di nuove narrazioni, oltre a stimolare nuovi punti di partenza per attraversare nuovamente le collezioni dell'archivio.

Altri oggetti che Chiuri ricerca in archivio e da cui trae frequente ispirazione sono i foulard. Per esempio, la frase "Non, non, non, et non!", che la direttrice creativa riproduce su alcuni maglioni della collezione *prêt-à-porter* autunno/inverno 2018, proviene da una serie di foulard realizzati dall'artista francese Alexandre

9. "Autumn-Winter 2017-18 Haute Couture show - Maria Grazia Chiuri on Monsieur Dior", dal canale YouTube di Christian Dior, 8 luglio 2017, ultimo accesso 23 settembre 2021: [https://www.youtube.com/watch?v=LBX\\_1U9maM](https://www.youtube.com/watch?v=LBX_1U9maM)

10. *Ibid.*

11. *Ibid.*

12. Osman Ahmed, "Inside Dior's unseen archive with Maria Grazia Chiuri", in *Business of Fashion*, 12 febbraio 2017, ultimo accesso 17 settembre 2021: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/marking-70-years-of-dior-with-a-new-strategic-archive>

13. "Autumn-Winter 2017-18 Haute Couture show - Maria Grazia Chiuri on Monsieur Dior", dal canale YouTube di Christian Dior, 8 luglio 2017, ultimo accesso 23 settembre 2021: [https://www.youtube.com/watch?v=LBX\\_1U9maM](https://www.youtube.com/watch?v=LBX_1U9maM)



↑ Collezione *prêt-à-porter* primavera/estate 2023. Foto di Brigitte Niedermaier.

Sache durante la direzione di Marc Bohan per la linea Miss Dior.<sup>14</sup> Un altro disegno realizzato dall'artista Charin per Christian Dior nel 1951 che rappresenta elementi ripresi dalle pitture rupestri delle grotte di Lascaux viene riprodotto da Chiuri come un ricamo su giacche e gonne e altri oggetti della collezione *cruise* 2018.<sup>15</sup> Il disegno di un foulard degli anni Cinquanta che rappresenta un dettaglio di una mappa di Parigi viene trasformato da Chiuri in una stampa per la collezione primavera/estate 2023.<sup>16</sup>

Nelle sue collezioni, Maria Grazia Chiuri non solo recupera e cita Christian Dior, ma dialoga anche con il lavoro degli altri direttori creativi della *maison*. Un esempio è l'utilizzo dei motivi a scacchiera nella collezione autunno/inverno 2021. Questo motivo, già considerato da Christian Dior uno dei codici del proprio marchio, viene reinterpretato da Chiuri che si ispira alle sue personali affinità con gli anni Sessanta e Settanta, attinge alle interpretazioni del motivo a scacchiera realizzate da Marc Bohan in quel periodo.<sup>17</sup> Oppure, reintroduce nelle sue linee la *Saddle Bag*, disegnata da John Galliano nel 1999 e presentata nella collezione primavera/estate 2000: "The Saddle bag is one of those emblematic pieces that always manages to remain contemporary [...] It's also one of the codes that symbolises Dior's recent history".<sup>18</sup> I due esempi sono indicativi dello sguardo trasversale che Chiuri applica al patrimonio di Dior. Riconoscendo il lavoro dei precedenti direttori creativi come fondamentale nel trasportare l'identità di Dior nel presente, cita elementi introdotti dagli autori che l'hanno preceduta. Di conseguenza, la sua interpretazione non crea gerarchie tra il lavoro del fondatore e le interpretazioni successive, ma legge il marchio come un sistema costituito dalle continue stratificazioni di diverse letture che il tempo ha fatto sedimentare. Questo punto di vista tiene anche in considerazione che i codici di un brand come Dior non siano fissi, ma mobili e interpretabili, in dialogo con il tempo in cui sono letti. Riguardo alla mobilità dei codici Chiuri spiega: "The evolution of Dior codes goes hand-in-hand with making claims, acting up, and with the steady progress of movements that look to feminism, guardianship, and sustainability as the new building blocks we need for constructing a more just and equitable society".<sup>19</sup>

14. Nicole Phelps, "Christian Dior Fall/Winter 2018 Ready to Wear", in *Vogue Runway*, 27 febbraio 2018, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/christian-dior>
15. Emily Farra, "Dior in the desert: 6 things to know about tonight's L.A. show", in *Vogue*, 12 maggio 2017, ultimo accesso 16 settembre 2022: <https://www.vogue.com/article/dior-resort-2018-fashion-show>
16. Nicole Phelps, "Christian Dior Spring/Summer 2023 Ready to Wear", in *Vogue Runway*, 27 settembre 2022, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/christian-dior>
17. Dal sito di Christian Dior, ultimo accesso 20 settembre 2023: [https://www.dior.com/it\\_it/fashion/news-savoir-faire/folder-novita-ed-eventi/la-maestria-che-si-cela-dietro-al-motivo-plan-de-paris](https://www.dior.com/it_it/fashion/news-savoir-faire/folder-novita-ed-eventi/la-maestria-che-si-cela-dietro-al-motivo-plan-de-paris)
18. Alice Newbold, Roberta Lister, "Maria Grazia Chiuri Explains The Enduring Appeal Of Dior's Saddle Bags", in *British Vogue*, 20 novembre 2018, ultimo accesso 19 agosto 2022: <https://www.vogue.co.uk/article/maria-grazia-chiuri-on-dior-saddle-bags>
19. Maria Grazia Chiuri, "What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?", *op. cit.*

Il punto di vista curatoriale che Maria Grazia Chiuri sviluppa per il suo lavoro da Christian Dior si articola anche nel confronto con la stessa azienda. Dior è una istituzione francese radicata nel contesto del patrimonio culturale della Francia. Non solo è un importante riferimento condiviso per molti designer e nella storia della moda, ma è anche la *maison* che attraverso il lavoro dei suoi direttori artistici ha contribuito a definire l'idea di femminilità francese. Questo aspetto orienta Chiuri nel suo progetto creativo e curatoriale. Attraverso il dialogo con altre autrici, la designer romana rilegge la storia di Dior e ricostruisce le sue silhouettes per tradurre il linguaggio di Dior al presente:

Mai come oggi la moda è opera di conciliazione degli opposti. Io, per esempio, sono in un'azienda che ha 70 anni di storia. Questo passato, questo heritage, questo immaginario va tenuto ben presente ma allo stesso tempo bisogna dare un nuovo punto di vista, portarlo nel futuro. La moda ha contraddizioni al suo interno e cerca soluzioni.<sup>20</sup>

## IV.2 Mitologia di Dior

"The endless wealth of its heritage continues to be a constant source of inspiration for fashion and I cannot wait to express my own vision" dichiara Maria Grazia Chiuri nella nota che comunica la sua nomina sul sito di LVMH, il conglomerato del lusso che include il marchio francese Christian Dior nel suo portfolio.<sup>21</sup>

Christian Dior rappresenta un importante capitolo della storia della moda occidentale e la sua influenza è continuamente esplorata in mostre e pubblicazioni.<sup>22</sup> Questa storia viene raccontata anche all'interno dello spazio espositivo de La Galerie Dior che esplora l'eredità di Christian Dior, dal lavoro del suo fondatore a quello dei sei influenti successori nella moda femminile: Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano, Raf Simons e Maria Grazia Chiuri. Inaugurata nel 2022, la galleria è parte di uno spazio che include una boutique, un hotel e un bar, sviluppato per volere di Pietro Beccari - CEO della maison dal 2018 al 2023 - e che si estende su oltre 2.000 metri nella storica sede di 30 Avenue Montaigne.<sup>23</sup> La Galerie Dior non è uno spazio direttamente legato al lavoro della direttrice creativa, ma è uno strumento del marchio per amplificare le narrazioni

20. Valeria Palermi, Maria Grazia Chiuri, *op. cit.*, p. 81.
21. Dal sito di LVMH, 8 luglio 2016, ultimo accesso 20 settembre 2023: <https://www.lvmh.com/news-documents/news/maria-grazia-chiuri-as-artistic-director-of-womens-collections-at-dior/>
22. Per esempio, la mostra "Christian Dior: Designer of Dreams" a cura di Florence Muller, Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 5 luglio 2017 - 7 gennaio 2018.
23. Jonathan Wingfield, "In-store. Dior 30 Montaigne", in *System Magazine*, n.19, 2019, pp. 262 - 300.





↑ Dettaglio della stanza *The Atelier of Dreams*, Galerie Dior, gennaio 2023. Foto dell'autore.

relative alla sua storia, di cui Chiuri compone il capitolo presente. Come direttrice creativa, il contributo di Chiuri quindi entra a fare parte di questa linea temporale e trova un posto in una storia ben scritta, immaginandone nuove letture, ma che non sfumano i confini tracciati dagli autori precedenti.

In conversazione con la giornalista Valeria Palermi, nel 2019, Chiuri chiarisce come fin da subito abbia preso in considerazione il ruolo della storia dell'azienda e come abbia avvertito la necessità di formulare un metodo di interpretazione che fosse personale e rappresentativo del suo modo di lavorare: "Il mio approccio da Dior è stato molto chiaro: sono sempre stata consapevole della storia dell'azienda e ho tenuto conto dell'heritage, ma ho lavorato per interpretarlo in un modo che mi rappresenti, contemporaneo, con una mia visione di moda che è italiana e non francese".<sup>24</sup>

Anche il confronto con l'istituzione francese è per Chiuri un modo di esplorare il suo ruolo come direttrice creativa. La lettura dell'identità del marchio in relazione al fenomeno nazionale di costruzione dell'identità della moda francese influisce sulle politiche di gestione del patrimonio di Dior, del modo in cui viene comunicato e dell'attenzione posta a preservarlo. Queste riflessioni nascono dalla comparazione tra le passate esperienze e la formazione di Chiuri e le industrie in cui questi fenomeni sono inseriti:

La moda francese si è sviluppata molto prima di quella italiana con l'alta moda ed è legata alla figura del couturier (che i francesi avvicinano a quella di un artista), l'italiana si è sviluppata alla fine dei Settanta con l'industria, è vicina all'*industrial design*. Sono realtà completamente diverse. La moda non è uguale in tutti i paesi, un marchio non è uguale all'altro.<sup>25</sup>

Nel primo episodio del podcast "Sailor. Anatomia del corpo attraverso la moda", registrato nel 2023, la direttrice creativa riprende questo tema e lo amplia condividendo i suoi pensieri rispetto al differente contesto in cui la moda si posiziona nel panorama culturale francese:

Credo che noi italiani abbiamo avuto una sorta di complesso, rispetto a un'idea della moda di matrice francese, al mito

24. Valeria Palermi, Maria Grazia Chiuri, *op. cit.*, p. 69.

25. Maria Luisa Frisa, "L'indicibile fortuna dell'essere donna. Una conversazione con Maria Grazia Chiuri" in *Flash Art*, 22 luglio 2020, ultimo accesso 9 agosto 2022: <https://flash---art.it/article/maria-grazia-chiuri/>



↑ In una sezione della Galerie Dior, ritratti, immagini dei direttori creativi al lavoro, gennaio 2023. Foto dell'autore.

del creatore come artista, disinteressato ai metodi produttivi della sua 'arte'. In qualche modo questo complesso non ci ha permesso di promuovere in modo adeguato il valore dell'identità italiana del fashion designer. Ho capito solo recentemente, anche nel confronto con la Francia, che semplicemente sono storie diverse.<sup>26</sup>

Il rapporto di Chiuri con l'archivio e con il patrimonio di Dior è mediato quindi anche dal modo in cui la stessa istituzione gestisce la propria storia. La lettura di Chiuri non interviene radicalmente sull'immaginario della *maison*, ma si inserisce come una voce aggiuntiva in una storia più grande. Chiuri interviene che la consapevolezza che il suo punto di vista individuale è continuamente in rapporto sia con quello dei direttori creativi che la hanno preceduta, che con quella costruzione che viene messa in atto dal brand quando si racconta e viene raccontato:

Il mio modo di progettare è italiano nella capacità di tenere insieme le ragioni della creatività con quelle dell'industria. Quando sono arrivata a Dior, pur inserendomi in una struttura profondamente francese, ho cercato di mediare. Dior non è un'entità univoca, monolitica: in settant'anni di storia ha avuto designer diversi sia per formazione che per nazionalità, che si sono rapportati al brand attraverso punti di vista differenti.<sup>27</sup>

Il lavoro dei direttori creativi precedenti è infatti un altro aspetto della mitologia di Dior con cui Chiuri si deve inevitabilmente confrontare. La sua è una voce critica che permette di guardare ai diversi contributi a questa storia, evidenziando lasciti, individuando nuovi codici e quelle narrazioni che ancora permeano nella cultura del presente e rendono riconoscibile Dior al suo pubblico:

Il mio approccio curatoriale rispetto al brand è dipeso anche dalla consapevolezza di averlo percepito dall'esterno come un puzzle composto dalle diverse personalità che avevano contribuito a costruire la notorietà del marchio. Proprio da quel puzzle deriva la mia personale visione di Dior.<sup>28</sup>

26. Maria Luisa Frisa, Chiara Tagliaferri, "Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda", episodio 1: Maria Grazia Chiuri, prodotto da Storielibere in collaborazione con Camera Nazionale della Moda: <https://storielibere.fm/sailor/>

27. *Ibid.*

28. Maria Luisa Frisa, "L'indicibile fortuna dell'essere donna. Una conversazione con Maria Grazia Chiuri", cit.

Rispetto al rapporto con il contributo dei direttori creativi precedenti, Chiuri racconta le affinità individuate con il loro lavoro, come nel caso di Marc Bohan. In un post pubblicato sulla sua pagina Instagram il 23 settembre 2023, per esempio, Chiuri scrive:

My adolescence and youth were accompanied by the creations of Marc Bohan for Dior. He was a great innovator who succeeded in infusing a charismatic House such as Dior with all the vitality of the Sixties, fully reflecting the spirit of the times. [...] When I arrived at Dior, I studied his work a lot and he inspired many collections, including one with feminist artist Niki de Saint Phalle, who was one of his great friends.<sup>29</sup>

Decidendo di non ignorare il contributo dei direttori creativi precedenti ma di procedere con la consapevolezza di come sia altrettanto servito a costruire l'identità con cui Dior si presenta nel presente, nella sua posizione Chiuri racconta che ha dovuto quindi dialogare non solo con il pubblico e i clienti, ma anche con la stessa istituzione Dior per spiegare come i codici che l'istituzione identifica e utilizza per parlare della sua storia non tenessero conto di diversi elementi:

[...] a partire dall'aspetto storico: per me è stato affascinante e utile lavorare alle esposizioni dei vari designer che si sono succeduti in Dior, perché insieme all'evoluzione del marchio con Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano, ho potuto ripercorrere la storia della moda e vedere con chiarezza l'evoluzione delle donne.<sup>30</sup>

### IV.3 Bar Suit

Il rapporto che Chiuri instaura con i diversi heritage di Dior, le narrazioni create e promosse dai suoi autori, è mediato anche dai materiali conservati nell'archivio della *maison*, che la direttrice creativa studia non solo per trarre soluzioni tecniche, idee o ispirazione per le sue collezioni, ma per formare un'idea critica su Dior e il rapporto con i diversi tempi in cui la sua storia si è svolta.

Il primo oggetto che Maria Grazia Chiuri chiede di poter visionare in archivio è la giacca del completo *Bar*, ideata da Christian Dior nel 1947 ed diventata il codice più

29. Dalla pagina Instagram di Maria Grazia Chiuri @mariagraziachiuri, 8 settembre 2023, ultimo accesso 20 settembre 2023: <https://www.instagram.com/p/Cw7zQ04oNQj/>

30. Valeria Palermi, Maria Grazia Chiuri, *op. cit.*, pp. 69 - 70.

significativo per Dior, di cui vuole studiare la particolare costruzione.<sup>31</sup> Il completo viene presentato nella prima collezione progettata dal couturier francese dopo aver aperto la sua maison in Avenue George V nel 1946 con il sostegno dell'industriale tessile Marcel Boussac. Presentata l'anno successivo, venne ribattezzata dalla stampa come il *New Look* e divenne un simbolo della rinascita post-bellica del paese e dell'industria della moda.<sup>32</sup> Le ampie gonne di tessuto e le giacche con bustini strutturati non solo rivoluzionarono le forme della moda del tempo, ma contribuirono anche a risollevare le sorti dell'industria francese, riaffermando Parigi come capitale della moda. Il completo *Bar*, presentato nella collezione, è uno dei simboli di questa rivoluzione, che segna l'abbandono delle restrizioni imposte dalla guerra per il recupero di un modo di vestire caratterizzato dall'abbondante uso di tessuti a da una linea che sottolinea le forme femminili: "Significantly, Dior made the bounty of material evident using the obvious contradiction between disciplined shaping and profligate draping. He was creating a molded upper body tapering down to a caricature like corseted waist. Dresses and suits flare directly from the waist, enhancing its fabled thinness".<sup>33</sup> Il completo, di cui una replica è esposta nelle sale de La Galerie Dior, è composto da una rigida giacca in shantung di seta ecrú con baschina e un'ampia gonna a pieghe in lana nera.

"The style which was universally hailed as new and original was nothing but the sincere and natural expression of a fashion which I have always sought to achieve" scrive Christian Dior nella sua autobiografia.<sup>34</sup> Diventato uno dei codici del marchio, la silhouette è stata ripresa e progettata nel lavoro dei direttori creativi della *maison* parigina. Marc Bohan l'ha per esempio riprodotta nella collezione *haute couture* primavera/estate 1987, per il quarantesimo anniversario di Dior, mentre Galliano, mostrando durante un'intervista l'esemplare conservato in archivio, lo descrive come: "A revolution. [...] This beautiful jacket, soft draped bosom, tiny tiny waist and slightly accentuated hips was all the rage. Worn over this full pleated skirt. Which caused a scandal".<sup>35</sup> Raf Simons la reimmagina "as a sensual cross between a dress and a jacket".<sup>36</sup> Anche Kim Jones, direttore creativo di Dior Homme dal 2018, ha trasposto i tagli della giacca nelle giacche maschili della collezione autunno/inverno 2022, che celebra il lavoro del fondatore della maison.<sup>37</sup>

31. Liam Freeman, "Dior AI 19: Intervista con Maria Grazia Chiuri", in *Vogue*, 26 febbraio 2019, ultimo accesso 20 settembre 2023: <https://www.vogue.it/moda/article/paris-fashion-week-autunno-inverno-19-intervista-dior-maria-grazia-chiuri>

32. Harold Koda, Richard Martin, *Christian Dior* (catalogo della mostra, *Christian Dior*, New York, Metropolitan Museum of Art, 12 dicembre 1996 - 23 marzo 1997), New York: Metropolitan Museum of Art, 1996, p. 13.

33. Harold Koda, Richard Martin, *Christian Dior*, cit., p. 20.

34. Christian Dior, *Christian Dior and I*, trad. Antonia Fraser, New York: E.P. Dutton & Company Inc, 1957, p. 45.

35. *John Galliano: on some of his creations for the House of Dior*, pubblicato sul canale YouTube di soued, 8 luglio 2011, ultimo accesso 11 agosto 2022: <https://www.youtube.com/watch?v=JgRAgvWpdhs>

36. Silvano Mendes, Nick Rees-Roberts, "New French Luxury", cit, p. 64.

37. *Remaking the 'Bar' jacket for Dior Men's Winter 2022-2023*, pubblicato sul canale YouTube di Christian Dior, 22 gennaio 2022, ultimo accesso 30 gennaio 2022: <https://www.youtube.com/watch?v=19tPA5DMV2I>



La silhouette del completo *Bar* è simbolica dell'idea di corpo femminile che Dior ha promosso nel suo tempo e che continua a riflettersi nelle creazioni dei direttori creativi che fanno riferimento a questo codice. Elevata a simbolo della *maison*, la silhouette continua a evocare un corpo che appartiene al contesto storico degli anni Cinquanta, e la cui riproposizione cristallizza il corpo della donna in un passato ideale, e non permette di riconoscere i cambiamenti sociali e culturali di cui è stato soggetto. In conversazione con il giornalista Alexander Fury per *Another Magazine* nel 2017, Chiuri riflette sulla visione delle donne di Christian Dior: "The women of the 50s are not the women of now. You can't speak the same language. I can't speak like Monsieur Dior: 'Women are like flowers.'" Chiuri breaks into loud laughter that rings, heretically, through the house of Dior. "Honestly, can you imagine me saying that? Please!".<sup>38</sup>

Confrontandosi con questo oggetto, Chiuri riflette sul corpo femminile e su come il marchio francese e i suoi predecessori lo hanno interpretato. Se il *New Look* è il simbolo della rinascita del dopoguerra, Chiuri ribadisce la necessità di intervenire sulla ricostruzione della silhouette per adattarla al presente: "[...] i corpi si fanno diversi, cambiano. Non vedevo nel brand il concetto di mutamento, c'era invece un aspetto troppo statico, per me. Se vuoi una riproduzione storica basta usare l'archivio".<sup>39</sup>

Proprio osservando l'oggetto, la sua costruzione sartoriale e le sue misure, Chiuri riflette sia sul rapporto con la replica e la riproposizione dei modelli dell'archivio, discutendo l'utilità del rapporto con gli oggetti per sviluppare nuove idee e letture e costruirne nuove interpretazioni utili a raccontare meglio la storia di Dior in rapporto non solo al linguaggio, ma anche ai corpi del presente:

'It didn't even fit on our model. Sometimes we have this image of it being so elegant, and it was also because after the war there was no food!' She laughs, before returning to a thoughtful state. 'You realise immediately it is too difficult to propose something that is so close to the original. You have to use your imagination — not to look directly at the original, but your memory, because you can trust yourself to fall into something that is more contemporary'.<sup>40</sup>

38. Alexander Fury, "We need to speak about women": Maria Grazia Chiuri on Dior", in *Another Magazine*, 26 settembre 2017, ultimo accesso 24 novembre 2023: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/10200/we-need-to-speak-about-women-maria-grazia-chiuri-on-dior>

39. Valeria Palermi, Maria Grazia Chiuri, *op. cit.*, p. 72

40. Osman Ahmed, "Inside Dior's unseen archive with Maria Grazia Chiuri", in *Business of Fashion*, 12 febbraio 2017, ultimo accesso 17 settembre 2021: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/marking-70-years-of-dior-with-a-new-strategic-archive>



↑ La *Bar Suit*, replica esposta nella Galerie Dior, gennaio 2023. Foto dell'autore.

La giacca *Bar* diventa un oggetto evocativo, dimostrando con il modo con cui Chiuri si confronta con questo oggetto risponda alle domande e agli esempi proposti dalla sociologa Sherry Turkle, quando si chiede “What makes an object evocative?”.<sup>41</sup> Per Turkle, sono evocativi quegli oggetti che aiutano a ragionare su concetti astratti, come la memoria, la nostalgia e il lutto, o che aiutano a familiarizzare con una teoria, sulla base, anche, delle loro componenti strutturali e materiali.<sup>42</sup> Questa qualità è innata di ogni oggetto e ogni oggetto risponde e crea relazioni diverse con chi interagisce, influenzato dal tempo, dal luogo e dalle differenze individuali. La costruzione sartoriale della giacca del completo, con la sua vita stretta e la baschina rigida, sollecita il pensiero di Chiuri, che si traduce in una interpretazione del ruolo della silhouette nella storia del marchio e dell’idea di corpo che abita quella forma. La conoscenza è mediata anche dalla sua individualità - è l’esperienza di essere donna che a sua volta permette di sviluppare un pensiero rispetto al modo in cui la giacca entra in relazione con la rappresentazione dell’idea di femminilità di Dior. Questi elementi diventano *incipit* progettuali che Chiuri utilizza per formulare la sua posizione rispetto all’heritage di Dior.

La silhouette *Bar* è stata quindi tradotta da Chiuri in diverse interpretazioni ed è un elemento che si ripete costantemente nelle collezioni presentate dalla direttrice creativa. Rileggendo la costruzione, Chiuri trova il modo personale di mantenere presente la linea immaginata di Dior nella forma e nel linguaggio contemporaneo. Il confronto con i capi d’archivio porta a sviluppare anche due diversi elementi nella collezione primavera-estate 2017. In primo luogo, osservando la costruzione di questi capi, Chiuri introduce, tra i pezzi delle sue collezioni, il corsetto:

Mi è venuta l’idea anche guardando l’archivio di Dior, perché in realtà i vestiti di Dior sono tutti composti da due parti, in realtà la parte sopra è staccata dalla parte sotto, anche se non è visibile. Ma questo lui l’aveva fatto per motivi di peso, perché ovviamente le sue gonne erano talmente ampie che lui doveva per forza ancorarle alla vita e il corsetto era semplicemente infilato dentro. È stata l’idea di continuare con questa tradizione della casa e ho trovato che il fatto di utilizzarlo con le gonne e anziché dei pantaloni lo rendeva in qualche modo più contemporaneo.<sup>43</sup>

41. Sherry Turkle, “What makes an object evocative?”, in Turkle, Sherry (a cura di), *Evocative Objects. Things We Think With*, Cambridge: The MIT Press, 2007, p. 307.

42. *Ibid.*

43. Maria Luisa Frisa, Chiara Tagliaferri, “Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda”, episodio 1: Maria Grazia Chiuri, prodotto da Storielibere in collaborazione con Camera Nazionale della Moda: <https://storielibere.fm/sailor/>

L’altro modo in cui traduce la silhouette nella sua prima collezione segna il punto di vista critico che Chiuri introduce nella maison francese. Per la collezione primavera/estate 2017, Chiuri ricostruisce l’iconica silhouette di Dior con una t-shirt bianca indossata assieme a un’ampia gonna in tulle di seta ricamata. Sulla t-shirt è stampato il titolo del saggio pubblicato nel 2014 dalla scrittrice e attivista nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, *We should all be feminist*.<sup>44</sup> Lo statement è esemplare di quello che Chiuri chiama in un’altra t-shirt la “Dio(r)evolution” - “la rivoluzione di Dior” - e che Chiuri mette a fuoco nel dialogo con la scrittrice. La frase è programmatica dell’impostazione del progetto di direzione creativa di Maria Grazia Chiuri per Dior. Ricorda il suo punto di vista e la sua lettura dell’heritage di Dior come prima direttrice creativa donna del marchio, e svela la collaborazione con teoriche e attiviste nel suo utilizzo dei riferimenti femministi.

#### IV.4 Dialogo con le artiste

Il punto di vista curatoriale con cui Chiuri affronta l’heritage di Dior viene alimentato dal continuo dialogo con le autrici e artiste femministe che la direttrice creativa invita alla progettazione e presentazione delle sue collezioni. Questo dialogo prende forma sia nella lettura e nella citazione dei testi che Chiuri incontra nel suo studio personale, che con l’incontro e la collaborazione con le artiste, che si risolve nella creazione di oggetti speciali, o a cui viene affidata la realizzazione delle scenografie delle sfilate delle linee *prêt-à-porter* e alta moda delle collezioni donna di Dior.

Già i precedenti direttori creativi di Dior avevano coinvolto degli artisti a collaborare nella progettazione di oggetti o collezioni speciali. Chiuri cita il caso di Marc Bohan e l’artista Niki de Saint Phalle.<sup>45</sup> Raf Simons riproduce i dipinti dell’artista Sterling Ruby stampandoli su seta per la sua prima collezione alta moda per la *maison* francese, autunno/inverno 2012, mentre per la collezione autunno/inverno 2013 collabora con la Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, individuando disegni dell’artista americano che sono stati riprodotti come stampe e ricami su borse e bustini.<sup>46</sup> Per Nick Rees-Roberts, questo tipo di collaborazioni hanno permesso a Raf Simons di sviluppare il personale interesse nell’arte creando un ulteriore punto di contatto con la storia di Dior, mettendo “the fashion house into renewed dialogue with artistic creation – Christian Dior was himself an accomplished art collector and gallery owner – while allowing Simons to develop his personal interest in mid-century design and his activities as a private collector of contemporary art”.<sup>47</sup>

44. Chimamanda Ngozi Adichie, *We should all be feminist*, New York: Harper Collins, 2014.

45. Dalla pagina Instagram di Maria Grazia Chiuri @mariagraziachiuri, 8 settembre 2023, ultimo accesso 20 settembre 2023: <https://www.instagram.com/p/Cw7zQ04oNQj/>

46. Silvano Mendes, Nick Rees-Roberts, Nick, cit., p. 64.

47. *Ibid.*



↑ La t-shirt con lo statement “We should all be feminist”, parte della collezione primavera/estate 2017 di Christian Dior. Foto Dior.

La prima interlocutrice di Maria Grazia Chiuri è la scrittrice nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, che nel 2014 aveva pubblicato il breve saggio *We Should All Be Feminists*, che adattava un *talk* realizzato per la piattaforma Tedx l'anno precedente.<sup>48</sup> Nel saggio, la scrittrice argomenta il significato che il termine femminismo ha acquisito nel contesto contemporaneo e chiarisce la necessità di adottare un punto di vista femminista esteso e inclusivo, che guardi al riconoscimento della parità dei diritti delle donne e non al capovolgimento dei ruoli di genere nella società.<sup>49</sup> Per Chiuri, il punto di vista di Adichie la aiuta a mettere a fuoco la sua visione per Dior:

Per l'ala radicale sembrava impossibile conciliare l'essere femminista con il fare moda. Leggere Chimamanda Ngozi Adichie, e poi entrare in contatto con lei, è stato cruciale per me: lei veniva da tutt'altro mondo, non sapeva neanche lontanamente cosa fosse la moda nel suo essere sistema, però aveva un linguaggio estremamente efficace e parlava delle donne anche in modo divertente.<sup>50</sup>

Un'altra autrice che Chiuri cita in una delle t-shirt da lei progettate è Linda Nochlin. Il look che apre la collezione *ready-to-wear* primavera/estate 2018, indossato dalla modella Sasha Pirovanova, è composto da un paio di jeans e una maglia a righe con stampato il titolo del famoso saggio pubblicato dalla storica dell'arte Linda Nochlin nel 1971: *Why Have There Been No Great Women Artists?*

Oltre a citare frasi e titoli dei saggi che hanno influito nel formare il suo pensiero, per le collezioni successive Chiuri coinvolge le sue interlocutrici a progettare le scenografie delle sue sfilate o a creare alcuni oggetti. L'artista italiana Marinella Senatore, per esempio, ha creato la scenografia per la collezione *resort* 2021 presentata a Lecce, composta da una grande architettura di luminarie colorate che riportano frasi come “La differenza per le donne sono millenni di assenza dalla storia”.<sup>51</sup> L'artista statunitense Judy Chicago, invece, crea l'installazione “The Female Divine”, composta da ventuno drappi ricamati con domande che articolano

48. *We should all be feminists* | Chimamanda Ngozi Adichie | TEDxEuston, Dal canale di Tedx Talk, pubblicato il 12 aprile 2013, ultimo accesso 23 aprile 2024: [https://www.youtube.com/watch?v=hg3umXU\\_qWc](https://www.youtube.com/watch?v=hg3umXU_qWc)

49. Chimamanda Ngozi Adichie, *op. cit.*

50. Maria Luisa Frisa, Chiara Tagliaferri, “Sailor. Anatomie del corpo attraverso la moda”, episodio 1: Maria Grazia Chiuri, prodotto da Storielibere in collaborazione con Camera Nazionale della Moda: <https://storielibere.fm/sailor/>

51. Matilde Manicardi, “Dior sfilata a Lecce e celebra il Salento con la nuova collezione e con Marinella Senatore”, in *Exibart*, 24 luglio 2020, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.exibart.com/moda/dior-sfilata-a-lecce-e-celebra-il-salento-con-la-nuova-collezione-cruise-2021-e-con-un-opera-di-marinella-senatore/>



una riflessione centrale: “What If Women Ruled the World?”.<sup>52</sup> Inoltre, adatta tre dei suoi dipinti per creare le stampe di tre edizioni speciali della borsa *Lady Dior*. L’artista Penny Slinger progetta la scenografia della sfilata *haute couture* autunno/inverno 2019, trasformando la sede del numero 30 di Avenue Montaigne attraverso la proiezione di elementi naturali tratti dalle due fotografie.<sup>53</sup> Slinger progetta anche uno dei look della collezione, una replica del palazzo di Avenue Montaigne, sede degli *atelier* di Dior, ricoperto in foglia d’oro.<sup>54</sup> Per la collezione *cruise* 2020, presentata a Marrakech, Chiuri collabora con la designer Grace Wales Bonner e con la fabbrica e atelier ivoriano Uniwax, con l’aiuto dell’antropologa e curatrice Anne Grosfilley, che ha dedicato il suoi studi alla produzione tessile e alla moda africana.<sup>55</sup> Diversi progetti sono invece realizzati con la collaborazione della Chanakya Foundation di Chanakya School of Craft, fondata da Karishma Swali, che aiuta a tradurre il lavoro delle artiste coinvolte in opere di grandi dimensioni, utilizzando diverse tecniche di ricamo tradizionale per costruire le scenografie delle sfilate. Questi lavori vengono realizzati anche grazie alla mediazione delle curatrici Paola Ugolini e Maria Alicata, come per la sfilata della collezione alta moda autunno/inverno 2023, creata dall’artista italiana Marta Roberti.<sup>56</sup> Le autrici con cui collabora non sono solo solamente figure centrali o popolari nel sistema contemporaneo dell’arte, ma con l’aiuto delle curatrici Chiuri ricerca nomi il cui lavoro, che ha segnato nel tempo un contributo importante nella storia dell’arte, non ha sempre avuto riscontro nel panorama internazionale, come quello dell’artista italiana Tomaso Binga, che ha realizzato l’allestimento della sfilata autunno-inverno 2018.<sup>57</sup> Queste figure, con le quali è potuta entrare in contatto anche grazie al supporto della *maison*, sono indispensabili, spiega Chiuri, per aiutare a definire il suo lavoro per Dior:

Il confronto con gli altri alimenta la mia creatività. [...] È la scoperta degli altri, anche perché pensare che la moda oggi sia solo fare bellissimi abiti, bellissimi oggetti, è riduttivo. La moda è assolutamente anche questo, ma credo che debba comunque nascere da un dialogo inclusivo e interdisciplinare,

52. Alice Cavanagh, “Inside Judy Chicago’s Monumental Goddess Sculpture for Dior”, in *The New York Times Style Magazine*, 20 gennaio 2020, ultimo accesso 26 aprile 2024: <https://www.nytimes.com/2020/01/20/t-magazine/dior-judy-chicago.html>

53. Daisy Woodward, “Penny Slinger: The Radical British Artist Who’s Just Collaborated with Dior”, in *Another Magazine*, 2 luglio 2019, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/11797/penny-slinger-the-radical-british-artist-who-s-just-collaborated-with-dior>

54. “Penny Slinger collaboration for Dior Autumn-Winter 2019-2020 Haute Couture collection”, dal canale YouTube di Christian Dior, 6 luglio 2019, ultimo accesso 24 aprile 2024: <https://www.youtube.com/watch?v=kV13jLEKfq8>

55. Dalla pagina web di Dior, “La collezione crociera 2020”, ultimo accesso 23 aprile 2024: [https://www.dior.com/it\\_it/fashion/moda-donna/folder-campagna/la-campagna-crociera-2020](https://www.dior.com/it_it/fashion/moda-donna/folder-campagna/la-campagna-crociera-2020)

56. Dalla pagina web di Dior, “Un nuovo mondo”, ultimo accesso 23 aprile 2024: [https://www.dior.com/it\\_it/fashion/moda-donna/sfilate-haute-couture/folder-defile-haute-couture-automne-hiver-2023-2024/un-nuovo-mondo](https://www.dior.com/it_it/fashion/moda-donna/sfilate-haute-couture/folder-defile-haute-couture-automne-hiver-2023-2024/un-nuovo-mondo)

57. Tim Blanks, “Dior’s Rebel Spirit”, in *The Business of Fashion*, 27 febbraio 2019, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.businessoffashion.com/reviews/fashion-week/diors-rebel-spirit/>

perché la moda parla del nostro tempo e della nostra società. Desideravo lavorare con una serie di artiste da un po’, ma non era mai stato possibile: queste collaborazioni sono impegnative a tutti i livelli. In Dior, finalmente, questo può accadere.<sup>58</sup>

Le artiste coinvolte aiutano l’artista anche a mettere a fuoco riflessioni personali, riconoscendo nell’arte un linguaggio capace di evidenziare temi e costruire messaggi che dialogano e amplificano quelli della moda. Lo spiega per esempio raccontando come ha coinvolto il collettivo Claire Fontaine, fondato a Parigi dagli artisti Fulvia Cardinale e James Thornhill, per la collezione *ready-to-wear* autunno/inverno 2020:

Avevo visto un loro lavoro – realizzato a partire dagli scritti di Carla Lonzi – che dalla militanza nell’arte passava, con radicalità, a quella femminista nella mostra “Corpo a Corpo” alla Galleria Nazionale d’Arte Moderna a Roma (2017). Così, mentre stavo lavorando all’ultima collezione - una sorta di diario visivo della mia formazione in cui anche Carla Lonzi ha un ruolo importante - mi è tornato in mente quel lavoro “Io dico io” (1977) di Lonzi è diventato il titolo della sfilata [...].<sup>59</sup>

La collaborazione risulta nella costruzione della scenografia della sfilata, che la direttrice creativa descrive non come uno sfondo, ma come un’opera immersiva di grande impatto:

Il set della sfilata era un’opera immersiva, non lo sfondo di una collezione. La passerella sembrava annullata, il pavimento era fatto di pagine di giornale [...] e le scritte al neon di colori diversi come “We Are All Clitoridian Women”, piovute dal soffitto, misuravano lo spazio. Non mi sono neppure resa conto di quanto la congiunzione delle due cose potesse essere sfidante.<sup>60</sup>

Queste collaborazioni risultano in un processo autocritico che permette alla direttrice creativa di analizzare il sistema della moda e il suo ruolo in esso. Adottando questi punti di vista, Chiuri agisce consapevolmente in dialogo con un sistema che è stato spesso oggetto di critiche da parte di diverse correnti del femminismo. Con

58. Maria Luisa Frisa, “L’indicibile fortuna dell’essere donna. Una conversazione con Maria Grazia Chiuri”, cit.

59. Maria Luisa Frisa, “L’indicibile fortuna dell’essere donna. Una conversazione con Maria Grazia Chiuri”, cit.

60. *Ibid.*



↑ La scenografia della collezione autunno/inverno 2020 realizzata dal collettivo Claire Fontaine. Foto di Claire Fontaine.

l'artista inglese Tracey Emin, Chiuri racconta di aver riflettuto sul ruolo della moda nella creazione di stereotipi:

La prima conversazione che ho avuto con lei è stata su quanto la moda fosse produttrice di stereotipi. Probabilmente non siamo stati abbastanza vigili, io per prima. Non ci siamo resi conto di promuovere e incentivare dei precisi modelli, diametralmente opposti alla ragione per cui amavamo la moda, che per noi era libertà di espressione e rappresentazione di sé. Istantivamente, sentivo che certe cose non funzionavano ma solo più tardi ho capito il perché, o quanto meno l'ho razionalizzato. Per questo sono fondamentali i dialoghi con le artiste femministe, perché loro su certi argomenti hanno riflettuto e lavorato tanto.<sup>61</sup>

Questo processo curatoriale viene svelato anche nelle foto dei *moodboard* che Chiuri pubblica sulla sua pagina instagram, che svelano letture che guidano il suo lavoro. Come nel caso della fotografia dove vengono mostrati i riferimenti per la collezione primavera/estate 2024, e che includono testi di Silvia Federici, Paul B. Preciado, Michela Zucca.<sup>62</sup>

Con l'individuazione di artiste il cui lavoro possa aiutare ad arricchire, chiarire e approfondire la sua lettura di Dior, Chiuri costruisce un'interessante metodologia per entrare in relazione con l'heritage di Dior. In questo esercizio di rilettura, che si muove attraverso le diverse lenti fornite dalle autrici con cui entra in dialogo, può essere individuato un esempio di conciliazione interdisciplinare tra il campo teorico della critica femminista e della progettazione di moda, creando una relazione tra le teoriche e le artiste e l'istituzione francese per cui lavora. Questi riferimenti vengono utilizzati per attraversare la storia e i codici di Dior, coinvolgendo il lavoro del suo fondatore, tanto quello degli altri direttori creativi. Ogni artista e teorica propone un'idea di femminismo individuale, che aiuta a rileggere diversi aspetti del patrimonio di Dior nelle molte diramazioni in cui si sviluppa la sua storia. Il *fashion show* diventa uno spazio e un momento in cui porre a contesto la collezione non solo come l'insieme di una serie di oggetti e il risultato di una narrazione, ma anche come un prodotto culturale che mette a fuoco un discorso o un'analisi costruita dalla designer in dialogo con le diverse voci che coinvolge ogni stagione, ponendo l'heritage Dior in un campo critico più ampio e facendolo rispondere

61. *Ibid.*

62. Dalla pagina Instagram di Maria Grazia Chiuri, @mariagraziachiuri, post pubblicato il 25 settembre 2023, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.instagram.com/p/CxnWgKML46D/>

alle riflessioni di artisti e autrici con cui ha condiviso il tempo. L'evento inoltre iscrive nella storia di Dior i nomi delle collaboratrici, alimentando i punti di vista femminili che intersecano e rileggono il patrimonio culturale di Dior.

Nel saggio scritto per *Grazia*, Chiuri spiega come il suo approccio al design sia una risposta ai suoi interessi e obiettivi che scaturiscono, in primo luogo, dal suo essere donna:

Coming face-to-face every day with the definition of femininity that Dior represents and has defined over the years is a complex job, and one that I strive to do while always bearing in mind my interests and goals. Interests and goals which stem from who I am, from my personal history and the way I approach my work as a fashion designer: first and foremost as a woman.<sup>63</sup>

# Capitolo V

## Virgil Abloh “Sampling”

63. Maria Grazia Chiuri, “What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?”, *op. cit.*



The devices on these pages have different sorts of sentimental value but none more so than the archive box. As much as we're in the digital age, that one box had some sort of collective quality in random things that I just always knew not to throw away. [...] Those things that get tucked away are the things that I remember the most. The fundamental things: the sketchbooks from when I was a teenager in high school and college, the first portfolio, a number of sketches. They were all in this one box in one of my storage units.<sup>1</sup>

1. "Checklist of the exhibition", in Michael Darling, *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, (catalogo della mostra, Museum of Contemporary Art Chicago 10 giugno - 22 settembre 2019), Monaco - New York: DelMonico Books - Prestel, 2019, p. 153.

Definire Virgil Abloh un *fashion designer* non permette di restituire le diverse attività a cui si è dedicato. Il curatore Michael Darling, nell'introduzione al catalogo della mostra *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, (Museum of Contemporary Art Chicago, 10 giugno - 22 settembre 2019) dedicata al lavoro di Abloh, scrive che si potrebbe parlare dell'arco della sua carriera come di un "meta conceptual art project, where a black kid from suburban Chicago maps a plan to take over the creative direction of one of the most storied brands of French luxury [...]".<sup>2</sup> Figlio di immigrati ghanesi trasferitisi negli Stati Uniti negli anni Settanta, Abloh studia ingegneria e completa la sua istruzione con un master in architettura all'Illinois Institute of Technology. Durante gli anni di studio inizia ad esplorare altri interessi come la musica, il *deejaying*, la grafica e la progettazione di moda. Le sue esperienze lo portano a collaborare con il rapper Kanye West - fino a diventare direttore creativo di DONDA, compagnia di consulenze fondata West - e a fondare, nel 2012, Pyrex Vision, sperimentale brand di *streetwear* che Abloh rinomina, l'anno successivo, Off-White™. Come *guest designer* progetta delle collezioni per il marchio americano Hood by Air (2013 - 2014), e con i marchi di sneakers Nike (2017 - 2021) e Converse (2017 - 2018), e collabora a una linea di arredamento con il brand svedese IKEA (2019). Nel 2018 diventa direttore artistico della linea maschile di Louis Vuitton, posizione che ricopre fino al 2021, anno della sua scomparsa.

Diversamente dai due casi precedenti, che analizzano il lavoro di due direttori creativi per due marchi, questo attraversa le diverse attività di Abloh nella moda, facendo riferimento alle pratiche progettuali di cui Abloh spiega in diverse occasioni, tra cui la lezione "Insert complicated title here" tenuta alla Harvard School of Design nel 2017, un anno prima di cominciare la sua esperienza da Louis Vuitton. Tra queste, il capitolo affronta quello che il designer americano chiama "approccio del 3%", osservando in particolare il lavoro per Nike e il confronto con l'heritage del brand di *sneakers*, sviluppando un confronto tra il processo di *sampling*, la musica e le riflessioni del teorico Nicolas Bourriaud. Inoltre vengono esaminati gli archivi e i database creati da Abloh per organizzare e condividere il suo lavoro, esaminando in particolare il progetto "10.000 hours" pubblicato nel catalogo della mostra *Virgil Abloh: "Figures of speech"*. L'ultimo paragrafo si concentra invece sui vocabolari che Abloh compila per le note delle sue sfilate per Louis Vuitton, per approfondire non solo il contributo del direttore creativo all'heritage di Vuitton ma anche come Abloh affronti il tema della propria identità afroamericana nel contesto della maison lusso francese.

2. Michael Darling, "Virgil Abloh: 'Figures of speech'" in Michael Darling, *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, cit., p. 9.

## V.1 Scorciatoia: Approccio del 3%

Secondo Virgil Abloh basta modificare il 3% di un oggetto per produrne uno nuovo. Questa regola fa parte del dna progettuale del designer, che viene spiegato durante la lezione tenuta alla Harvard Graduate School of Design il 26 ottobre 2017, mostrando uno dei prototipi della collezione disegnata per Nike lo stesso anno: “Right now I’m only interested in editing something 3 percent from its original form. I’m tired. I might be too old. I find things are intriguing to be when they’re slightly edited, like these shoes”.<sup>3</sup>

La trascrizione della lezione, pubblicata interamente sul canale YouTube della Harvard Graduate School of Design<sup>4</sup>, gli interventi del pubblico e le slides condivise da Abloh sono raccolte in un volume edito da Sternberg Press per la serie “The incidents”, che raccoglie le conversazioni avvenute nella serie di incontri organizzata della scuola di Harvard.<sup>5</sup> La lezione viene presentata da Oana Stănescu, docente e designer che con la sua azienda Family New York aveva in precedenza collaborato con Abloh, tra gli altri progetti, alla realizzazione del negozio di Off-White™ a Hong Kong, e si sofferma sui diversi progetti del designer americano, dalle collaborazioni con Nike a quella con il brand svedese Ikea, fino alla preparazione della collezione primavera/estate 2018 di Off-White™.

Per il designer, l’intervento è l’occasione per condividere indicazioni per le scorciatoie che gli studenti possono prendere per formare la propria identità creativa e professionale. Lui le ha scoperte, spiega, studiando “super practical things”<sup>6</sup> come ingegneria e architettura, e le mette a disposizione degli studenti sotto forma di esortazioni e domande a cui trovare una risposta personale, che durante la presentazione vengono trasmesse su delle slides con un testo giallo su fondo rosso. Ricorrendo al linguaggio dei videogiochi, Abloh le chiama anche “cheat codes”<sup>7</sup>, passwords o sequenze di codici o azioni che permettono di ottenere funzioni inaspettate e di avanzare nel gioco, appunto, imbrogliando.

Le scorciatoie sono cinque: “What’s your signature”, “Question your mentor”, “1 Renaissance, 2 Renaissance to Neoclassicism, 3 Romanticism, 4 Romanticism to Modern Art, 5 Modern art, 6 Contemporary art, 6a ‘Streetwear’, “Make analogies see if they work” e “Yourself here”. La prima invita gli studenti a riflettere sul

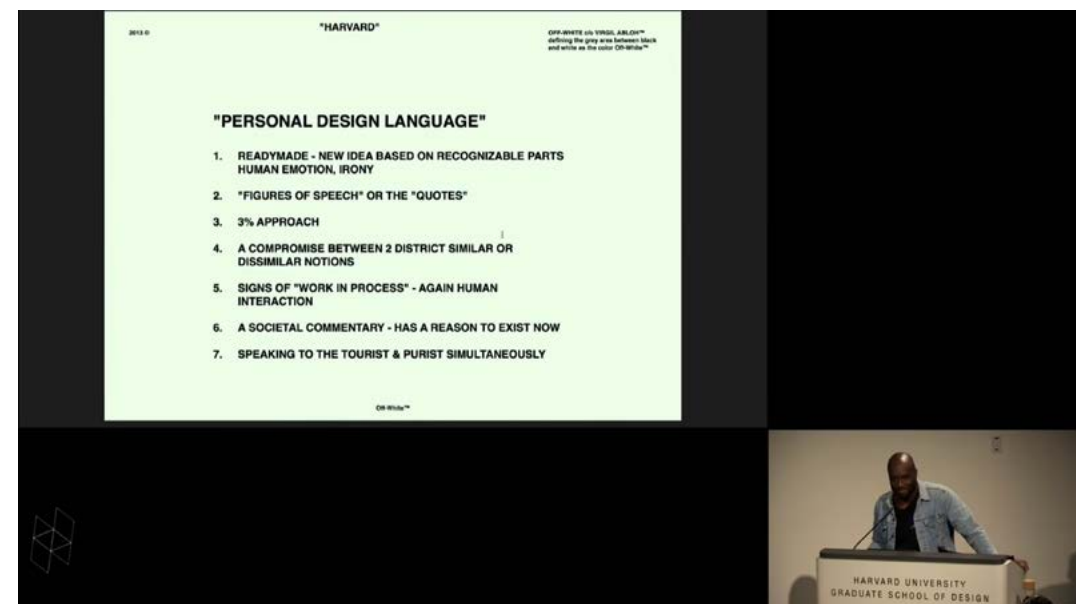
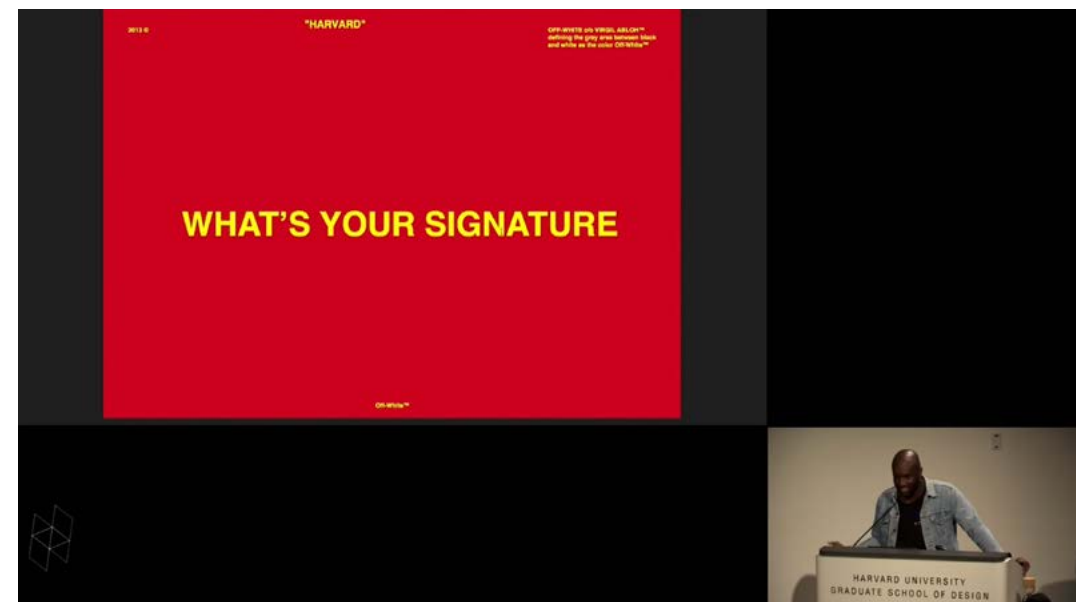
3. Dal canale YouTube di Harvard Graduate School of Design, 30 ottobre 2017, ultimo accesso 14 ottobre 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=qie5VITX6eQ>

4. *Ibid.*

5. Virgil Abloh, *Insert complicated title here*, Cambridge - Berlino: Harvard University, Graduate School of Design e Sternberg Press, 2018.

6. *Ivi.*, p.15.

7. *Ivi.*, p. 17.



↑ Screenshot dal video della lezione *Insert Complicated Title Here*, tenuta da Virgil Abloh alla Graduate School of Design di Harvard nel 2017.

proprio dna progettuale, individuando quei gesti o quelle azioni che distinguono specificatamente il loro lavoro. La seconda suggerisce di definire il proprio linguaggio in dialogo con il lavoro e l'estetica dei propri mentori, delle figure da cui trarre ispirazione o confronto: "You also have to have mentors, dead or alive. You have to connect with a body of work or someone who formulated a thought and an aesthetic, and then build yours upon theirs".<sup>8</sup> La terza scorciatoia elenca i riferimenti artistici del designer, in un passaggio che si sviluppa dal rinascimento allo *streetwear*, inserendo quest'ultimo fenomeno in una personale storia dell'arte del designer. Successivamente, "Make analogies see if they work", affronta l'aspetto transdisciplinare delle tecniche individuate dal designer, che lui applica ai suoi diversi progetti tra i campi della musica, della direzione artistica e della progettazione di moda:

Your thought process can apply to things that you might not even be thinking of. [...] Before you know it, you'll be realizing ideas in different spaces, and that can inform what you're all about [...] an analogy is something that works for us in a design sense. You can use the same tools in different mediums and arrive at different results.<sup>9</sup>

L'ultima, "Yourself here", scherza sulla partecipazione degli studenti e delle studentesse alla lezione, considerandola a sua volta una scorciatoia: le informazioni e i suggerimenti condivisi da Abloh durante la sua lezione, se applicati, aiuteranno gli studenti ad avanzare nella formazione della propria identità progettuale.

La prima scorciatoia è quella che più direttamente affronta le pratiche progettuali che Abloh applica attraverso le sue diverse produzioni. Spiegandola, il designer afroamericano scompone gli elementi che contraddistinguono il suo modo di progettare. Tra questi, presenta gli strumenti per riflettere sul rapporto tra il suo lavoro, il tema dell'heritage, degli archivi e i loro contenuti. La scorciatoia è seguita da una lista dove Abloh elenca le componenti del suo personale linguaggio progettuale:

1. Readymade - new idea based on recognizable parts, human emotion, irony
2. 'Figures of speech' or the 'quotes'
3. 3% approach
4. A compromise between 2 distinct similar or dissimilar notions
5. Signs of 'work in process' - again human interaction

8. *Ivi.*, p. 39.

9. *Ivi.*, pp. 62 - 63.

6. A societal commentary - has a reason to exists now
7. Speaking to the tourist & purist simultaneously.<sup>10</sup>

La prima voce nella lista di Abloh è quella che meglio permette di approfondire il punto di vista di Abloh sul tema della progettazione di nuovi oggetti e sul confronto con l'esistente. Il designer chiarisce che progettare qualcosa di completamente nuovo è impossibile, e che designer e artisti esistono come risultato delle molte esperienze che li hanno preceduti. Questo tema trova riscontro nel lavoro con l'archivio e i suoi contenuti, come avviene per Abloh in occasione della collaborazione con Nike. Per esempio, approfondendo la sua appropriazione del concetto di *readymade* e la definizione che ne dà, dice:

[...] with this idea that an artist overthought the game, understood the parameters, provided something provocative, something that became the launchpad for other forms of art. [...] I'm sure you are trying to challenge yourself to invent something new, trying to be avant-garde. Basically, that's impossible. These are things that I've figured out though work. As designers and artists we exist as a result of the many iterations before us, and we're collectively trekking in the same direction.<sup>11</sup>

Il terzo punto, l'approccio del 3%, consiste nel limitare il proprio intervento nella progettazione di un oggetto, intervenendo solo minimamente nella modifica di alcuni elementi di un oggetto. Durante la lezione, il designer racconta del suo lavoro con Nike per spiegare come ha applicato questa regola per la progettazione del nuovo modello della sneaker *Nike Air Force*: "[...] I was interested in restraining myself and only editing it 3 percent because I don't want another shoe. I want to see something that makes me recognize the shoe I already have".<sup>12</sup>

Il modello di sneaker fa parte della collezione "The Ten", progettata da Abloh per il marchio di calzature e abbigliamento sportivo Nike nel 2017. Per la collezione, il designer riprogetta dieci dei più conosciuti modelli di sneaker del brand statunitense, che dagli anni Settanta sono state indossate dai grandi protagonisti dello sport americano, come il cestista Michael Jordan, a cui è dedicato un modello. I modelli su cui interviene Abloh vengono divisi in due categorie, le "Revealing Shoes" - Nike Air Jordan 1, Nike Air Max 90, Nike Air Presto, Nike

10. *Ivi.*, p. 15.

11. *Ivi.*, p. 19.

12. *Ivi.*, p. 23.





↑ Sneakers progettate da Virgil Abloh esposte nella mostra *Virgil Abloh: "Figures of speech"* nel Museum of Contemporary Art Chicago. Foto di Nathan Keay, MCA Chicago.

Air VaporMax, e Nike Blazer Mid - e le "Ghosting Shoes" - Converse Chuck Taylor, Nike Zoom Vaporfly, Nike Air Force 1Low, Nike React Hyperdunk 2017, Nike Air Max 97. Le due categorie vengono distinte dai metodi con cui Abloh è intervenuto sul design dei modelli, tagliando, disegnando e applicando altri simboli, scritte e segni su quelli originali.

I dieci modelli di sneakers vengono individuati dal patrimonio dell'azienda fondata a Portland nel 1971. Ogni scarpa possiede una densa storia di riferimenti culturali, spesso condivisi anche dallo stesso designer, che hanno contribuito a renderle significative per la storia di Nike. Nel volume *Nike. Icons*, pubblicato a cura del designer nel 2021, dove viene documentato il processo di progettazione delle scarpe della collaborazione continuata fino allo stesso anno, i modelli di ogni scarpa sono accompagnati da fotografie, cataloghi, pubblicità e altri materiali provenienti dall'archivio di Nike.

I've been trying to interrogate and challenge sneaker culture. I asked myself: what are we seeing when we look at the sneakers on a plinth, a platform in a museum? What's the significance here? And like what are all the different things we can read into it?<sup>13</sup>

Le domande vengono poste da Abloh in conversazione con Emily Segal, in un testo pubblicato nel volume con il titolo di "The Sneaker as (Hyper)Object", che prende forma in seguito alla già menzionata mostra al Museum of Contemporary Art di Chicago nel 2019.

Le immagini mostrano i metodi con cui Abloh e il suo team sono intervenuti sulle calzature alterandole solo in piccole parti. In alcuni casi, sulla tomaia o sulla suola delle scarpe vengono scritte con un pennarello parole come "No logo" o "Virgil was here", o il nome del modello di sneaker o delle sue componenti viene posto tra virgolette, creando quelle "Figures of speech" o "quotes" che Abloh spiega mentre elenca le sue metodologie progettuali durante la lezione ad Harvard. Questi interventi sono esemplificativi anche di un altro punto della lista, "Signs of 'work in process' - again human interaction". Nelle foto del catalogo, si vedono le scarpe tagliate e con delle parti di tomaia asportate, o le "Swoosh", il logo del brand Nike, applicato ai modelli di sneaker con piccole strisce di scotch ai lati, per studiare come cambiare posizione e orientamento, che vengono poi tradotte nel modello finito con delle cuciture o delle piccole toppe di pelle colorata.

13. Virgil Abloh, Emily Segal, "The Sneaker as HyperObject", in Abloh, Virgil, (a cura di), *Nike. Icons*, Colonia: Taschen, 2021, n.p.

Oltre a queste immagini, vengono pubblicate anche le trascrizioni dei messaggi inviati da Abloh ai suoi collaboratori con indicazioni o pensieri nati dal lavoro sui modelli di sneakers. Per esempio, uno dei messaggi dice: “The idea of obsession/Effigy. Remaking something you love over and over to create a replica”.<sup>14</sup> Nelle conversazioni con il suo team, Abloh distilla la sua filosofia progettuale, richiede o propone interventi, e condivide pensieri e idee per futuri progetti, definendo lo spazio della chat in uno spazio di lavoro: “All the while, Abloh is working out ideas with Nike, often via WhatsApp texts. These read as an archive of his design philosophy, balancing his instinct toward “deconstruction” - a breeze blowing in from some Mad Max apocalypse - with his deep respect for originality”.<sup>15</sup>

Questi materiali chiariscono i metodi progettuali di Abloh, di cui vengono pubblicati anche i disegni tecnici prodotti per le sneakers e le loro componenti. I prodotti finali sono pubblicati in apertura di ogni capitolo, e dimostrano come i diversi passaggi manuali - i piccoli interventi che modificano solo il 3% dell'oggetto - o la somma di questi sia convenuta nel produrre un oggetto mantenendo i suoi codici e suoi elementi caratteristici ancora evidenti e riconoscibili. La consapevolezza di alterare gli oggetti rispettandone l'importanza culturale da cui sono permeati ha guidato la guida di Abloh nel progetto:

That was my entry point into the mystique of sneakers, not the object - it's the object itself plus the aura that exceeds it, and that's where we start getting into this museum. To me, those Jordans are like an art object, like fine art.<sup>16</sup>

## V.2 Sampling

You can use the same tools in different mediums and arrive at different results. Keep that in mind.” dice Virgil Abloh spiegando un'altra delle sue scorciatoie, “Make analogies see if they work.”<sup>17</sup> Nel testo Abloh spiega come applicare i suoi metodi progettuali attraverso diverse pratiche, dalla musica, alla progettazione di abiti e accessori, alla regia, e come, trasferendo i gesti usati per affrontare un lavoro ad un altro di diverso contesto, permetta di avere delle epifanie.<sup>18</sup>

14. Virgil Abloh, (a cura di), *Nike. Icons*, Colonia: Taschen, 2021, n.p.

15. Glenn Adamson, “Flying Air Abloh: Time, travel and design in the digital age” in Abloh, Virgil, (a cura di), *Nike. Icons*, cit.

16. Virgil Abloh, Emily Segal, “The Sneaker as HyperObject”, cit.

17. Virgil Abloh, *Insert complicated title here*, cit., p. 61 - 63.

18. *Ibid.*

Il designer americano è uno dei casi individuati da Vittorio Linfante nella sua analisi dei parallelismi progettuali tra le pratiche dei designer contemporanei e la produzione musicale. I casi citati nel testo - Vetements, Off-White™, United Standard, Marcelo Burlon - sostiene l'autore, prendono in prestito dalla musica non solo riferimenti culturali ma anche tecniche progettuali, decostruiscono la moda attraverso tecniche di *fading*, *mixing*, *slicing* e *looping*.<sup>19</sup> Abloh, riporta Linfante, dice che “music is my source code”: the rhythm is in the process, the sound is in the physical pieces, the production is the verse, the fashion show is the chorus, the collection is the album”.<sup>20</sup>

Il designer statunitense ha sperimentato ed espresso, attraverso la sua carriera, il proprio rapporto con la musica attraverso il *deejaying*, una pratica musicale che esemplifica molti dei gesti dei designer contemporanei: “[...] in the remix action, a new product is realized through ‘adding and subtracting tracks, or by altering the pitch, equalization, dynamics, time’ etc. A ‘collective game of reinterpretation’ that by its very nature does not create an original artifact, but keeps the borrowed elements distinct”.<sup>21</sup>

L'analisi di Linfante è utile per approfondire il tema delle analogie nel lavoro di Abloh, soprattutto dal punto di vista del suo rapporto con gli oggetti e la progettazione del nuovo, espandendo quanto già spiegato dal designer rispetto al suo approccio del 3%. Questo approccio può infatti essere sovrapposto al processo di *sampling*, la pratica di prendere in prestito passaggi musicali già esistenti per usarli in nuove composizioni.<sup>22</sup> La pratica è esemplare del complesso contesto in cui si trovano immersi i designer di oggi, che devono tenere conto del confronto con i riferimenti e gli oggetti che sono parte del panorama culturale in cui si inserisce il proprio lavoro. Prende forma anche in risposta alle tecnologie digitali, che possono essere sia una fonte di ispirazione, che uno strumento progettuale:

The console's actions of sampling, mashing up, mixing and remixing define new expressive forms that multiply the design potentialities. The digital technology allows us to keep everything in the same place: fashion, design, graphics, photography and video do not need different media anymore. Everything can be sampled, mashed up, mixed, into new original artifacts, often bordering on surreal.<sup>23</sup>

19. Vittorio Linfante, “Fading, mixing, slicing, and looping: the deconstruction of fashion through the creative Process of music”, in *ZoneModa Journal*, vol. 10:1, 2020, p. 88.

20. *Ibid.*

21. *Ivi.*, p. 89.

22. *Ivi.*, p. 91.

23. *Ivi.*, p. 87.



↑ Look 1, collezione primavera/estate 2019 della linea maschile di Louis Vuitton. Foto di Vogue Runway.

Il curatore Nicolas Bourriaud fa riferimento al *sampling* per spiegare le pratiche di post-produzione a cui ricorrono anche gli artisti contemporanei nelle loro produzioni. Nella musica realizzata attraverso il *sampling*, per Bourriaud, “[...] the sample no longer represents anything more than a salient point in a shifting cartography. It is caught in a chain, and its meaning depends in part on its position in this chain”.<sup>24</sup> Più che uno strumento per il musicista, questo gesto ha contribuito a ridefinire un approccio nei confronti della produzione artistica e culturale, segnando una nuova epoca nel campo dell’arte: “The musical practice of sampling has also contributed to destroying the figure of the Author, in a practical way that goes beyond theoretical deconstruction”.<sup>25</sup> Facendo uso di questi strumenti gli artisti, secondo Bourriaud, programmano le forme, piuttosto che comporle: “[...] rather than transfigure a raw element (blank canvas, clay, etc.), they remix available forms and make use of *data*”.<sup>26</sup>

Questi processi, in riferimento alla musica e alla cultura caraibica, sono esaminati anche dal sociologo inglese Dick Hebdige nel saggio *Cut’n’Mix: Culture, Identity and Caribbean Music*, pubblicato nel 1987, nella sua descrizione delle forme di musica che si sono sviluppate nei Caraibi come il calypso, lo ska e il raggae, ma in connessione con il rap e l’hip-hop newyorchesi, queste ultime vicine ai riferimenti musicali di Abloh. La prospettiva del testo lega le pratiche di “cut’n’mix”, caratteristiche della musica degli anni Ottanta, alla scena musicale sviluppatasi nei Caraibi e che unisce le culture africane, afro americane e caraibiche. Per l’autore, le due parole del titolo fanno riferimento alle pratiche di editing musicale, e “when placed together they tend to summon up the image of a sound engineer working at an editing desk or a hip hop dj scratching sounds together at a turntable”.<sup>27</sup> Il taglio e il remix di fonti e tracce originali, o delle radici culturali, che risulta in una attenzione verso la ripetizione e il poco interesse verso l’originalità di un brano, è una delle caratteristiche che vengono definite dall’autore come appartenente alla musica afro-americana e caraibica. Questo processo di continuo rimescolamento delle tracce e dei ritmi, come scrive Hebdige, porta “[...] the roots themselves are in a state of constant flux and change. The roots don’t stay in one place. They change shape. They change colour. And they grow. There is no such thing as a pure point of origin, least of all in something as slippery as music, but that doesn’t mean there isn’t history”.<sup>28</sup>

24. Nicolas Bourriaud, *Postproduction. Culture as screenplay: How art reprograms the world*, New York: Has & Sternberg, 2005, n.p.

25. *Ibid.*

26. *Ibid.*

27. Dick Hebdige, *Cut ‘n’ Mix: Culture, Identity and Caribbean Music*, Londra: Comedia - Taylor and Francis, edizione del Kindle, 2003.

28. *Ibid.*



## V.3 10.000 hours

Michael Darling ricorda che, quando propose a Virgil Abloh l'idea di creare la mostra al Museum of Contemporary Art Chicago, il designer rispose che aveva sempre affrontato ogni suo progetto per poterlo un giorno esporre in un museo.<sup>29</sup> Virgil Abloh è stato particolarmente attento a conservare e catalogare ogni traccia del suo lavoro. Così, se, da un lato, si è confrontato con gli oggetti e gli archivi delle aziende con cui ha collaborato e ha sviluppato pratiche progettuali per affrontarli, dall'altro, si è dedicato anche alla creazione dei propri archivi, che ha in larga parte condiviso e pubblicato tramite diverse piattaforme, dalle pagine di *blogging* di Tumblr<sup>30</sup> alle pubblicazioni curate per i suoi progetti.

Parte di questi archivi viene quantificata, estrapolata e pubblicata in una sezione curata dai designer Archie Lee Coates IV e Jeff Franklin dello studio grafico Playlab Inc per il catalogo della mostra *Virgil Abloh: "Figures of speech"*. I due designer vengono incaricati di curare una selezione dei materiali contenuti in un *hard-drive* che contenevano tutti i file conservati in ogni computer, telefono e *drive* esterno posseduti dal designer dal 2008. All'interno, erano contenute "screenshots, sketches, artboard studies, working files, production files, presentations, playlists, selfies, images from photo shoots, notes, invoices, and correspondence by text, WhatsApp, and email"<sup>31</sup>, di cui una parte viene pubblicata nella terza sezione del catalogo della mostra, organizzata secondo i principali progetti sviluppati dal designer, per visualizzare i materiali come un "[...] continuous effort, a constant state of production, and an inexhaustible desire to create".<sup>32</sup> Dai vecchi MacBooks e iPhones, memorie esterne e chiavette USB fotografati e catalogati per la pubblicazione, vengono estratti oltre quattro milioni di files, ai quali si aggiungono i settemila post della pagina-diario "Pyrex Vision" gestita da Abloh sulla piattaforma di *blogging* Tumblr.

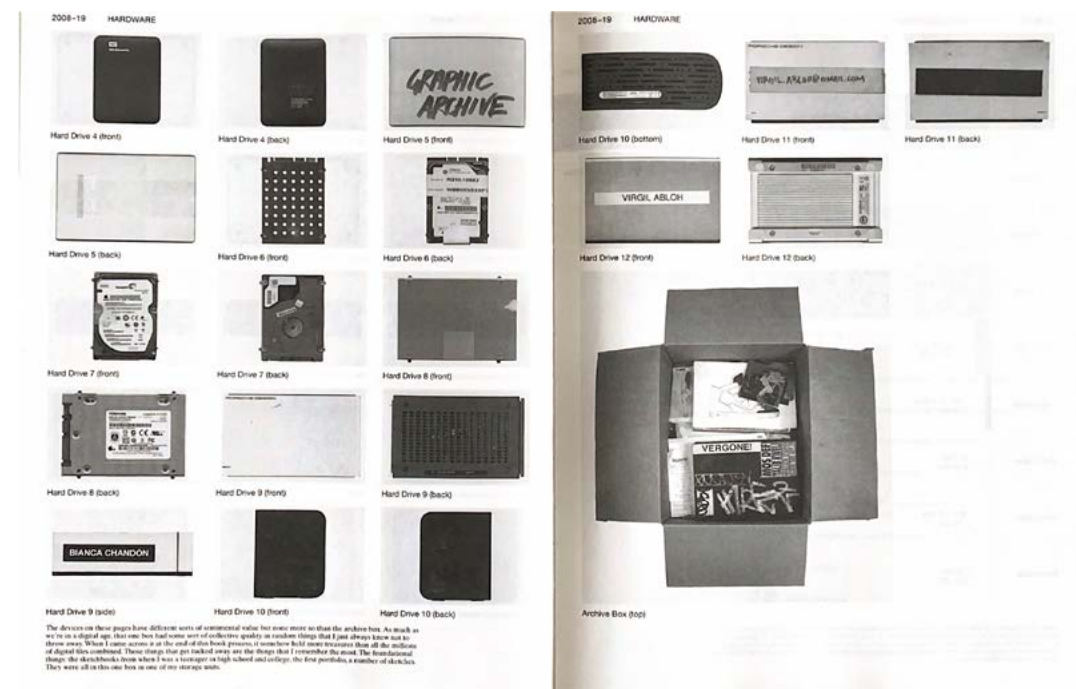
I materiali pubblicati nel volume ed estratti dall'archivio di Abloh documentano i diversi progetti del designer, da lui sviluppati o a cui ha preso parte dal 2007 al 2018, mostrando le fasi della loro produzione, i prototipi e le idee scartate. Le pagine mostrano soprattutto la diversità dei media che compongono l'archivio di Abloh e che ha deciso, consapevolmente, di conservare: la maggior parte dei suoi materiali d'archivio sono file digitali, tra cui *screenshots* di conversazioni avvenute attraverso i diversi sistemi di comunicazione, dalle email a Whatsapp, dimostrando anche l'interesse a conservare ogni diverso elemento che compone le pratiche di un designer

29. Michael Darling, *Virgil Abloh: 'Figures of speech'*, cit., p. 9.

30. Le *shownotes* sono scaricabili dalla pagina Tumblr *Canary Yellow*, creata da Virgil Abloh: <https://canary--yellow.com/>

31. Michael Darling, *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, cit., pp. 153 - 154.

32. *Ibid.*



↑ Una parte degli hard-drive e degli altri apparecchi consegnati da Abloh a Playlab Inc., contenenti il suo archivio. Dal catalogo della mostra *Virgil Abloh: "Figures of speech"*.

e di uno studio di design contemporaneo. In alcune pagine di questo flusso di documenti vengono riportati anche dei commenti e dei ricordi del designer statunitense, che spiegano le immagini o il motivo per cui sono state conservate. I documenti contenuti, tra schizzi, messaggi, idee e progetti conseguiti o interrotti, ricordano anche l'aspetto dell'archivio che Boris Groys sottolinea in "The Loneliness of the Project": "[...] the bureaucratic documentation stored in archives does not consist solely of recorded memories, but also includes projects and plans directed not at the past but at the future. These archives of projects contain drafts for life that has not yet taken place, but as it is perhaps meant to in the future".<sup>33</sup>

Il curatore Luca Marchetti, scrivendo delle pratiche archivistiche di Abloh, dice che: "The taxonomic criterion has the effect of de-signifying the classified materials, isolating them from their context of production and use. Extracted from their life situation and any contingency, they cease to be 'history' and are preserved as 'eternal' artifacts".<sup>34</sup> Paragonando questo processo alle operazioni degli artisti, come alle *Time Capsules* di Andy Warhol, Marchetti scrive che, guardando al lavoro di Abloh insieme ai suoi archivi, si può dedurre che "[...] Abloh's look at culture operates in a more complex way, using the 'meaningless signs' of his archive to recreate 'meaningful messages'".<sup>35</sup>

Tra i materiali raccolti nell'archivio sono presenti anche alcune immagini che legano Virgil Abloh a Louis Vuitton, prima che lui venisse invitato a diventare il direttore delle linee maschili della *maison*. Per esempio, viene pubblicato un *selfie* di Abloh con una borsa Wapity, il primo oggetto che il designer acquista dalla *maison*, tra il 2007 e il 2009: "I don't know why I was photographing it, but the piece made me appreciate Louis Vuitton even more, even though it wasn't something big. I cherished it because I understood it was linked to a history".<sup>36</sup> Il designer aveva anche creato dei *collage* con Photoshop dove immaginava come personalizzare un Keepall, una borsa da viaggio di Vuitton, che aveva acquistato. Nella sezione "Louis Vuitton, The Resumé" vengono invece pubblicati i materiali prodotti dal designer per presentare il suo progetti al gruppo LVMH per diventare direttore artistico di Louis Vuitton. I documenti mostrano foto di riferimento, *moodboards*, schizzi, impaginati in piccoli portfolii che riportano sulla copertina titoli come "Louis Vuitton Mens Inspiration", "The Road Map" e "LV". Nei portfolii vengono sviluppate proposte per il logo e la grafica della *maison*, schizzi per capi di abbigliamento e accessori, idee e riferimenti per futuri progetti e collaborazioni.

33. Boris Groys, *The Loneliness of the Project*, in *The New York Magazine of Contemporary Art*, vol. 1:1, n.p.

34. Luca Marchetti, "Between Meaning, pop and culture", in *Archivio*, "The Fashion Issue", vol.9, 2023, p. 155.

35. *Ibid.*

36. Michael Darling, *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, cit., n.p.

#### V.4 The vocabulary according to Virgil Abloh

Un ulteriore piano di lettura del rapporto tra Virgil Abloh e i temi di archivio e heritage prende forma nel suo lavoro per la *maison* francese Louis Vuitton, di cui diventa il direttore creativo della linea maschile nel 2018. Da Louis Vuitton, Abloh trova il campo per riflettere tanto sulla sua identità e la sua storia quanto su quella della *maison*. Come primo designer afro-americano di Louis Vuitton, l'impegno di Abloh diventa quello di introdurre nelle sue presentazioni e nel suo lavoro elementi che permettessero di portare in evidenza i temi dell'identità nera, che di conseguenza spingono il designer a sviluppare nuove opinioni sul suo ruolo come designer e il ruolo del direttore creativo.

Uno degli strumenti che permettono di studiare il contributo di Virgil Abloh per Louis Vuitton sono le *show notes* che hanno accompagnato tutte le collezioni presentate dal direttore artistico per la linea maschile del marchio francese, a cominciare dalla collezione primavera/estate 2019. "The biggest goal with, like, a first collection in any scenario is to sort of start, so that people can sort of understand the new vocabulary, who we are as this new team" spiega il direttore artistico in un video condiviso sulla pagina Instagram di Louis Vuitton prima del suo primo show.<sup>37</sup>

Le note, progettate dallo studio creativo di Abloh da Louis Vuitton, sono composte da diverse sezioni. Includono, oltre a una breve descrizione di ogni look della collezione e degli oggetti che la compongono, una mappa del mondo dove sono indicati i luoghi di nascita dei modelli e dei loro genitori, per mostrare le diverse radici e di ogni modello e i diversi corpi e identità che vengono rappresentati in sfilata.<sup>38</sup> In dialogo con l'architetto Rem Koolhaas, Abloh spiega come quello fosse anche uno degli elementi che hanno ispirato la sua prima collezione:

The first Louis Vuitton collection itself was inspired by a number of elements, but one of them is this vocabulary that I used to give the models identities. I cast the show completely from a different subsection, and I gave the editor a diagram of where the models are from and where their parents are from to show that I'm one of the very first black designers.<sup>39</sup>

37. Steff Yotka, "Virgil Abloh reveals his design philosophy for Louis Vuitton menswear - where else? - on Instagram", in *Vogue*, 20 aprile 2018, ultimo accesso 15 novembre 2023: <https://www.vogue.com/article/virgil-abloh-louis-vuitton-menswear-preview>

38. "With every show, I publish a map pinning down the birthplace of each individual represented on my runway, as well as those of their parents. Models aren't hangers, but real people with real stories. I am not into "casting" but into making spaces for those stories to be told". Dalla *shownote* n.6, collezione autunno/inverno 2021.

39. Rem Koolhaas, "After Architecture", in Darling, Michael, *Virgil Abloh: "Figures of Speech"*, cit., p. 23.

Un'altra sezione delle note è intitolata "The vocabulary according to Virgil Abloh"; un vocabolario che raccoglie, nella prima nota della collezione primavera/estate 2019, cinquantadue voci che riassumono concetti e temi legati alla collezione presentata, agli oggetti, alla metodologia progettuale di Virgil Abloh e al suo percorso lavorativo e biografico, i suoi riferimenti culturali e le sue fonti di ispirazione, che il direttore creativo definisce: "[...] a liberal definition of terms and explanation of ideas".<sup>40</sup>

Attraverso le *show notes* delle otto collezioni presentate da Abloh per Louis Vuitton è possibile tracciare il percorso della sua riflessione, confrontando le voci del vocabolario che Abloh aggiunge, modifica e corregge. Un esempio è la voce "Designer". Nel vocabolario compilato per la collezione primavera/estate 2019, scrive:

I don't call myself a designer, nor do I call myself an image-maker. I don't reject the label of either. I am not trying to put myself on a pedestal, nor am I trying to be *more*, now. I would like to define the title of Artistic Director for a new and different era. – Virgil Abloh.<sup>41</sup>

Una posizione che evolve nel corso delle collezioni, e viene rivisitata per la collezione primavera/estate 2021: "Designer, II "I am interested in the way in which labels like 'designer' and 'image maker', or 'luxury' and 'streetwear', are popularly but unconsciously assigned to different individuals within fashion." - Virgil Abloh. See: Streetwear, III. [SS21]".<sup>42</sup> La terza definizione di *streetwear* a cui rimanda la definizione di *designer* - altre due erano state incluse nella nota alle collezioni primavera/estate 2019 e 2020 - descrive il fenomeno come una "[...] community. 'Streetwear' is a commodity. In my game of inverted commas, streetwear is a sociological term founded in subculture. 'Streetwear' is an article of trade cultivated through marketing".<sup>43</sup>

*Luxury* e *streetwear* sono altre voci del vocabolario, che come *utility*, *staple*, *styling* e *collaboration* chiariscono dei termini trasversali al lavoro di Abloh. Nella prima *show note*, la prima voce in ordine alfabetico è quella dedicata al già esplorato approccio del 3 per cento: "The exact ratio needed to twist a normative object into something special", che prende forma, nel lavoro per Louis Vuitton, nella progettazione delle borse, come introdotto anche nella corrispondente voce "Bags: The ultimate expression of utility. For Spring-Summer 2019, bag designs are derived

40. Dalla *shownote* n.1, collezione primavera/estate 2019.

41. *Ibid.*

42. Dalla *shownote* n.6, collezione autunno/inverno 2021.

43. *Ibid.*



Virgil Abloh Altun Mason Fahir Brubhahat Faith Jaggermath Lucien Smith Blonsey Wooy  
Gisela & Camilla Venturini Dixon Saafiq Trapore Mohamed Nagad Nglin Billaaba Tidiane Billaaba  
Steve Lucy Christine Costenera Alec Pellenzier Idris Morin Sydney Loren Bennett Rodrigue Berthier  
Lena Simone Lyne Hafi BAKAR Warren Soosa LASHA Omri Phipps Octavian Mohamed Bourouissa

LOUIS VUITTON

↑ Una immagine della campagna pubblicitaria scattata da Mohamed Bourouissa, collezione primavera/estate 2019. Foto di Louis Vuitton.



from the icons of Louis Vuitton and treated with Virgil Abloh's 3% methodology".<sup>44</sup> Tra le terminologie più strettamente legate al linguaggio dell'heritage, il vocabolario esplora termini come *decoding*, *programming*, e *archetype*:

Archetype. Conventional society's textbook example of its understanding of a certain type of individual or object, and the codes and values that shape that individual or object. A man made invention, archetypes are expressions of the unconscious bias instilled in us by society during our upbringing. See: Neotype. [FW21].<sup>45</sup>

Questi temi trovano forma anche nel progetto di *upcycling* che Abloh introduce per la collezione primavera/estate 2021, progettata riutilizzando materiali d'archivio di Louis Vuitton. Il designer statunitense scrive "In a fast-paced and fleeting time, repetition equals documentation: gestures made and lessons learned."<sup>46</sup> La collezione, spiega il direttore creativo, è composta per un terzo da nuovi look, mentre per due terzi da looks creati da materiali riciclati e da looks delle precedenti collezioni, "reshown and remembered. In a series of upcycled garments and accessories, recycled overstock from the archives of Louis Vuitton and Virgil Abloh's collections is upcycled into new manifestations".<sup>47</sup>

Nel vocabolario sono riassunte, oltre alla storia della maison francese, la biografia del designer e alcuni riferimenti del suo heritage personale. Una voce viene dedicata a Rockford, la città dell'Illinois in cui Abloh è cresciuto, ai nomi dei suoi collaboratori o dei riferimenti che il designer introduce nelle sue collezioni, come, per la collezione primavera/estate 2019, quelli al film *The Wizard of Oz*, diretto da Victor Fleming nel 1939, da cui si sviluppa anche il titolo della collezione, *Dark Side of the Rainbow*.<sup>48</sup>

Gli elementi autobiografici diventano più numerosi, con l'avanzare delle collezioni, e rispecchiano anche una presa di consapevolezza e una dichiarazione di intenti che il designer prende nei confronti della sua identità nera e del suo ruolo da Louis Vuitton. Il designer ne parla con Anja Aronowsky Cronberg per l'edizione della rivista *Vestoj* dedicata al tema del dubbio:

44. Entrambe le citazioni provengono dalla *show note* n.1, collezione primavera/estate 2019.

45. *Ibid.*

46. *Ibid.*

47. *Ibid.*

48. Michael Darling, "Virgil Abloh: 'Figures of speech'", cit., p. 16.

My race follows me everywhere: because of how visible I am, because of my name, because of this moment in time. It's what I represent and what I am; there's no way my work or person can exist outside of that. In the hierarchical, white spaces I move through I'm attempting to add my name to the canon. In fashion, in art, in design, the white European canon is taken for granted to the extent that we don't even see it anymore.<sup>49</sup>

La sua prima collezione presentata nel 2018 viene dedicata all'esperienza della "black boyhood".<sup>50</sup> Per la prima volta, una sfilata della linea maschile di Louis Vuitton viene aperta da un modello nero, e coinvolge nello *show* i suoi amici e riferimenti musicali.<sup>51</sup> Sempre osservando le *show notes*, è possibile individuare nuovi termini che arricchiscono il vocabolario condiviso da Abloh e condividono la definizione personale del direttore creativo sui temi di afrocentrismo, afrosurrealismo e afrofuturismo, sulla *black visual culture* e sul Ghana - il paese di origine dei suoi genitori.<sup>52</sup> Elementi della sua esperienza e della sua storia personale diventano punti di partenza attorno a cui costruisce le sue collezioni, piattaforme per amplificare una narrazione individuale e una esperienza assente soprattutto nelle grandi istituzioni della moda francese. Nelle note include anche un ritratto della nonna materna scattato in Ghana, e i nomi dei genitori Eunice e Nee Abloh.<sup>53</sup> Fa riferimento alla cultura afroamericana anche attraverso a elementi della sua cultura visuale, come il film *The Wiz*, il musical del 1978 diretto da Sidney Lumet che riadatta il *The Wizard of Oz* con un cast esclusivamente nero. Avvia progetti che diano sostegno agli artisti e i giovani designer: "Within my practice, I contribute to a Black canon of culture and art and its preservation. This is why, to preserve my own output, I record it at length".<sup>54</sup>

La collezione autunno/inverno 2021, intitolata *Ebonics* viene presentata nel contesto delle proteste e manifestazioni promosse nel 2020 dal movimento internazionale Black-Lives Matter in seguito all'omicidio di George Floyd in Minnesota, la cui influenza spinge l'industria della moda a rivedere molte delle sue posizioni, in una discussione che ha direttamente coinvolto lo stesso direttore creativo.<sup>55</sup> La collezione segna più marcatamente la posizione di Abloh nei confronti della

49. Anja Aronowski Cronberg, "Talking about doubt with Virgil Abloh", in *Vestoj*, 2021, ultimo accesso 12 agosto 2022: <https://vestoj.com/wp-content/uploads/2021/11/Screen-Shot-2021-09-27-at-11.32.49.png>

50. *Ibid.*

51. Taye Selasi, "How to be both", in Darling, Michael, *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, cit., p. 131.

52. Entrambe le citazioni provengono dalla *show note* n.5, collezione primavera/estate 2021.

53. Dalla *show note* n.6, collezione autunno/inverno 2021.

54. *Ibid.*

55. Alexandra Mondalek, "As Brands Rush to Speak Out, Many Statements Ring Hollow" in *The Business of Fashion*, 2 giugno 2020, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.businessoffashion.com/articles/marketing-pr/george-floyd-black-lives-matter-protest-fashion-brands-response-louis-vuitton-nike/>



↑ Immagine 22. Il rapper Saul Williams nel look che apre la collezione uomo autunno/inverno 2021 di Louis Vuitton. Foto di Vogue.

sua identità, come viene condiviso nel comunicato stampa pubblicato nella nota numero 6. Abloh scrive, riportando la data di luglio 2020, che sotto la sua direzione creativa, vede Louis Vuitton come una piattaforma per la sua *nuance*, e considera la moda uno strumento per riflettere e influire sugli ideali di inclusività, unità e umanità, cercando di unire i codici tradizionali del lusso con i suoi valori progressivi:

Nuance, like sarcasm, can be difficult to understand. Every season, my team updates *The vocabulary according to Virgil Abloh: A liberal definition of terms and explanation of ideas*. Under ‘I’ for ‘Irony’: ‘The presence of Virgil Abloh at Louis Vuitton.’ For all intents and nuances, I have often spelled out the interceptive reality of myself as a black man in a French luxury house. I am well aware of my responsibilities. Rather than preaching about it, I hope to lead by example and unlock the door for future generations. I use these images to trick the spectator’s preconceived ideas, overwrite embedded race associations, and tackle prejudice on a subconscious level. I would like it to serve as a Trojan horse for the mind. [...].<sup>56</sup>

In questa collezione il suo intimo approccio con l’heritage di Louis Vuitton viene quindi anche filtrato attraverso le sue memorie e la sua storia personale, che intervengono nel trasformare Louis Vuitton in un campo di discussione più ampio e inclusivo, un terreno aperto a temi di attualità politica e alla presentazione dell’identità nera e afro-americana.<sup>57</sup> La collezione viene presentata con un film diretto dalla regista Wu Tsang dal titolo *Peculiar Contrast, Perfect Light*, con la direzione creativa di Josh Johnson e ispirato al saggio *Stranger in the Village* scritto da James Baldwin - altro autore afro-americano legato alla Francia - e pubblicato nel 1953.<sup>58</sup> La giornalista Sarah Mower definisce lo show una “[...] call to radical thinking through the lens of menswear”.<sup>59</sup> Nel video, gli artisti Saul Williams e Kai Isiah Jamal, primo modello trans nero a sfilare per Louis Vuitton, recitano diverse frasi che denunciano la discriminazione rivolte a diverse categorie di persone marginalizzate, come la comunità nera e quella queer: “As Black people, as trans people, as marginalized people, the world is here for our taking, for it takes so much from us”.<sup>60</sup>

56. Dalla *show note* n.6, collezione autunno/inverno 2021.

57. Sarah Mower, “Louis Vuitton fall 2021 menswear”, in *Vogue Runway*, 30 novembre 2021, ultimo accesso 8 agosto 2022: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2022-menswear/louis-vuitton>

58. Dal canale YouTube di Louis Vuitton, 21 gennaio 2021, ultimo accesso 22 aprile 2024: [https://www.youtube.com/watch?v=vV\\_QoQD\\_nrA](https://www.youtube.com/watch?v=vV_QoQD_nrA)

59. *Ibid.*

60. Dalla *show note* n.6, collezione autunno/inverno 2021.

La collezione affronta i pregiudizi incisi nel pensiero collettivo e che sono stati proiettati sul design e sul suo lavoro: “Predetermined perceptions, they imbue our outlooks with manmade myths connected to the genetics of people, ideas and art”.<sup>61</sup> Nella collezione vengono mescolati diversi riferimenti che compongono il panorama di Abloh. Presentata in una scenografia che ricostruisce lo spazio di una sala d’aspetto, nella collezione vengono riprodotte le *skyline* di Chicago e Parigi, una borsa a forma di aereo, e tessuti che riprendono i motivi dei tessuti Kente ghanesi. Alla progettazione degli accessori si inserisce il contributo dell’artista concettuale Lawrence Weiner, che ha prodotto degli aforismi legati ai temi della collezione che sono stati riprodotti sulle tracolle di alcune borse. Il comunicato stampa riporta: “Men’s Artistic Director Virgil Abloh employs fashion as a tool to change those pre-conceptions: keep the codes, but change the values”.<sup>62</sup> Il messaggio, che fa riferimento a una delle scorciatoie di Abloh, è particolarmente interessante nel contesto del lavoro del direttore creativo, invitato a reinterpretare i codici di un marchio, e permette di riassumere l’importante contributo di Abloh nella ridefinizione dell’heritage di Louis Vuitton. Centrando la discussione sulla sua identità, iscrive un nuovo vocabolario arricchito dagli elementi del linguaggio afroamericano:

The logic reflects Black cultural traditions that use figures of speech (irony, punning, riffing) to play with or reverse the connotations of established codes. These techniques create new meanings and subvert established canons; for example, the way a standard English phrase may have an entirely different meaning in Black vernacular English. Virgil Abloh applies these techniques to his design methodology, imbuing the grammar of recognised archetypes with different genetics.<sup>63</sup>

61. *Ibid.*62. *Ibid.*63. *Ibid.*

# Conclusioni



# Conclusioni

I processi progettuali attuati dai tre direttori creativi, descritti nei capitoli precedenti, attestano l'urgenza che i temi di heritage e archivio hanno acquisito nei loro progetti. Ponendo l'attenzione sulle metodologie individuate nel loro lavoro per confrontarsi con gli archivi è possibile riconoscere come questi non siano solo un luogo dove trovare ispirazione, ma un paradigma che definisce il ruolo dei tre direttori creativi alla guida del loro rispettivi marchi e dei loro progetti. Attraverso gli archivi, la loro struttura e i loro contenuti, i designer si confrontano con i temi della storia, della memoria e dell'identità, che prendono forma non solo nel confronto con i contenuti dell'archivio, ma anche con la loro struttura e la loro organizzazione.

Il posto che questo tema ha acquisito nel lavoro dei designer riflette anche un panorama teorico, accademico e culturale dove lo studio degli archivi, la loro costruzione e la loro messa in scena hanno acquisito crescente importanza.

Il capitolo "Archivi per la moda" definisce le pratiche discorsive che danno forma al concetto di archivio di moda. Generalmente, si indicano con il termine archivio di moda quegli archivi che collezionano oggetti di moda, o sono stati creati da istituzioni, organizzazioni, pubbliche e private, legate al suo sistema. Tra questi, però, si possono individuare degli elementi precisi che li distinguono come specifici modelli di organizzazione della conoscenza che rispondono alle necessità dei processi della moda, a volte assumendo forme che mettono in discussione il tradizionale concetto di archivio. Per esaminare alcuni di questi esempi, il capitolo traccia una distinzione tra gli archivi creati da istituzioni pubbliche, come i musei, e quelli delle imprese di moda, diversi per storia, sviluppo e funzione.

Sebbene con un ruolo secondario, oggetti di costume e moda iniziano ad essere raccolti nelle collezioni dei musei già nella seconda metà dell'Ottocento, ma è solo negli anni settanta del secolo successivo che questi ottengono maggiore attenzione, alimentando un ancora vivo dibattito rispetto alla loro condizione all'interno delle collezioni museali. Il progetto "Collected By", organizzato nel contesto di *Temporary Fashion Museum*, e realizzato da Het Nieuwe Instituut di Rotterdam (settembre 2015 - maggio 2016), per esempio, esamina l'ontologia dell'archivio di moda costruendo una struttura temporanea di scaffali metallici e box per ospitare e mettere a disposizione del pubblico la collezione di abiti, calze e gioielli di Eva Maria Hatschek, mostrando le attività di conservazione che hanno luogo negli archivi ed esponendo le problematiche relative alla collezione e catalogazione degli oggetti di moda. Nel lavoro dei curatori, l'archivio di moda diventa uno spazio da indagare non solo nel confronto con gli oggetti, ma anche con la sua ricostruzione nello spazio espositivo. L'allestimento delle mostra *Selection I: Backstage* (MoMu - Museo della Moda di Anversa, 21 settembre 2002 - 16 febbraio 2003) e *Il*

*Museo Effimero della Moda* (Firenze, Palazzo Pitti, 13 giugno - 21 ottobre 2017) avanzano questa riflessione ricostruendo lo spazio ideale dell'archivio nelle sale del museo, mentre la mostra *The Concise Dictionary of Dress* curata da Judith Clark (Londra, Blythe House, 28 aprile - 27 giugno 2010) porta i visitatori dentro uno dei depositi delle collezioni del Victoria and Albert Museum, ricorrendo alle pratiche di *exhibition making* per chiarire i temi e discorsi che coinvolgono l'archivio di un museo di moda e gli oggetti che lo abitano.

La sezione "Archivio" della mostra *Gucci Cosmos* (Shanghai, West Bund Art Center, 28 aprile - 25 giugno 2023; Londra, 180 Studios, 11 ottobre - 31 dicembre 2023) è uno dei casi in cui anche le mostre organizzate dai brand e dalle aziende di moda ricreano i loro archivi nello spazio espositivo. A partire dagli anni Ottanta, marchi e aziende di moda cominciano con più frequenza a costruire e ricostruire le proprie collezioni di oggetti storici, conseguentemente all'attenzione rivolta alla storia e al patrimonio di un marchio come elemento di valore economico, commerciale e culturale, che risponde a un cambiamento delle modalità di valorizzazione dei prodotti del marchio. Si formano nel contesto della moda gli *heritage brand*, definizione adottata per definire i marchi che possono contare su una lunga storia e un ricco patrimonio a cui fare riferimento, che prende forma negli archivi d'impresa. Contemporaneamente, l'heritage diventa una risorsa per la progettazione delle collezioni affidate alla nuova emergente figura del direttore creativo, che ha il complesso compito di tradurre l'identità del marchio rispondendo agli stimoli del presente. Se inizialmente queste collezioni venivano costruite ed esposte nelle mostre organizzate dalle istituzioni museali dedicate alla moda, in seguito i brand hanno cominciato a costruire i propri spazi espositivi o a promuovere eventi dove mettere in scena e rappresentare autonomamente i propri archivi con una controllata operazione di costruzione e narrazione del proprio heritage. L'apertura di nuovi canali di comunicazione digitale, inoltre, ha portato a riconoscere nell'archivio una risorsa per la comunicazione. Lo spazio del deposito, solitamente chiuso al pubblico, viene reso accessibile attraverso fotografie, video o esperienze digitali.

Ricorrendo alla definizione di "archiviazione imperfetta" suggerita da GenderFail Archive Project, che invita a utilizzare in maniera spontanea le conoscenze di cosa significhi archiviare e collezionare<sup>1</sup>, il secondo capitolo della tesi si conclude esplorando quei progetti che fanno uso delle nozioni di archivio per riflettere sulla moda e le sue qualità. Progetti editoriali come *Archivist Addendum*, fondato da Dal Choda e Jane Howard nel 2020, oppure installazioni come "Harvest", realizzato dal brand finlandese Vyner Articles per la mostra *Intimacy*,

1. Be Oakley, *Imperfect Archiving*, op. cit., p. 36.

curata da Annamari Vänskä, Jenni Hokka e Natalia Särämäkari al Design Museum di Helsinki (8 Ottobre 2021 - 13 marzo 2022), si appropriano delle nozioni di archivio e collezione per interrogarsi sul ruolo che questi coprono nella moda e sugli effetti dell'archivio come strumento di organizzazione della conoscenza nella moda e della propria attività produttiva. Questi casi, in grado di accogliere nuovi contenuti e di riflettere nuove esigenze progettuali, mostrano come le pratiche che riguardano l'archivio nella moda portino sfumare i confini della disciplina avvicinandolo alle pratiche degli artisti che hanno lavorato e riflettuto su questo tema. I designer Helmut Lang e Martin Margiela, per esempio, si sono trovati a ragionare e a utilizzare in maniera diversa il proprio archivio coinvolgendone i materiali nelle loro pratiche artistiche.<sup>2</sup>

Le esperienze di mostre e archivi si inseriscono nel più ampio discorso che riguarda l'heritage della moda e che si articola su due panorami. Il primo è quello che riguarda il riconoscimento della moda come un patrimonio culturale condiviso, secondo le norme tracciate dall'UNESCO. La creazione di musei nazionali dedicati alla moda, la sua inclusione nelle collezioni istituzionali, come già esplorato nel capitolo precedente, partecipa alla discussione riguardo al ruolo dei processi e degli oggetti di moda in questo contesto, trovando una posizione ai fenomeni e ai materiali di moda nelle diverse definizioni di heritage culturale. Il secondo invece, basandosi sulla nozione di heritage come una costruzione e un processo in continua negoziazione, proposta da Laurajane Smith<sup>3</sup>, approfondisce le pratiche di *heritage-making* nella moda. Il capitolo esplora queste pratiche focalizzandosi su quelle promosse dai *fashion designer*, che le affrontano con un punto di vista influenzato dalla loro esperienza e necessità progettuale. Per esempio, la collezione di moda creata da Azzedine Alaïa, confluita nel 2021 nella Fondation Azzedine Alaïa, è stata creata dal designer tunisino con l'intento di salvaguardare il lavoro di designer storici e suoi contemporanei, ma anche per acquisire nuove conoscenze studiandone la costruzione.<sup>4</sup> Un'attenzione condivisa anche da Kim Jones che invece ha collezionato il lavoro della generazione di designer punk londinesi, che oltre a essere una risorsa e fonte di ispirazione per il suo lavoro, Jones mette a disposizione dei suoi colleghi come un "working archive".<sup>5</sup> I designer assumono anche il ruolo di curatori contribuendo alla scrittura di nuove storie di moda attraverso le loro mostre. Lo fanno intervenendo nei progetti allestitivi di altri curatori per aiutare nella selezione di oggetti rappresentativi del proprio lavoro e del proprio immaginario - come nel caso di Nicolas Ghesquière per la mostra *Balenciaga. Paris* (Parigi, Musée des Arts

2. I modi in cui i due designer riutilizzano i propri archivi sono spiegati raccontati da Barnard, "Save the Gowns!", op. cit.; e Martin Margiela, Vincent Wierink, Kaat Debo, "Martin Margiela & the Act of Archiving", op. cit.  
 3. Laurajane Smith, *Uses of Heritage*, op. cit., p. 3.  
 4. Thomas Lenthal, "The Azzedine Alaïa Collection", op. cit.  
 5. Lou Stoppard, "The obsessive archives of Kim Jones", op. cit.



Décoratifs, 4 luglio 2006 - 28 gennaio 2007) o della mostra retrospettiva dedicata al lavoro Dries Van Noten (Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 1 marzo - 31 agosto 2014; MoMu - Museo della Moda di Anversa, 15 febbraio - 19 luglio 2015). Altre volte, interpretano le collezioni di moda dei musei, attraversandole secondo i propri metodi progettuali, come nel caso di Christian Lacroix per la mostra *Christian Lacroix: Histoires de Mode* (Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 7 novembre 2007 - 20 aprile 2008) o di An Vandevorst e Filip Arickx di A.F. Vandevorst, che curano al MoMu di Anversa la mostra *Katharina Prospekt* (9 settembre 2005 - 5 febbraio 2006). Jonathan Anderson, che cura la mostra *Disobedient Bodies. JW Anderson Curates the Hepworth Wakefield* (Wakefield, Hepworth Wakefield Gallery, 18 marzo - 18 giugno 2017) compila nel catalogo che accompagna l'esposizione un glossario dove riflette sui parallelismi tra le pratiche del curatore e quelle del designer, osservando la sulla sua esperienza personale e analizzando il suo modo di lavorare.<sup>6</sup>

La sovrapposizione tra le pratiche curatoriali e quelle progettuali è evidente nella figura del direttore creativo, che ottiene particolare attenzione nel contesto della moda degli anni Novanta. Il direttore creativo è quel designer che ha il compito di imprimere la propria visione sulla struttura del marchio, sapendone utilizzare il patrimonio, materiale e immateriale, per tessere nuove storie e narrazioni che sappiano consolidarne la rilevanza anche nel presente.

L'analisi delle metodologie con cui i direttori creativi interagiscono con l'heritage dei marchi di moda offre nuove prospettive per interpretare il significato di heritage e di archivio nella moda. Il quarto capitolo della tesi, "L'archivio nelle parole dei designer" si concentra sulle definizioni che alcuni degli autori e delle autriche contemporanei hanno dato degli archivi, e nello spiegare il rapporto con il passato e la sua costruzione nel loro lavoro. Le scelte operate da questi progettisti e le soluzioni adottate per gestire il loro rapporto con il patrimonio dei marchi permettono di ricostruire nuovi significati che interpretano le potenzialità dell'archivio nella moda relazione ai temi dell'identità, del corpo, della storia e della sua scrittura.

Alessandro Michele, direttore creativo di Gucci dal 2015 al 2022, ha definito il marchio italiano un "laboratorio di hackeraggio" quando, per la collezione *Gucci Aria* autunno/inverno 2021 ha invitato Demna Gvasalia, direttore creativo di Balenciaga a collaborare alla progettazione di alcuni looks che mescolavano i codici dei due brand. La metafora però permette di rileggere i metodi con cui Michele ha lavorato con l'heritage di Gucci. Il suo lavoro si distingue in particolare per la riflessione del designer sul tema dell'originale e della copia, e nel recupero delle

6. Jonathan W. Anderson, (a cura di), *Disobedient Bodies.*, op. cit., n.p.

storie parallele che hanno contribuito a mantenere vivo e rilevante il marchio negli anni, come il lavoro del sarto newyorkese Daniel Day. Nelle sue operazioni, Michele interviene sulle lacune e sulle omissioni della storia del marchio, rendendo le sue collezioni delle occasioni per ripararle, riconfigurando i codici di Gucci per accogliere nuovi significati e interpretazioni.

Maria Grazia Chiuri si definisce invece curatrice dell'heritage di Dior, di cui è direttrice creativa dal 2016. Da questa posizione affronta non solo la storia del marchio, i suoi codici, l'archivio e i suoi contenuti, ma struttura una riflessione sul ruolo della maison nel panorama culturale francese, rileggendo i meccanismi di costruzione del patrimonio del marchio e del valore che occupa nel contesto del paese. Studiando nell'archivio della *maison* il completo *Bar* che Christian Dior ha progettato nel 1947, utilizza l'oggetto per formulare i suoi pensieri sulla costruzione dell'identità femminile nei progetti di Dior e dei suoi direttori creativi, e per formularne una sua personale interpretazione. Questa prende forma sia nelle soluzioni tecniche che introduce per la confezione delle sue collezioni, ma anche nell'intenzione di contestualizzare i codici dell'heritage di Dior attraverso una lettura critica guidata dal suo punto di vista come prima donna alla direzione creativa del marchio. Per farlo, Chiuri dialoga con artiste e teoriche femministe, che invita a collaborare ai suoi progetti per il marchio francese.

La carriera di Virgil Abloh, attraverso architettura, design e musica, e dai suoi diversi progetti individua gli strumenti che utilizza come direttore creativo delle linee maschili del marchio francese Louis Vuitton, dal 2018 al 2021. Uno degli elementi di questo linguaggio progettuale è per esempio la "regola del 3%", secondo cui modificando il tre per cento di un oggetto è possibile crearne uno nuovo. Abloh utilizza questa regola sia per rielaborare gli iconici modelli di scarpe Nike per la collezione *The Ten*, che le borse della sua prima collezione per Louis Vuitton presentata nel 2018. Influenzato dal lavoro per la musica, questo processo si avvicina a quello del *sampling* che Nicolas Bourriaud delinea come una delle pratiche caratteristiche degli artisti postmoderni.<sup>7</sup> Da Louis Vuitton, inoltre, Virgil Abloh si confronta la propria identità di designer afroamericano e delinea un progetto che utilizza il marchio francese come una piattaforma per esplorare la propria storia personale, iscrivendo nell'heritage di Louis Vuitton temi della rappresentazione, dell'inclusività e dell'identità afroamericana.

Il confronto tra i tre casi permette di individuare dei punti in comune che consentono di sviluppare ulteriormente la riflessione riguardo la relazione tra

7. Nicolas Bourriaud, *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, Milano: Postmedia, 2004.

archivio e direttore creativo, e il tema dell'heritage nella moda come procedimento progettuale. Per esempio, l'attenzione posta alle descrizioni e alle analogie utilizzate dai direttori creativi per descrivere il proprio rapporto con l'heritage dei marchi per cui lavorano - il confronto tra le fonti prese in esame - rende evidente la dimensione progettuale che le parole assumono nelle loro pratiche. Le parole aiutano i tre autori a confrontarsi con i concetti esplorati nel loro lavoro, a mettere a fuoco i riferimenti teorici a cui ricorrono e a restituire i ragionamenti rispetto al proprio ruolo di direttori creativi. Diventa inoltre evidente la pluralità di significati che il concetto di heritage assume attraverso i loro progetti, che si articolano anche in risposta al modo in cui i marchi gestiscono il proprio patrimonio. Il lavoro dei tre direttori creativi si sviluppa parallelamente alle attività dei marchi, che inaugurano musei aziendali, organizzano mostre ed altri eventi dove promuovere narrazioni che non sempre prevedono il contributo dei designer esaminati e non si allineano con la loro visione. Ognuno dei casi esaminati modella il proprio intervento anche in relazione alle possibilità concesse dalla struttura del patrimonio aziendale e trasforma la sua visione con il cambiare dei suoi obiettivi, in una reciprocità che lega le operazioni aziendali alle narrazioni costruite dai direttori creativi. La realizzazione di momenti che approfondiscono il marchio e la sua storia, come mostre e pubblicazioni, creano inoltre nuove conoscenze a cui i designer possono attingere. Estendendo l'analogia che Chiuri usa per spiegare il suo ruolo da Dior, è possibile leggere il lavoro degli altri due direttori creativi come quello di curatori, la cui lettura critica attraversa l'identità dei propri marchi offrendo nuovi approfondimenti tramite ogni progetto che sviluppano: dalle collezioni, alla creazione delle immagini di campagna pubblicitaria, agli eventi da loro supervisionati. Tutti questi interventi trovano a loro volta uno spazio negli archivi del marchio, iscrivendosi anche materialmente nella loro storia, e collaborando ad estendere le dimensioni del patrimonio dei tre brand. Costruendo nuove possibilità di lettura, anche discordanti, dell'heritage di questi brand, i direttori creativi inseriscono un germe che i loro successori possono recuperare e coltivare, alimentandone la visione oltre il loro tempo.

### VI.1 Dimensione progettuale delle parole

Le fonti esaminate nei capitoli precedenti sono conversazioni, interviste, testi e comunicati stampa dove i direttori creativi hanno, in prima persona, descritto il loro lavoro. Le loro parole chiariscono le loro attitudini progettuali e dimostrano come, per i tre direttori creativi, testo e parola costituiscano uno strumento che permette di approfondire e condividere i temi affrontati nel proprio lavoro.

I designer ricorrono al testo per chiarire la propria visione o per ampliare il proprio discorso progettuale. Virgil Abloh compila un vocabolario personale messo

a disposizione degli invitati alle presentazioni delle sue collezioni per la linea maschile di Louis Vuitton. Il designer aggiorna le voci del vocabolario in occasione di ogni presentazione e aggiungendone seguendo lo sviluppo delle sue collezioni, mostrando come la propria interpretazione di ogni termine cambi di fronte ai diversi progetti. Per Abloh, il vocabolario è lo spazio dove poter chiarire azioni progettuali e dare il suo punto di vista e la sua interpretazione dei termini che più comunemente compongono il linguaggio del design della moda. Uno di questi per esempio è la definizione di *designer*, che si trasforma nel corso delle collezioni riflettendo le criticità incontrate da Abloh nel suo lavoro. Nel vocabolario mette a fuoco anche il personale significato di *streetwear* e di *lusso*, ma anche di termini come *staple* o *archetype*, che permettono di chiarire come il designer americano interpreti le categorie di oggetti che si trova a progettare, anche in relazione al contesto del marchio francese.

I comunicati stampa delle collezioni di Alessandro Michele per Gucci chiariscono invece gli apparati teorici del direttore creativo. Spesso scritti in prima persona, riflettono sui concetti che Michele incrocia ed esplora nel suo lavoro, tra cui il rapporto con la storia e il passato, la citazione e la copia. I suoi comunicati introducono una novità nel modo in cui i designer comunicano il lavoro fatto per le collezioni - invece descrivere gli oggetti o spiegare i riferimenti utilizzati, i *press release* di Michele sviluppano il tema dei suoi metodi progettuali, del suo modo di pensare la moda, avvalendosi degli scritti di filosofi, accademici e studiosi di diverse discipline, aiutano a restituire la complessità del progetto di moda e a evidenziare la moltitudine di campi teorici che attraversa.

Ma i tre direttori creativi chiariscono anche come le parole siano uno strumento per la progettazione, elementi attorno cui costruire le proprie collezioni. Maria Grazia Chiuri spiega, per esempio, che dopo il suo primo confronto con Chimamanda Ngozi Adichie, si è resa conto di come le parole fossero un punto di partenza per i suoi progetti, utili per fare chiarezza sulle idee che cerca di esplorare nel suo lavoro: "Since then, the various collections through which I sought to break down the complexity of the relationship between femininity and feminism put words first, followed by images".<sup>8</sup> Per Alessandro Michele il racconto è stato uno strumento utile per lo sviluppo degli immaginari delle sue collezioni. In conversazione con Maria Luisa Frisa nel 2016, spiega come sia stato un punto di partenza per la progettazione, per condividere la propria visione con i suoi collaboratori:

Ai miei collaboratori faccio un racconto che non corrisponde a niente di reale. Situazioni assurde che però servono a dare

8. Maria Grazia Chiuri, "What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?", in *Grazia*, 2020, ultimo accesso 9 agosto 2022: <https://graziomagazine.com/articles/maria-grazia-dior-fashion-essay/>



↑ Un look della collezione *Ebonics*, Louis Vuitton autunno/inverno 2021 di Virgil Abloh. Sulla tracolla della borsa la frase "The same place at the same time" composta dall'artista Lawrence Weiner per la collezione. Foto di Louis Vuitton.

spazio all'immaginazione. Io riprogrammo gli altri linguaggi, le parole degli altri. Se io racconto una storia, i miei collaboratori immaginano una serie di altre cose, diverse, che poi rimetto insieme, riordino nella mia maniera e ricompongo il mio mosaico.<sup>9</sup>

Virgil Abloh invece pubblica nel volume *Nike. Icons* conversazioni estrapolate dalle *chat* con il suo team, mostrando come parte del suo lavoro si sia svolto sulle piattaforme di messaggistica istantanea, e come lo stesso utilizzo degli strumenti di editing delle immagini della piattaforma, e il linguaggio favorito dalla chat, venga tradotto nel lavoro e diventi a sua volta un record del processo creativo condiviso.<sup>10</sup> Gli *screenshots* e le trascrizioni costruiscono importanti documenti per analizzare il suo processo progettuale e per tenere una traccia del linguaggio usato per condividere le idee in questa fase di lavoro, che il direttore creativo decide di condividere nella pubblicazione, e che raccoglie anche nel suo archivio personale come presentato nel catalogo della mostra Virgil Abloh: "Figures of Speech", curata da Michael Darling al Museum of Contemporary Art di Chicago (10 giugno - 22 settembre 2019).<sup>11</sup>

Il lavoro dei tre direttori creativi solleva anche un'ulteriore questione rispetto allo studio delle parole dei designer e a dove ricercarle. Nei capitoli precedenti vengono citati degli esempi dove, nel lavoro dei tre direttori creativi, parole, slogan e messaggi sono stati riprodotti anche sugli oggetti delle loro collezioni. Nei casi citati, i messaggi sono indicativi di uno specifico tema, e possono essere letti come una dichiarazione di intenti degli stessi direttori creativi. Lo è per esempio la t-shirt che riporta la scritta "We should all be feminist", titolo del saggio dell'attivista Chimamanda Ngozi Adichie, che Maria Grazia Chiuri presenta nella sua prima collezione per Christian Dior, primavera/estate 2017. La frase è programmatica dell'impostazione del progetto di direzione creativa di Maria Grazia Chiuri per Dior. Ricorda il suo punto di vista e la sua lettura dell'heritage di Dior come prima direttrice creativa donna del marchio, e svela la collaborazione con teoriche e attiviste nel suo utilizzo dei riferimenti di visioni femministe. Nelle collezioni di Alessandro Michele per Gucci, tra le diverse parole e frasi che vengono stampate o ricamate, sono i graffiti "Real" e "Fake" della collezione autunno/inverno 2016 che immediatamente chiariscono una delle letture del marchio da parte di Alessandro Michele, nel suo rapporto con l'originale e la contraffazione - non a caso, la collaborazione nasce in risposta al coinvolgimento di Trevor Andrew, che utilizzava il logo di Gucci

9. Maria Luisa Frisa, "Alessandro Michele". 13 aprile 2017, in *Flash Art*, ultimo accesso 14 aprile 2022: <https://flash---art.it/article/alessandro-michele/>
10. Virgil Abloh, *Nike. Icons*, cit.
11. Michael Darling, *Virgil Abloh: Figures of Speech*, op. cit.



nei suoi graffiti. Un altro esempio è il maglione jacquard con la scritta “Copie delle copie delle idee”, parte della collezione Pre-fall 2018 che meglio riflettono i discorsi del direttore creativo romano per parlare del suo lavoro. Virgil Abloh identifica tra gli elementi del suo dna progettuale le “‘Figures of speech’ or the ‘quotes’”<sup>12</sup>, la pratica di includere parole o segni grafici come le virgolette negli oggetti che progetta per estrarli dal proprio contesto e poterli guardare da un nuovo punto di vista.<sup>13</sup>

## VI.2 Definizione plurale di heritage

Nell’analisi del lavoro dei tre direttori creativi viene sottolineata l’eterogeneità delle forme che il patrimonio dei tre marchi assume. I tre marchi hanno costruito in maniera diversa il rapporto con la propria storia oltre i progetti dei designer, con obiettivi e scopi diversi. Le espressioni delle strutture aziendali e il contesto in cui si sono formate contribuiscono a definire il campo di azione dei direttori creativi. Come spiega la sociologa Joanne Entwistle ricorrendo all’analisi delle teorie dell’antropologo Bruno Latour applicate ai *fashion studies*:

Brands are not static semiotic signs or symbols with stable meaning as some conventional brand literature has argued. Instead, the brand is an ‘event’ - a thing in time that is constantly evolving and has multiple changing qualities. Moreover, as an event it is distributed - not existing in any one place at one time but dispersed over many spaces and places.<sup>14</sup>

I direttori creativi tracciano un progetto di uso dell’heritage del marchio che risponde ai limiti e alle possibilità che emergono dall’importanza che ogni brand riconosce al proprio heritage, un valore che cambia nel tempo e nelle situazioni in cui il marchio è coinvolto. Questo è il risultato delle pratiche di selezione degli oggetti che compongono le collezioni dei loro archivi, a disposizione dei direttori creativi, ma anche delle interpretazioni dei loro predecessori, che a loro volta hanno dato forma ai racconti del marchio individuando elementi da promuovere, elaborare e rendere un codice fisso del loro dna. Proprio per il modo in cui la storia dei due marchi è codificata, registrata e condivisa, entrambi i direttori creativi possono recuperare elementi del lavoro dei precedenti direttori - in particolare Tom Ford da Gucci e Raf Simons, Gianfranco Ferré, Marc Bohan, Yves Saint Laurent da Dior - riconoscendo il loro contributo impresso nell’heritage dei due brand.

12. Virgil Abloh, *Insert complicated title here*, cit., p. 15.

13. *Ibid.*

14. Joanne Entwistle, “Bruno Latour. Actor-Network-Theory”, in Rocamora, Agnès, Smelik, Anneke (a cura di), *Thinking Through Fashion. A Guide to Key Theorists*, Londra - New York: I.B. Tauris, p. 279.

Per Alessandro Michele e Maria Grazia Chiuri, il confronto con l’heritage di Gucci e Christian Dior è inevitabile. Questi due marchi hanno codificato e costruito una narrazione della propria storia e hanno creato istituzioni che la promuovono. Non solo i due marchi investono nei propri archivi, ma possiedono spazi espositivi dove mostrarne le collezioni. Il confronto tra i due spazi espositivi, permette di tracciare un’ulteriore approfondimento rispetto ai modi eterogenei con cui i marchi gestiscono il proprio heritage. Gucci, per esempio, ha inaugurato in piazza della Signoria Firenze nel 2018 il Gucci Garden. Alla sua inaugurazione, il progetto espositivo curato da Maria Luisa Frisa per la *Gucci Garden Galleria* includeva oggetti selezionati dall’archivio del marchio per esplorare la storia e i codici del marchio ripresi dal direttore creativo Alessandro Michele, come il rapporto con gli elementi faunistici e floreali, i codici equestri, il logo, la valigeria. Nel corso della direzione creativa di Michele lo spazio e le sue mostre sono cambiate, ma è rimasto comunque un luogo in cui la storia di Gucci veniva orchestrata per aiutare a raccontare il lavoro del direttore creativo. Diversamente, La Galerie Dior, inaugurata nel 2022 a Parigi, nella storica sede degli atelier al numero 30 di Avenue Montaigne è un grande spazio espositivo che attraversa la storia del marchio mostrando il lavoro del fondatore e quello dei direttori creativi della linea femminile della *maison* francese. La galleria attraversa i codici identificativi della *maison* in maniera trasversale, coinvolgendo equamente il lavoro di Chiuri e dei suoi predecessori, ma diversamente da Gucci, il lavoro di Chiuri nella galleria non è centrale. Nel contesto della Galerie, il lavoro di Chiuri viene considerato una delle molte espressioni della lunga storia del brand. Mentre alcune installazioni mettono in evidenza il lavoro della direttrice creativa, l’intero allestimento non favorisce la lettura del lavoro di nessun autore e rende invece chiara l’autorità del marchio nel comunicare la sua storia.

Chiuri e Michele, inoltre, hanno a disposizione un complesso sistema di codici da riprendere e utilizzare nel proprio lavoro. Nel caso di Gucci, il morsetto, il nastro verde-rosso-verde, il manico in bambù curvato a fiamma, per esempio, sono elementi che vengono utilizzati da Alessandro Michele con libertà attraverso le sue collezioni. Nelle sue operazioni di *hackeraggio* dell’heritage di Gucci i codici vengono mescolati per creare diverse interpretazioni della storia del marchio, a volte anche individuandone e introducendone di nuovi, come nel recupero del lavoro di Dapper Dan, o quello dell’artista Trevor Andrew con la doppia G di Gucci.

Anche Maria Grazia Chiuri si trova di fronte ad una storia precisamente codificata, dove la visione del fondatore, la sua biografia e le *silhouettes* da lui disegnate ancora coprono un ruolo centrale. La *Bar Suit*, iconica giacca presentata nella prima collezione di Christian Dior del 1947, è sempre presente in ogni collezione



↑ Un abito della collezione alta moda primavera/estate 1983 di Marc Bohan per Christian Dior e l'abito *Immense Secret* della collezione primavera/estate 2018 di Maria Grazia Chiuri per Christian Dior, fotografati nell'archivio della maison nel 2018. Foto di Marion Berrin.

disegnata dalla direttrice creativa, come in quelle dei suoi predecessori. Ognuno di questi ha trovato sempre nuovi modi di ricostruirla, ma, riconoscendo nella giacca uno dei codici più rappresentativi della storia di Dior, la sua forma è rimasta un elemento ricorrente in ogni collezione.

L'esperienza di Virgil Abloh da Louis Vuitton è diversa dalle altre due. Sebbene il marchio abbia una lunga storia, l'heritage del marchio ha dato maggiore importanza alle sue borse e valigie, da cui vengono estrapolati i codici, come il *damier* - il motivo a scacchiera - che vengono applicati anche nelle linee di abbigliamento. Queste hanno un ruolo secondario, e anche se i predecessori di Abloh hanno creato delle collezioni che hanno lasciato traccia nella storia di Louis Vuitton - come quelle progettate da Marc Jacobs per le linee femminili del marchio, o da Kim Jones per le linee maschili - queste non sono entrate a fare parte del repertorio di codici a disposizione del designer afroamericano. Quindi Abloh può introdurre nel marchio il proprio heritage personale e utilizzare il brand francese come spazio per elaborare una propria narrazione personale. Le sue riflessioni risentono delle possibilità offerte dalla piattaforma di Louis Vuitton e dalla sua lunga storia, ma non sono costruite attraverso delle forme o dei codici - il designer americano non cita nel suo lavoro il confronto con i suoi predecessori Kim Jones e Paul Helbers, perché la trasmissione dell'heritage di Louis Vuitton non necessita di questo confronto.

Inoltre, diversamente da Alessandro Michele e Maria Grazia Chiuri, Abloh non solo è una figura che pratica contemporaneamente diverse discipline, faticando a identificarsi come direttore creativo o designer, ma possiede un proprio marchio, Off-White™, fondato nel 2012, dove ha potuto formare un proprio linguaggio progettuale da applicare ai diversi progetti che affronta. Anche se per Chiuri quello per il marchio francese non è il primo ruolo come direttrice creativa - dal 2008 fino al 2015, assieme a Pierpaolo Piccioli, è stata co-direttrice creativa del marchio italiano Valentino, per cui ha lavorato dal 1999 - sviluppa la metodologia curatoriale analizzata in questa ricerca specificatamente per affrontare l'heritage di Dior, di cui riconosce come l'architettura della sua istituzione sia un elemento con cui deve confrontarsi per riuscire a veicolare la sua visione creativa.

### VI.3 Direzione creativa come processo curatoriale

Tra i casi analizzati, è Maria Grazia Chiuri che si definisce una curatrice dell'heritage di Dior. Gli strumenti individuati per analizzare il caso di Chiuri permettono di osservare come anche nelle pratiche degli altri due direttori creativi si possano individuare degli approcci curatoriali.

Chiuri scrive che svolge il suo ruolo di curatrice dell'heritage di Dior individuando un tema e sviluppandolo attraverso una selezione di oggetti che le permettono di costruire una narrazione<sup>15</sup>, come potrebbe fare il curatore in mostra accostando oggetti diversi per creare una relazione. Inoltre, coinvolge artiste e studiose nell'ideazione e progettazione delle sue collezioni e delle sue sfilate, e attraverso questi dialogo aggiorna e approfondisce il suo punto di vista su Dior e il suo heritage.

Questo approccio che include il coinvolgimento e la collaborazione con altri artisti e professionisti viene adottato anche nei progetti di Michele e Abloh. Nel quinto capitolo vengono citate le occasioni in cui Michele invita Demna Gvasalia a collaborare alla progettazione di alcuni looks della collezione *Gucci Aria*, oltre a coinvolgere Trevor Andrew e Daniel Day nelle collezioni precedenti. Virgil Abloh invece, invita il rapper Saul Williams e il poeta Kai Isaiah Jamal a recitare e leggere i testi che hanno accompagnato la sfilata autunno/inverno 2021, mentre l'artista concettuale Lawrence Weiner ha creato degli aforismi legati ai temi della collezione. Se per il direttore creativo di Gucci le collaborazioni servono ad esplorare i temi dell'originale e della copia e della contraffazione, dei prodotti e della storia di Gucci, per Abloh, nei vari stadi del proprio percorso, e soprattutto per le sue ultime collezioni per Louis Vuitton, queste collaborazioni sono un'occasione per esplorare la propria identità progettuale anche in relazione a Louis Vuitton, come primo direttore creativo afroamericano della *maison* francese. Coinvolgendo questi artisti, Abloh affronta le tematiche della razza e dell'identità, anche di genere. Queste posizioni, che entrano anche in contrasto con le convenzionali narrazioni dei marchi, sono quelle scommesse, che, nel saggio "The Curator's Risk", pubblicato nel 2008 nel numero 12 della rivista *Fashion Theory*, Maria Luisa Frisa definisce caratteristiche del ruolo del curatore, che si trova nella posizione di "construct a different kind of discourse around fashion and to offer new points of observation; but it also means imagining your own insights and being willing enough to take a gamble on them".<sup>16</sup>

Se l'operazione del curatore è inoltre quella di individuare oggetti ed elementi ed ordinarli in una narrazione, come espone Chiuri, la collezione *Gucci Aria* di Alessandro Michele è un esempio di come anche Alessandro Michele abbia utilizzato un approccio curatoriale nei confronti dell'heritage di Gucci. Gli elementi individuati dall'archivio del brand - accessori, dettagli e looks - vengono riordinati in una narrazione personale della sua storia. La sequenza della sfilata viene per esempio aperta da una riproduzione del completo di velluto rosso progettato da Tom Ford per la collezione autunno/inverno 1996, e si sviluppa attraverso la citazione

15. Maria Grazia Chiuri, "What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?", *op. cit.*

16. Maria Luisa Frisa, "The Curator's Risk", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol. 12:2, 2008, p. 172.



↑ Campagna della collezione Gucci Aria, autunno/inverno 2021, foto di Mert Alas e Marcus Piggot. Il modello, che indossa la riproduzione del completo di velluto rosso progettato da Tom Ford per la collezione autunno/inverno 1996 di Gucci, tiene in mano una copia del saggio *Bodies That Matter* dell'autrice Judith Butler.



di altri momenti della storia del marchio attraverso i suoi codici in un ordine che origina nuovi collegamenti nella storia di Gucci e nella biografia dei suoi oggetti.

La riflessione sulla sovrapposizione del ruolo del direttore creativo e del curatore nella moda è interessante per due motivi. Innanzitutto, amplia la posizione del curatore al di fuori del contesto dei musei e delle mostre, affermando il suo ruolo nel mondo della progettazione di moda. Questo permette di determinare quali siano le azioni, i gesti e il lavoro del curatore in questo nuovo campo. In secondo luogo, la riflessione sul ruolo del designer o direttore creativo come curatore consente di riconsiderare anche il ruolo del brand come quello di una istituzione e piattaforma che veicola e diffonde le idee dei designer oltre ai suoi prodotti.

Attraverso il dialogo con altri artisti, designer e professionisti, il direttore creativo non sempre sceglie di essere un curatore, ma il suo lavoro può essere analizzato come nel caso di una mostra, soprattutto quando si considera la sfilata o la presentazione una restituzione del suo lavoro che attraversa a sua volta anche l'archivio. La collezione può essere pensata come una raccolta delle diverse visioni e interpretazioni che il direttore creativo compone anche attraverso lo studio, la ricerca e il confronto con la materialità dell'archivio e i looks che la compongono, che mescolano diversi codici e riferimenti, mettono in dialogo questi elementi aiutando a rendere più complesse le interpretazioni degli oggetti selezionati dalla storia del marchio. Inoltre, i lavori realizzati in collaborazione con gli altri autori diventano parte di questa storia, lasciando un'impronta capace di ridefinire la sua identità nel panorama contemporaneo. La moda, in questo senso, diventa un linguaggio in continua evoluzione, capace di raccontare ed evocare storie e vecchie e nuove, e riflettere sui temi del nostro tempo.

#### VI.4 Ritorno all'archivio

La tesi esplora il rapporto tra direttore creativo e archivio, focalizzandosi su come i direttori creativi attingono e reinterpretano i contenuti degli archivi dei marchi che dirigono. Tuttavia, come già sostenuto, tale rilettura non si esaurisce in un'operazione unilaterale, ma lascia a sua volta un'impronta nell'archivio stesso, contribuendo alla sua riconfigurazione e alla ridefinizione del significato degli oggetti che lo compongono. Innanzitutto, i direttori creativi selezionano e ricontestualizzano oggetti e materiali d'archivio, conferendo loro nuove interpretazioni e significati. Questa operazione di rilettura può portare alla riscoperta di elementi dimenticati o trascurati, oppure alla creazione di nuovi accostamenti e connessioni tra oggetti apparentemente lontani. Inoltre, i direttori creativi spesso utilizzano i contenuti dell'archivio come punto di partenza per la creazione di nuovi prodotti e

materiali. Questi nuovi elementi, a loro volta, vengono poi integrati nell'archivio, arricchendolo e ampliandone i contenuti, introducendo nuovi temi e storie.

Tra i casi esaminati, quello di Alessandro Michele per Gucci permette di sviluppare ulteriori riflessioni secondo questa chiave di lettura. Nel progetto per il riallestimento dell'archivio Gucci a Palazzo Strozzi, inaugurato nel 2021, Alessandro Michele definisce lo spazio delle sue collezioni nell'architettura dell'archivio, assegnando delle stanze e dandogli un nome che esprime anche un suo punto di vista sugli oggetti in esse conservati. Non solo decide la distribuzione degli oggetti collezionati dall'archivio - storici e recenti, tra cui il suo lavoro - ma interviene imprimendo una sua visione anche sull'allestimento delle stanze, armadi e box in cui sono posizionati. Assume il ruolo di curatore di questo spazio. Creando un luogo che riflette la sua visione del patrimonio del marchio, Michele trasforma l'archivio in un luogo di narrazione, dove ogni stanza assume un significato specifico e racconta una storia. I nomi assegnati alle stanze, come "Demetra" o "Ephemera", provenienti dal vocabolario delle sue collezioni, evocano suggestioni e atmosfere che guidano la lettura dei pezzi esposti.

Gli altri direttori creativi esercitano meno controllo sul modo in cui il proprio lavoro viene archiviato ma, inevitabilmente, non solo i loro oggetti entrano a fare parte delle collezioni dei brand che dirigono, ma il loro lavoro, i temi che hanno sviluppato e le loro narrazioni vengono registrate nel patrimonio culturale dei marchi. Infatti nelle loro pratiche, Maria Grazia Chiuri e Virgil Abloh si pongono delle domande rispetto all'impatto del proprio lavoro nell'heritage di Christian Dior e Louis Vuitton. Chiuri, in particolare, si confronta con questo elemento dal primo momento che entra in contatto con la *maison* francese, che la direttrice creativa non considera un'entità univoca ma come l'insieme delle diverse visioni e letture che ne hanno fatto i suoi precedenti direttori creativi.

Nel saggio "Authoring Fashion, Intersecting Sex and Gender" dedicato ad approfondire la prima collezione di Maria Grazia Chiuri, primavera/estate 2017, il teorico Paul Jobling si domanda quale corpo iscriva Maria Grazia Chiuri nell'heritage di Dior con questa collezione.<sup>17</sup> La domanda pone sotto una prospettiva interessante il lavoro di Chiuri ma può essere estesa anche a quello degli altri due direttori creativi presi in esame, per interrogarsi su quali elementi accompagnano gli oggetti e le immagini del loro lavoro che vengono inclusi negli archivi e registrate nella storia dei marchi che guidano e hanno guidato. Pur esplorando il potenziale

17. Paul Jobling, Philippa Nesbitt, Angelene Wong, "Authoring fashion. Intersecting sex and gender", in Jobling, Paul, Nesbitt, Philippa, Wong Angelene, *Fashion, Identity, Image*, Londra: Bloomsbury Visual Arts, edizione del Kindle, 2022.



↑ Gli skyline di Chicago e Parigi, riprodotti in due giacche della collezione *Ebonics*, Louis Vuitton autunno/inverno 2021 di Virgil Abloh. Foto di Louis Vuitton.

creativo dell'archivio, i tre autori ne riattivano la dimensione politica - ognuno attraversando una causa e tematica diversa, legata ai temi dell'inclusione, del recupero delle storie, per dargli nuovo significato. Tutti e tre i direttori creativi hanno usato, a loro modo, la loro posizione per approfondire l'heritage dei propri brand, iscrivendo nuovi temi e letture che prendono forma, nel loro progetto, anche nel coinvolgimento di corpi e identità precedentemente assenti o non rappresentati. Una volta entrati nell'archivio, rimarranno una testimonianza delle loro idee e del loro contributo, un repertorio a disposizione dei propri successori.

Gli archivi di un brand sono quindi inevitabilmente influenzati dal lavoro dei suoi designer e del direttore creativo. Le urgenze avvertite da questi autori hanno portato alla costruzione delle collezioni o all'acquisizione di alcuni pezzi che potessero fornire nuovi strumenti per approfondire i loro interessi in specifici elementi o momenti della storia del marchio. Si trasformano anche fisicamente, per trovare lo spazio per accogliere il loro lavoro, o sviluppano soluzioni per accogliere e conservare oggetti di nuove forme e materiali. I collegamenti che questi oggetti creano, inoltre, tra quelli già presenti nella collezione, contribuiscono a rinnovare i significati e le traduzioni dell'identità dei brand.

La tesi si è concentrata su tre casi che sono emblematici, ma non isolati. L'archivio occupa spesso i discorsi dei designer, che con le loro pratiche progettuali lo rendono a sua volta più complesso. Soffermandosi sulle parole e le riflessioni dei designer e dei direttori creativi, i concetti di heritage e archivio nella moda vengono estesi oltre i loro significati tradizionali. Il confronto con l'archivio plasma a sua volta il designer, che di fronte a questo nuovo strumento trova la necessità di ridefinire il suo ruolo per includerlo nelle sue operazioni. Il compito del designer si misura su questo nuovo piano con la relazione con il passato, la costruzione di una propria identità e la salvaguardia del proprio lavoro, definendo la sua professione e quella del direttore creativo. L'archivio diventa quindi non solo uno strumento e uno spazio di lavoro, ma un mezzo per attraversare il progetto di moda. Nel panorama contemporaneo, è uno dei luoghi che, assieme alla passerella, l'atelier e lo studio, costruiscono l'immaginario della moda. L'archivio mantiene, anche nella moda, il suo fascino identitario - rimane il simbolo più forte, la fonte della storia e dell'autenticità del potere del marchio, dove si intrecciano passato, presente e futuro, alimentando un dialogo creativo che dà forma a sempre nuove conoscenze. Anche quando il direttore creativo ne altera i codici contenuti, si confronta con la sua storia e la sua esistenza, le stratificazioni che ha assunto. Un repertorio infinito di idee e forme, l'archivio ne racchiude gli ideali a disposizione per essere contaminati e corrotti. Il lavoro di ogni direttorio creativo, e i procedimenti progettuali con cui riconfigura l'heritage del marchio, diventa il repertorio per il

creativo successivo - qualcosa da cui attingere o a cui opporsi, da dimenticare o ricordare. La moda, con la sua capacità di raccontare e interpretare corpi e storie, ha un ruolo fondamentale nel plasmare la percezione del passato e nel costruire l'identità collettiva. Esplorare l'evoluzione dell'heritage nella moda significa dunque interrogarsi su come la nostra società si relaziona con il proprio passato e come lo proietta nel futuro.

#### Linee di indagine future

Gli spunti individuati nella tesi riguardo agli archivi e le pratiche progettuali dell'heritage nella moda lasciano aperte possibili linee di indagine che permettono di inquadrare l'evoluzione che questi temi potranno assumere di fronte a nuovi stimoli delle discipline della moda.

In primo luogo, la tesi si sofferma unicamente sul lavoro di direttori creativi per tre grandi marchi internazionali che possiedono le risorse per permettere ai designer di attraversare gli archivi con gli strumenti e i progetti che desiderano sviluppare. Tuttavia, la trasversalità del tema permette di porre delle domande riguardo al rapporto che designer e marchi emergenti hanno con gli archivi, e quali necessità plasmano questo rapporto. Soprattutto di fronte alla necessità e ai metodi con cui questi nuovi marchi costruiscono il loro passato e i loro archivi. Anche il tema dell'*upcycling*, che consiste nel dare nuova vita a materiali di scarto, fondamentale per le pratiche di molti nuovi marchi emergenti, si intreccia sempre più con il tema dell'heritage e delle nuove forme che questo assume.

Inoltre il rapporto con il digitale offre un'ulteriore linee di indagine rispetto alle modalità di gestione delle tracce virtuali dell'heritage dei marchi, costituite da tutti i materiali come post, immagini, brevi messaggi di testo condivisi sulle diverse piattaforme e con cui un sempre crescente numero di utenti entra in contatto, formando, attraverso questi materiali, la propria idea della storia e dell'identità del marchio. L'heritage di un marchio quindi, viene declinato in contesti immateriali come siti web, database e realtà virtuali, e esplorato attraverso piattaforme di gaming e elaborazione digitale. Inoltre, con la crescente presenza dei brand sui social media e piattaforme digitali, si pone la questione di come gestire e valorizzare l'heritage digitale, e come questo può essere conservato per rafforzare l'identità del marchio.

L'analisi dell'heritage nella moda apre un ventaglio di possibili ricerche e riflessioni. Le nuove tecnologie, le sfide della sostenibilità e l'evolversi dei modelli di consumo offrono spunti per ripensare il ruolo dell'heritage e per esplorare nuove frontiere creative. La moda, con la sua capacità di reinterpretare il passato e di anticipare le tendenze, ha il potenziale per giocare un ruolo chiave nel plasmare il futuro del nostro rapporto con l'heritage.



# Bibliografia e sitografia

## Archivio

## A

Almond, Kevin, "Disrupting the fashion archive: The serendipity of manufacturing mistakes", in *Fashion Practice*, vol. 12:1, 2020, pp. 78 - 101.

Aronowsky Cronberg, Anja. "Notes on material memory", in *Vestoj*, vol. 1, 2009, pp. 8 - 9.

## B

Baldacci, Cristina, *Archivi impossibili. Un'ossessione dell'arte contemporanea*, Cremona: Johan e Levi Editore, 2016.

Beward, Christopher, "Between the museum and the academy: Fashion research and its constituencies", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 12:1, 2008, pp. 83 - 93.

Bronson, AA, Gale, Peggy (a cura di), *Museums by artists*, Toronto: Art Metropole, 1983.

Byrne, John, Morgan, Elinor, Paynter, November, de Serdio Sánchez, Aida, Železnik (a cura di), *The Constituent Museum. Constellations of Knowledge*, Politics and Mediators, Amsterdam: Valiz, 2018.

By Olsen, Elise, Ugelvig, Jeppe (a cura di), *For immediate release: The art of the press release*, catalogo della mostra "Immediate release: The art of the press release", a cura di Elise By Olsen, (Oslo, International Library of Fashion Research 1 dicembre 2022 - 1 marzo 2023), Oslo: International Library of Fashion Research publications, 2022.

Bulegato, Fiorella, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali al design*, Roma: Carocci, 2008.

## C

Ciandrini, Paola, *Archivi d'impresa. Gestione documentale valorizzazione: il contesto digitale*, Milano: Editrice Bibliografica, 2021.

Chiarelli, Caterina, *Dal guardaroba al museo. Dinamismo e metamorfosi della galleria del costume*, Livorno: Sillabe, 2009.

Clark, Judith, Phillips, Adam, *The Concise Dictionary of Dress*, catalogo della mostra *The Concise Dictionary of Dress*, a cura di Judith Clark in collaborazione con il Victoria & Albert Museum (Londra, Blythe House, 28 aprile - 27 giugno 2010), Londra: Violette Editions, 2010.

Clark, Judith, de la Haye, Amy, "One object: multiple interpretations", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 12:2, 2014, pp. 137 - 170.

Clark, Judith, de la Haye, Amy, *Exhibiting fashion: Before and after 1971*, Londra - New Haven: Yale University Press, 2014.

Clarke, Paul, et al., *Artists in the Archive. Creative and Curatorial Engagements with Documents of Art and Performance*, Abingdon-New York: Routledge, 2018.

Clarke, Paul, et al., "Introduction: inside and outside the archive," in Clarke, Paul, et al., *Artists in the archive. Creative and curatorial engagements with documents of art and performance*, Abingdon-New York: Routledge, 2018, pp. 11 - 24.

## D

Debo, Kaat, "On building museum collections and the importance of private archives", in Song, Myung-il e Nzeyimana, Dominique (a cura di), *I'll wear it until I'm dead*, Tiel: Lannoo, 2020, pp. 93 - 98.

Debo, Kaat, et al. (a cura di), *Het ModeMuseum = The Fashion Museum, Backstage*, catalogo della mostra (*Selection I: Backstage*, a cura di Bob Verhelst, MoMu - Museo della moda di Anversa, 21 settembre 2002 - 16 febbraio 2003), Ghent: Ludion, 2002.

De la Haye, Amy, "A critical analysis of practices of collecting fashionable dress" in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 22:4-5, 2018, pp. 381 - 403.

De Perthuis, Karen, "Darning Mark's jumper. Wearing love and sorrow", in *Cultural Studies Review*, vol. 22:1, 2016, pp. 59 - 77.

de Vries, Femke, *Dictionary dressing. Re-reading clothing definitions towards alternative fashion perspectives*, Eindhoven: Onomatopee, 2016

Dekker, Annet (a cura di), *Lost and Living (in) archives*, Amsterdam: Valiz, 2017.

Derrida, Jacques, *Archive fever: A Freudian impression*, trad. Eric Prenowitz, Chicago: University of Chicago Press, (1995) 1996.

Downing Peters, Lauren, "Notes on the Embodied Fashion Archive: Columbia College Chicago", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, pp. 50 - 56.

## E

Eliassen, Knut Ove, "The Archives of Michel Foucault", in Røssaak, Eivind (a cura di), *The archive in motion: New conceptions of the archive in contemporary thought and new media practices*, Oslo: Novus Press, 2010, pp. 29 - 52.

Evans, Caroline, "Materiality, memory and history: Adventures in the archive", in O'Neill, Alistair (a cura di), *Isabella Blow: Fashion Galore!*, Londra: Rizzoli, 2013, pp. 136 - 141.

## F

Ferrante, Antonia Anna, *Cosa può un compost. Fare con le ecologie femministe e queer*, Roma: Luca Sossella editore, 2022.

Fisher, Tom, Woodward, Sophie, "Fashioning through materials: Material culture, materiality and process of

materialization", in *Critical Studies of Fashion and Beauty*, vol. 5:1, 2014, pp. 3 - 24.

Fornaciari, Federica, *Archiviare la moda. Evoluzioni di inizio millennio*, Milano: Pearson, 2022.

Foster, Hal, "An archival impulse", in *October*, vol. 110, 2004, pp. 3 - 22.

Foucault, Michel, *The Order of Things*. New York: Vintage Book Editions, 1994.

Foucault, Michel, *L'archeologia del sapere. Una metodologia per la storia della cultura*, trad. Giovanni Bogliolo, Milano: BUR, 2005.

Foucault, Michel, *Le parole e le cose. Un'archeologia delle scienze umane*, Milano: BUR, 2021.

Franceschini, Marta, "Navigating fashion: On the role of digital fashion archives in the preservation, classification and dissemination of fashion heritage", in *Critical Studies in Fashion & Beauty*, vol. 10:1, 2019, pp. 69 - 90.

Freeman, Elliott, "Defying description: searching for queer history in institutional archives", in *Archival Science*, vol. 23, 2023, pp. 447-470.

Frisa, Maria Luisa, Monti, Gabriele (a cura di), *Elda Cecchele: In forma di tessuto*, catalogo della mostra (Schio, Spazio espositivo Lanificio Conte, 5 dicembre 2010 - 20 febbraio 2011), a cura di Maria Luisa Frisa, Gabriele Monti, Venezia: Marsilio, 2010.

Frisa, Maria Luisa, *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, catalogo della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, a cura di Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, (Milano, Museo Poldi Pezzoli 21 febbraio - 4 maggio 2020), Venezia: Marsilio, 2020.

Frisa, Maria Luisa, "Gucci Cosmos: Interpreting a brand archive", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, pp. 108 - 118.

## G

Giaccardi, Elisa, Plate, Liekede, "How memory comes to matter. From social media to the internet of things", in Munteán, László, Plate, Liedeke, e Smelik, Anneke (a cura di), *Materializing memory in art and popular culture*, New York e Londra: Routledge, 2017, pp. 65 - 88.

Gibson, Robyn (a cura di), *The Memory of Clothes*, Leiden: Brill, 2015

Groys, Boris, "The Loneliness of the Project", in *The New York Magazine of Contemporary Art*, vol. 1:1, 2002.

## H

Healy, Robyn, "Immateriality", in Beck, Sandy, et al. (a cura di), *The Handbook of Fashion Studies*, Oxford - New York: Bloomsbury, 2014, pp. 325 - 345.

Hicks, Dan, "The material-cultural turn: event and effect" in Hicks, Dan, Baudry, Mary Carolyn (a cura di), *The Oxford handbook of material culture studies*, Oxford: Oxford University Press, 2010, pp. 25 - 98.

Hodder, Ian, *Entangled: An archeology of relationships between humans and things*, Malden: Wiley-Blackwell, 2012.

## J

Jenss, Heike, *Fashioning memory: Vintage style and youth culture*, Londra: Bloomsbury Academic, 2015.

## K

Ketelaar, Eric, "Tacit narratives: The meanings of archives", in *Archival Science*, vol. 1, 2001, pp. 131 - 141.

Ketelaar, Eric, "Archives as spaces of memory", in *Journal of the Society of*

*Archivists*, vol. 29:1 2008, pp. 9 - 27.

Kilian, Kristina, BLESS, "The Time Element in Fashion", in Meissen, Markus, Chateigné, Yann, Füchtjohann, Dagmar, Hoth, Johanna, Schmid, Laurent, (a cura di), *The Archive as a productive space of conflict*, Berlino: Sternberg Press, 2016, pp. 93 - 105.

Kopytoff, Igor, "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process", in Appadurai, Arjun (a cura di), *The Social life of things*, Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

## L

Latour, Bruno, *Re-assembling the social. An introduction to Actor-Network Theory*, Oxford: Oxford University Press, 2007.

Le Goff, Jacques, *Documento/Monumento*, Enciclopedia Einaudi, Torino 1978, vol. V, pp. 38-43.

Lepecki, André, "The body as archive: Will to re-enact and the afterlives of dances", in *Dance Research Journal*, 42:2, 2010, pp. 28 - 48.

Loppa, Linda, "Collecting", in Debo, Kaat, et al. (a cura di), *Het ModeMuseum = The Fashion Museum, Backstage*, catalogo della mostra (*Selection I: Backstage*, a cura di Bob Verhelst, MoMu - Museo della moda di Anversa, 21 settembre 2002 - 16 febbraio 2003), Ghent: Ludion, 2002, p. 129 - 139.

Loscialpo, Flavio, "From the physical to the digital and back: fashion exhibitions in the digital age", in *International Journal of Fashion Studies*, vol. 3:2, 216, pp. 225 - 248.

Lowenthal, David, *The Past is a foreign country - Revisited*, Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

Lubar, Steven, Kingery, David, *History from things: Essays on material culture*, Washington DC: Smithsonian Press, 1995.

Lupano, Mario, "L'archivio in mostra: Materialità documentaria e dispositivo visionario", in *Archivi e mostre: Atti del primo Convegno Internazionale Archivi e Mostre*, Venezia: Edizioni La Biennale di Venezia, 2013, pp. 206 - 219.

## M

Manoff, Marlene, "Theories of the archive from across the disciplines", in *Libraries and the Academy*, Vol. 4:1, 2004, pp. 9-25.

Marks, L., *Touch. Sensuous theory and multisensory media*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002.

Marchetti, Luca, "Between Meaning, pop and culture", in *Archivio*, "The Fashion Issue", vol.9, 2023, p. 155.

Margiela, Martin, Wierink, Vincent, Debo, Kaat, "Martin Margiela & the act of Archiving", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, pp. 146 - 156.

Masciarillo, Antonio, *Memoria, identità e progetto: l'archivio d'impresa nel fashion design come progetto culturale e come strumento di produzione. Il caso dell'archivio Versace*. Tesi di dottorato. Relatore Maria Luisa Frisa. Università luav di Venezia. Corso di dottorato in Architettura, città e design, ambito di Scienze del design, XXXI ciclo, 2019.

Mbembe, Achille, "The Power of the archive and its limits", in Hamilton, Carolyn, Harris, Verne, Taylor, Jane, Pickover, Michele, Reid, Graeme e Razia Saleh (a cura di), *Refiguring the archive*, Dordrecht - Boston - Londra: Kluwer Academic Publishers, 2002, pp. 19 - 26.

M. Duff, Wendy, Harris, Verne, "Stories and names: Archival description as narrating records and constructing meanings", in *Archival Science*, vol. 2, 2002, pp. 263 - 285.

Mendes, Silvano, Rees-Roberts, Nick, "New French Luxury: Art, Fashion and the Re-Invention of a National Brand", in *Luxury*, vol. 2:2, 2015, pp. 53 - 69.

Merewether, Charles. (a cura di), *Archive*. Londra - Cambridge: Whitechapel Gallery, MIT Press, 2006.

Mida, Ingrid, "Animating the body in museum exhibitions of fashion and dress", in *Dress: The Journal of the Costume Society of America*, vol. 41:1, 2015, pp. 37 - 51.

Mida, Ingrid, Kim, Alexandra, *The dress detective*, Londra: Bloomsbury Visual Arts, 2015.

Miller, Daniel, *Material cultures: Why some things matter*, Chicago: University of Chicago Press, 1998.

Miessen, Markus, Chateigné, Yann, Füchtjohann, Dagmar, Hoth, Johanna, Schmid, Laurent, (a cura di), *The archive as a productive space of conflict*, Berlino: Sternberg Press, 2016.

Morris, Rachel, "Imaginary museums: what mainstream museums can learn from them", in Hourston Hanks, Laura, Hale, Jonathan, MacLeod, Suzanne (a cura di), *Museum Making. Narratives, architectures, exhibitions*, Londra - New York: Routledge, 2012, pp. 5 - 11.

Munteán, László, Plate, Liedeke, e Smelik, Anneke, "Things to remember. Introduction to materializing memory in art and popular culture", in Munteán, László, Plate, Liedeke, e Smelik, Anneke (a cura di), *Materializing memory in art and popular culture*, New

York e Londra: Routledge, 2017, pp. 1 - 25.

## N

Nesmith, Tom, "Still Fuzzy, But More Accurate: Some Thoughts on the "Ghosts Of Archival Theory", in *Archivaria* 47, febbraio 1999, pp. 136 - 150.

Nesmith, Tom, "Seeing archives: Postmodernism and the changing intellectual place of archives", in *The American Archivist*, vol. 65, 2002, pp. 24 - 41.

Nesmith, Tom, "Reopening archives: bringing new contextualities into archival theory and practice", in *Archivaria* 60, 2005, pp. 259 - 274.

Nora, Pierre, "Between memory and history: *Les lieux de mémoire*", *Representations*, N. 26, Special Issue: Memory and Counter-Memory, 1989, pp. 7 - 24.

## O

Osthoff, Simone, *Performing the archive: The transformation of the archive in Contemporary art from repository of documents to art medium*, New York - Dresda: Atropos Press, 2009 (2023).

## P

Palmer, Alexandra, "Untouchable: Creating desire and knowledge in museum of costume and textile exhibitions", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 12:1, pp. 31 - 63.

Palmer, Alexandra, "A Bomb in the collection: Researching and exhibiting early 20th century fashion", in Rogerson, Cordelia, Garside, Paul (a cura di), *The future of the 20th century: Collecting, interpreting and conserving Modern Materials*, Londra: Archetype Publications, 2005, pp. 41 - 47.

Palmer, Alexandra, "Looking at fashion: The material object as subject" in Black, Sandy, de la Haya,

Amy, Entwistle, Joanne, Root, Regina, Thomas, Helen Rocamora, Agnes (a cura di), *The handbook of fashion studies*, Londra: Bloomsbury, 2013, pp. 268 - 300.

Pecorari, Marco, "The Berg Fashion Library: Archiving the future?", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 16:1, 2011, pp. 83 - 86.

Pecorari, Marco, *Fashion remains. The epistemic potential of fashion ephemeras*, Stoccolma: Stockholm University, 2015.

Pecorari, Marco, "Public & Institutional", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, p.8.

Petrov, Julia, *Fashion, history, museums - Inventing the display of dress*, Londra: Bloomsbury Visual Arts, 2019.

Potvin, John, (a cura di), "The places and spaces of fashion: Methodological approach to the study of fashion", in *Journal of Aesthetics and Culture*, vol. 3:1, 2009, pp. 1 - 9.

Putnam, James, *Art and artifact. The museum as a medium*, Londra: Thames and Hudson, 2009.

## R

Rinaldi, Maddalena, "Il museo dell'azienda. Identità a confronto", in Pezzini, Isabella, Cervelli, Pierluigi (a cura di), *Scene del consumo. Dallo shopping al museo*, Roma: Meltemi, 2006, pp. 125 - 146.

Robaard, Joke, van Winkel, Camiel, *Archive species. Bodies, habits, practices*, Amsterdam: Valiz, 2018.

Røssaak, Eivind, "The archive in motion: An introduction" in Røssaak, Eivind (a cura di), *The archive in motion: new conceptions of the archive in contemporary thought and new media practices*,

Oslo: Novus Press, 2010, pp. 11 - 26.

## S

Saillard, Olivier, Swinton, Tilda, *Impossible wardrobes*, New York: Rizzoli International, 2015.

Scaturro, Sarah, Petersen, Glenn, "Inherent vice: Challenges and conservation", in Koda, Harold, Glier Reeder, Jan, (a cura di), *Charles James: Beyond Fashion*, catalogo della mostra *Charles James: Beyond Fashion*, a cura di Harold Koda e Jan Glier Reeder, (New York, The Costume Institute, 8 maggio - 10 agosto 2014), New York - New Haven - Londra: The Metropolitan Museum of Art - Yale University Press, 2014, pp. 233 - 249.

Scotini, Marco, Galasso, Elisabetta (a cura di), *Politics of memory. Documentary and archive*, Berlino: Archive Books, 2016.

Sekula, Allan, "The Body and the Archive", in *October*, vol. 39, 1986, pp. 3-64.

Sekula, Allan, "Reading an Archive: Photography Between Labor and Capitalism", in Wells, Liz (a cura di), *The Photography Reader*, New York: Routledge, 2003, pp. 443 - 452.

Selasi, Taye, "How to be both", in Darling, Michael, *Virgil Abloh: Figures of speech*, catalogo della mostra *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, curata da Michael Darling (Museum of Contemporary Art Chicago 10 giugno - 22 settembre 2019), Monaco - New York: DelMonico Books - Prestel, 2019, pp. 131 - 135.

Stallybrass, Peter, "Worn worlds: Clothes, mourning, and the life of things", in *The Yale Review*, 81:2, 1993, pp. 35 - 50.

Steedman, Carolyn, *Dust*, Manchester: Manchester University Press, 2002.

Steele, Valerie, "In conversation with Valerie Steele", in *Wallet*, vol. 10, 2021, pp. 14 - 20.

Steele, Valerie, "Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 12:1, 2008, pp. 7-30.

Steele, Valerie, "Fashion Exhibitions: The Power of Communication", in *ZoneModa Journal*. vol.12:1, 2022, pp. 1 - 15.

## T

Tenner, Edward, *When things bite back*, New York: Knopf, 2003.

Turkle, Sherry, *Evocative objects. Things we think with*, Londra - Cambridge: MIT Press, 2007.

Turkle, Sherry, "What makes an object evocative?", in Turkle, Sherry, *Evocative Objects. Things We Think With*, Londra - Cambridge: The MIT Press, 2007, pp. 307 - 326.

## V

Vacca, Federica, "Knowledge in memory: Corporate and museum archives", in *Fashion Practice*, vol. 6:2, 2014, pp. 273 - 288.

Van Alphen, Ernst (a cura di), *Productive archiving. Artistic strategies, future memories and fluid identities*, Amsterdam: Valiz, 2023.

## W

Wilcox, Claire, "Who gives a frock? Valerie D. Mendes, Jean Muir and the building of the national collection at the Victoria and Albert Museum", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 22:4-5, 2018, pp. 435 - 455.

## Y

Yale, Elizabeth, "The history of archives: The state of the discipline", in *Book History*, vol. 18, 2015, pp. 332 - 359.



## Z

Zuliani, Stefania, "Là dove le cose cominciano. Archivi e musei del tempo presente", in *Ricerche di S/Confine*, Dossier 3, 2014, pp. 81 - 89.

## Heritage

## A

Anderson, Fiona, "Museums as fashion media", in Bruzzi, Stella, Church Gibson, Pamela (a cura di), *Fashion cultures: Theories, explorations and analysis*, Londra: Routledge, 2000, pp. 371 - 389.

Anderson, Jonathan W. (a cura di), *Disobedient Bodies. JW Anderson at the Hepworth Wakefield*, catalogo della mostra *Disobedient Bodies. JW Anderson at the Hepworth Wakefield*, curata da Jonathan W. Anderson, (Hepworth Wakefield, 18 marzo - 18 giugno 2017), Londra: OtherWorlds, 2017.

Augello, Matteo, *Curating Italian fashion: Heritage, industry, institutions*, Londra: Bloomsbury, 2022.

## B

Balzer, David, *Curatori d'assalto, l'irrefrenabile impulso alla curatela nel mondo dell'arte e in tutto il resto*, trad. Nicoletta Poo, Cremona: Johan & Levi, (2015) 2016.

Bass-Krueger, Maude, "Fashion collections, collectors, and exhibitions in France, 1874-1900: the historical imagination, the spectacular past, and the practice of restoration", in *Fashion Theory: Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 22:4 - 5, 2018, pp. 405 - 433.

Bonami, Francesco, Simons, Raf (a cura di), *The Fourth Sex. Adolescent extremes*, catalogo della mostra, *The Fourth Sex. Adolescent extremes*, a cura di Francesco Bonami e Raf Simons, (Firenze, Stazione Leopolda, 9 gennaio - 9 febbraio 2003), Milano: Charta, 2003.

Bruzzi, Stella, Church Gibson, Pamela (a cura di), *Fashion cultures revisited*, Londra - New York, Routledge, 2013.

Buckley, Cheryl, Clark, Hazel, "In Search of the Everyday: Museums, Collections and Representations of Fashion in London and New York", in Jenss, Heike, (a cura di), *Fashion Studies. Research methods, sites and practices*, Londra - New York: Bloomsbury, 2016.

Byrne, John, Morgan, Elinor, Paynter, November, de Serdio Sánchez, Aida, Železnik, "Editor's Introduction", in Byrne, John, Morgan, Elinor, Paynter, November, de Serdio Sánchez, Aida, Železnik (a cura di), *The constituent museum. Constellations of knowledge, politics and mediations*, Amsterdam: Valiz, 2018, pp. 11 - 13.

## C

Calanca, Daniela, Capalbo, Cinzia, "Saggio Introdotivo Moda e Patrimonio Culturale", in *ZoneModa Journal*, vol. 8:1, 2018, pp. XVIII - XXVII.

Cantista, Isabel, Delille, Damien (a cura di), *Fashion Heritage. Narrative and Knowledge Creation*, Londra: Palgrave MacMillan Cham, 2022.

Caponigri, Felicia, "Fashion's brand heritage, cultural heritage and the piracy paradox", in *Cardozo Arts & Entertainment*, vol. 39:2, 2021, pp. 557 - 605.

Chong Kwan, Sara, Laing Morna, J. Roman, Mario, "Fashion and Memory", in *Critical Studies in Fashion and Beauty*, vol. 5:2, 2014, pp. 201 - 204.

Clark, Judith, *Spectres: When fashion turns back*, catalogo della mostra *Spectres: When fashion turns back* (MoMu - Museo della moda di Anversa, 18 settembre 2004 - 30 gennaio 2005; Londra, Victoria and Albert Museum, 24 febbraio - 8 maggio 2005), Londra: V&A, 2005.

Clark, Judith, Frisa, Maria Luisa (a cura di), *Diana Vreeland after Diana*

*Vreeland*, catalogo della mostra *Diana Vreeland after Diana Vreeland*, a cura di Maria Luisa Frisa e Judith Clark (Venezia, Palazzo Fortuny, 10 marzo - 25 giugno 2012), Venezia: Marsilio, 2012.

Cox, Caroline, *Luxury fashion: A global history of heritage brands*, Londra: Bloomsbury Visual Arts, 2013.

Cumming, Valerie, *Understanding Fashion History*, New York: Costume and Fashion Press, 2004.

## D

Dallabona, Alice, Giani, Stefano, "The Good, the Bad, and the Ugly: Dolce & Gabbana and Narratives of Heritage and National Identity", in Sikarskie, Amanda, (a cura di), *Storytelling in luxury fashion: Brands, visual cultures, and technologies*, New York: Routledge, 2020, pp. 38 - 50.

Deliss, Clémentine, *The metabolic museum*, Berlino: Hatje Kantz Verlag, 2020.

Donzé, Pierre-Yves, Wubs, Ben, "Storytelling and the making of a global luxury fashion brand: Christian Dior", in *International Journal of Fashion Studies*, vol. 6:1, 2019, pp. 83 - 102.

## E

Edwards, Elizabeth, Godsen, Chris, Phillips, Ruth, (a cura di), *Sensible objects: Colonialism, museums and material culture*, Oxford - New York: Berg, 2006.

Evans, Carline, *Fashion at the Edge*, Londra - New Haven: Yale University Press, 2003.

Evans, Caroline, Vaccari Alessandra (a cura di), *Il tempo della moda*, Milano - Udine: Mimesis, 2019.

## F

Fava, Elena, Soldi, Manuela, "Moda media storia. La ricerca di moda allo Csac", in Borgherini, Malvina, Marini, Sara,

Mengoni, Angela, Sacchi, Annalisa, Vaccari, Alessandra (a cura di) *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*, Milano: Mimesis, 2018, pp. 174 - 189.

Frisa, Maria Luisa, "The curator's risk", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 12:2, 2008, pp. 171 - 180.

Frisa, Maria Luisa, Mattiolo, Anna, Tonchi, Stefano, *Bellissima. L'Italia dell'alta moda, 1945 - 1968*, catalogo della mostra *Bellissima. L'Italia dell'alta moda 1945-1968*, curata da Maria Luisa Frisa con Stefano Tonchi e Anna Mattiolo (Roma, MAXXI - Museo nazionale delle arti del XXI secolo, 2 dicembre 2014 - 3 maggio 2015), Firenze: Mondadori Electa, 2014.

Frisa, Maria Luisa, Monti, Gabriele, Tonchi, Stefano (a cura di) *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971 - 2001*, catalogo della mostra *Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971 - 2001*, curata da Maria Luisa Frisa con Stefano Tonchi e Gabriele Monti (Milano, Palazzo Reale, 21 febbraio - 6 maggio 2018), Venezia: Marsilio, 2018.

Frisa, Maria Luisa, "A proposito della moda in questo millennio", in Frisa, Maria Luisa, *Memos. A Proposito della moda in questo millennio*, catalogo della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, ideata e curata da Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, (Milano, Museo Poldi Pezzoli 21 febbraio - 4 maggio 2020), Venezia: Marsilio, 2020, pp. 18 - 33.

Furniss, Jo-Ann, "Pieter Mulier and Matthieu Blazy, former right-hands to Raf Simons, explore their history of fashion", in *Document Journal*, vol. 8, 2015, pp. 158 - 177.

Fury, Alexander, Hamani, Laziz, *Dior. Gianfranco Ferré*,

1989 - 1996, New York: Assouline, 2018.

## H

Haid, Carmen, Jackson, Tim, "Global Luxury Brands", in Shaw, David, Jackson, Tim, *The Fashion Handbook*, Londra - New York: Routledge, 2006, pp. 57 - 82.

Harrison, Rodney, DeSivey, Caitlin, Holtorf, Cornelius, Macdonald, Sharon, Bartolini, Nadia, Breithoff, Esther, Fredheim, Harald, Lyons, Anthony, May, Sarah, Morgan, Jennie, Penrose, Sefryn, *Heritage futures. Comparative approaches to natural and cultural heritage practices*, Londra: UCL Press, 2020.

Harrison, Rodney, "Heritage as future making practices", in Harrison, Rodney, et. al. (a cura di), *Heritage futures. Comparative approaches to natural and cultural heritage practices*, Londra: UCL Press, 2020.

Harrison, Rodney, Breithoff, Esther, "Towards the total archive", in Harrison, Rodney, et. al. (a cura di), *Heritage futures. Comparative approaches to natural and cultural heritage practices*, Londra: UCL Press, 2020.

Hobsbawm, Eric J., Ranger, Terence (a cura di), *L'invenzione della tradizione*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

Holtorf, Cornelius, Hogberg, Anders, "Introduction. Cultural heritage as a futuristic field", in Harrison, Rodney, et. al. (a cura di), *Heritage futures. Comparative approaches to natural and cultural heritage practices*, Londra: UCL Press, 2020, pp. 20 - 50.

Horsley, Jeffrey, "A Fashion "Muséographie": The Delineation of Innovative Presentation Modes at ModeMuseum, Antwerp" in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 19:1, pp. 43 - 66.

Hunt, C., "Worn Clothes and Textiles as Archives of Memory", in *Critical Studies in Fashion and Beauty*, vol. 5:2, 2014, pp. 207-232.

## G

Gormally, May Frances, "Dries Van Noten— Inspirations", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 9:14, 2015, pp. 549-561.

Granata, Francesca (a cura di), "On Fashion Curation", in *Fashion Projects*, vol. 5, 2018.

Grechi, Giulia, *Posthumous coloniality and decolonial (after)life: endless repair and (im)possible remediations*, Colonia: Buchhandlung Walther König, 2022.

## J

Jenss, Heike, "Converging practices: Fashion exhibits across museums and social media", in *Critical Studies in Fashion & Beauty*, vol. 10:1, 2019, pp. 31 - 47.

## K

Koda, Harold, Martin, Richard, "La modalità storica", in Evans, Caroline, Vaccari, Alessandra, *Il tempo della moda*, Milano - Udine: Mimesis, (1998) 2020, pp. 123 - 135.

## L

Lezama, Nigel, "Intensified: Alessandro Michele's hyperaesthetic at Gucci", in Blanco, Jose. F., Reilly, Andrew, *Fashion, dress and post-postmodernisms*, Londra: Bloomsbury, 2021, pp. 75 - 98.

Lipovetsky, Gilles, *Hypermodern Times*, Cambridge: Polity Press, 2005.

## M

M. Brooks, Mary, D. Eastop, Dina (a cura di), *Refashioning and Redress. Conserving and Displaying Dress*, Los Angeles: Getty Publications, 2016.

M. Wells, Gwendolyn, "In a museographic mode: French fashion as curator of national identity", in *Dalhousie French Studies*, vol. 53, 2000, pp. 155 - 162.

Macdonald, Haron, Morgan, Jennie, Fredheim, Harald, "Too many things to keep for the future?", in Harrison, Rodney, et. al. (a cura di), *Heritage futures. Comparative approaches to natural and cultural heritage practices*, Londra: UCL Press, 2020.

Marchetti, Luca, Segre Reinach, Simona, *Exhibit! La moda esposta: lo spazio della mostra e lo spazio della marca*, Milano: Mondadori, 2017.

Marchetti, Luca (a cura di), *Fashion curating. Pensare la moda attraverso la mostra*, Milano - Torino: Pearson, 2022.

Margiela, Martin, Wierinck, Vincent, Debo, Kaat, "Martin Margiela and the act of archiving", in *Archivio Magazine*, "The Fashion Issue", vol. 9, 2023, pp. 150 - 153.

Martsine, Janet (a cura di), *New museum theory and practice*, New Jersey: Wiley Blackwell, 2005.

Mauriès, Patrick, "Inside the collection", in Lacroix, Christian, Mauriès, Patrick, Saillard, Oliver (a cura di), *Christian Lacroix - On Fashion*, catalogo della mostra *Christian Lacroix: histoires de mode*, a cura di Christian Lacroix (Parigi, Musée des Art Decoratifs, 7 novembre 2007 - 20 aprile 2008), Parigi - Londra: Thames and Hudson, 2007, pp. 13 - 14.

Melchior, Marie Riegels, "Introduction: Understanding fashion and dress museology" in Melchior, Marie Riegels, Svensson, Brigitta (a cura di), *Fashion and museums: Theory and practice*, Londra: Bloomsbury, 2014, pp. 1 - 18.

Merlo, Elisabetta, *Moda Italiana. Storia di un'industria dall'Ottocento a oggi*, Venezia: Marsilio, 2003.

Miller, Sanda, "Fashion as art: Is fashion art?", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 11:1, 2007, pp. 25 - 40.

Monti, Gabriele, "After Diana Vreeland: The discipline of fashion curating as a personal grammar", in *Catwalk*, vol. 2:1, 2013, pp. 63 - 90.

Monti, Gabriele, Frisa, Maria Luisa, "Everybody's a curator. Maria Luisa Frisa in conversation with Gabriele Monti", in Luca Marchetti (a cura di), *La mode esposée: Penser la mode par l'exposition / Fashion curating. Understanding Fashion Through the Exhibition*, Ginevra: HEAD, 2016, pp. 99 - 106.

Monti, Gabriele, "Moda, curatela, museo: Un dibattito lungo un decennio, un decennio lungo quarant'anni", in *ZoneModa Journal*, vol.1, 2019, pp. 61 - 89.

Monti, Gabriele, "Moda, curatela, museo: un dibattito lungo un decennio, un decennio lungo quarant'anni", in *ZoneModa Journal*, vol. 9, 1, 2019, pp. 61 - 89.

Morgado, Marcia A., "Fashion phenomenon and the post-postmodern condition: Inquiry and speculation", in Blanco, Jose. F., Reilly, Andrew, *Fashion, dress and post-postmodernism*, Londra: Bloomsbury, 2021, pp. 9 - 38.

Muzzarelli, Maria Giuseppina, Riello, Giorgio, Tosi Brandi, Elisa, (a cura di), *Moda. Storia e storie*, Milano: Bruno Mondadori, 2010.

## N

Neira Garcia, Luz, "Fashion: Cultural heritage and the made in", in *Zone Moda Journal*, vol. 8:1, 2018, pp. 63 - 75.

## O

O'Neill, Alistair, "Disobedient Bodies: JW Anderson curates The Hepworth Wakefield", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 22:3, 2018, pp. 361 - 368.

## P

Pecorari, Marco, "Contemporary fashion history in museums", in Melchior, Marie Riegels e Svemsson, Brigitta (a cura di), *Fashion and museums: Theory and practice*, Londra: Bloomsbury, 2015, pp. 40 - 60.

Pecorari, Marco, "Fashion archives, museums and collections in the age of the digital", in *Critical Studies in Fashion & Beauty*, vol. 10:1, 2019, pp. 3 - 29.

Peirson-Smith, Anne, Peirson-Smith, Ben, "Fashion archive fervour: the critical role of fashion archives in preserving, curating, and narrating fashion", in *The Journal of the Archives and Records Association*, vol. 41, 2021, pp. 274 - 298.

Pistilli, Ornella K., "The Heritage-creativity interplay. How fashion designers are reinventing Heritage as modern design: The French case", in *ZoneModa Journal*, vol. 8:1, 2018, pp. 77 - 95.

Proctor, Cicely, "Collecting clothes worn by trans people and the curatorial ramifications", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 22:4-5, 2018, pp. 523 - 530.

## R

Riello, Giorgio, "The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion", in *Journal of Aesthetics & Culture*, vol 3:1, 2011, pp. 1 - 9.

Riello, Giorgio, Gerritsen, Anne, *Writing material culture history*, Londra: Bloomsbury Academic, 2015.

## S

Said, Edward W., "Invention, memory, and place" in Mitchell, W. J. T. (a cura di), *Landscape and power*, Chicago: Chicago University Press, 2002, pp. 241 - 261.

Saillard, Olivier, (a cura di), *Cristobal Balenciaga: Collectionneur de modes*, catalogo della mostra *Cristobal Balenciaga: Collectionneur de modes*, a cura di Olivier Saillard, (Parigi, Docks - Cité de la mode et du design, 13 aprile - 7 ottobre 2012), Parigi: Paris-Musées, 2012.

Saillard, Olivier, *Anatomie d'une collection*, catalogo della mostra *Anatomie d'une collection*, a cura di Olivier Saillard (Parigi, Palais Galliera, 14 maggio - 23 ottobre 2016), Paris: Paris Musées, 2016.

Scaturro, Sarah, "Fashion as an event: Conservation and its digital (dis)contents", in *Critical Studies in Fashion & Beauty*, vol. 10:1, 2019, pp. 113 - 127.

Sikarskie, A. (a cura di), *Storytelling in luxury fashion. Brands, visuals cultures, and technologies*, Londra: Routledge, 2020.

Smith, Laurajane, *Uses of Heritage*, Abingdon - New York: Routledge, 2006.

Steele, Valerie, "A Museum of Fashion is More Than a Clothes Bag", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 2:4, 1998, pp. 327 - 335.

Steele, Valerie, *Fashion. Italian Style*, Yale - New York: Yale University Press, 2003.

Steele, Valerie, "Letter from the Editor", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 19:3, 2015, pp. 277 - 279.

Styles, John, "Dress in History: Reflections on a Contested Terrain", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 2:4, 1998, pp. 383 - 392.

## T

Taylor, Lou, "Doing the Laundry? A Reassessment of Object-Based Dress History", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 2:4, 1998, pp. 337 - 358.

Taylor, Lou, *Establishing dress history*, Manchester: Manchester University Press, 2004.

## V

Vacca, Federica, Iannilli, Valeria, "Brand of products and brand of signs: how to manage this relationship in fashion through corporate archives", in Bohemia, Erik, Rieple, Alison, Liedtka, Jeanne e Rachel Cooper (a cura di), *Proceedings of the 19th DMI: Academic Design Management Conference, London 2-4 September 2014*, Boston: Dmi, 2011, pp. 396 - 410.

Vänkä, Annamari, Clark, Hazel, *Fashion curating. Critical practice in the museum and beyond*, Londra - New York: Bloomsbury, 2018.

## W

Winterhalter, Cecilia, "Heritage: The difficult innovation of the fashion system", in Petican, Laura, Essegheier, Mariam, Nurse, Angela, Eluwawalage, Damayanthie (a cura di), *Trending now: New developments in fashion studies*, Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2013, pp. 213 - 228.

## Generale

### A

*A Magazine Curated By*, vol. 16, 2016.

*A Magazine Curated By*, vol. 19, 2019.

Austin, John L., *Fare cose con le parole*, trad. Carla Villata, Bologna: Marietti 1820, 2019.

Abloh, Virgil, *Insert complicated title here*, Cambridge - Berlino: Harvard University, Graduate School of Design e Sternberg Press, 2018.

Abloh, Virgil, *Nike. Icons*, Colonia: Taschen, 2021.

Abloh, Virgil, Segal, Emily, "The Sneaker as HyperObject", in Abloh, Virgil, (a cura di), *Nike. Icons*, Colonia: Taschen, 2021, n.p.

Adamson, Glenn, "Flying Air Abloh: Time, travel and design in the digital age", in Abloh, Virgil, (a cura di), *Nike. Icons*, Colonia: Taschen, 2021.

Agamben, Giorgio, *Quel che resta di Auschwitz. L'Archivio e il testimone*, Torino: Bollati Boringhieri, 1998.

Agamben, Giorgio, *Che cos'è il contemporaneo?*, Milano: Nottetempo, 2008.

Arnold, Rebecca, *Fashion, desire and anxiety: Image and morality in the 20th century*, New Brunswick: Rutgers University Press, 2001.

Ash, Juliet, Wilson, Elizabeth, *Chic Thrills: a fashion reader*, Berkley - Los Angeles: University of California Press, 1992.

### B

Barnard, Malcolm, "Fashion, clothing and postmodernity", in Barnard, Malcolm, *Fashion as communication*, Londra - New York: Routledge, 1996, pp. 156 - 185.

Barnard, Malcolm, "Fashion, identity and difference", in Barnard, Malcolm, *Fashion Theory. An Introduction*, Londra - New York: Routledge, 2014, pp. 91 - 108.

Barthes, Roland, *The language of fashion*, trad. Andy Stafford, Londra - New York: Bloomsbury, (2006) 2013.

Bartlett, Djurdja, Cole, Shaun, Rocamora, Agnes (a cura di), *Fashion media: Past and present*, New York - Oxford: Bloomsbury Academic, 2013.

Bartlett, Djurdja, *Fashion and Politics*, New York: Yale University Press, 2019.

Bechtler, Christina (a cura di), *Art, Fashion and Work for Hire*, Vienna: Springer, 2008.

Bourriaud, Nicolas, *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, trad. Gianni Romano, Milano: Postmedia, (2002) 2004.

Bourriaud, Nicolas, *Postproduction. Culture as screenplay: How art reprograms the world*, New York: Has & Sternberg Press, (2002) 2005.

Bowles, Hamish, "The Balenciaga mystique", in *Vogue*, edizione americana, marzo 2006, pp. 312 - 316.

Blanco, Jose. F., Reilly, Andrew, *Fashion, dress and post-postmodernism*, Londra: Bloomsbury, 2021.

Bruno, Giuliana, *Superfici. A proposito di estetica, materialità e media*. Cremona: Johan & Levi, 2016.

### C

Casadio, Mariuccia, "Un FaceTime tra parole e cose. In dialogo con Alessandro Michele", in *Flash Art*, n. 349, vol. 53, giugno - agosto 2020, pp. 94 - 101.

Celant, Germano, Sischy, Ingrid, Settembrini,

Luigi (a cura di), *Il tempo e la moda*, catalogo delle mostre (Firenze, Biennale di Firenze, *Il tempo e la moda*, 1996), Milano: Skira, 1996.

Celant, Germano, "Tagliare e pensare", in Celant, Germano, Sischy, Ingrid, e Settembrini, Luigi (a cura di), *Il tempo e la moda*, catalogo delle mostre (Firenze, Biennale di Firenze, *Il tempo e la moda*, 1996), Milano: Skira, 1996, pp. 31-36.

Chiuri, Maria Grazia, Frisa, Maria Luisa, *Her Dior: Maria Grazia Chiuri's New Voice*, New York: Rizzoli, 2021.

Chun, Namkyu, *Rediscovering fashion designers. Interweaving dressmaking and placemaking*, Unigrafia: Helsinki, 2018.

Colaiacono, Paola, Caratozzolo, Vittoria Caterina, *Cartamodello. Antologia di scrittori e scritture sulla moda*, Roma: Luca Sossella editore, 2000.

Curcio, Anna Maria, Simmel, Georg, (a cura di) *La moda*, Milano - Udine: Mimesis, 2015.

## D

Darling, Michael, *Virgil Abloh: "Figures of speech"*, catalogo della mostra, *Virgil Abloh: "Figures of speech"* (Museum of Contemporary Art Chicago 10 giugno - 22 settembre 2019), Monaco - New York: DelMonico Books - Prestel, 2019.

Darling, Michael, "Virgil Abloh: the long road to a shortcut", in *Dune*, vol. 3:1, 2022, pp. 9 - 10.

Davis, Fred, *Fashion, culture and identity*, Chicago: Chicago University Press, 1992.

de Vries, Femke, Roobaard, Joke, Groenewegen, Groenewegen (a cura di), *Dictionary Dressing*, Eindhoven: Onomatopee, 2016.

Dior, Christian, *Christian Dior and I*, trad. Antonia Fraser, New York: E.P. Dutton & Company Inc, 1957.

Di Trocchio, Paola, "Exhibition review: Madeleine Vionnet: Fashion purist - The world according to Madeleine Vionnet", in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 15:4, pp. 517 - 524.

Diffenbacher, Fiona, *Fashion thinking: Creative approaches to the design process*, Londra: Ava, 2013.

## E

English, Bonnie, *A cultural history of fashion in the 20th and 21st centuries*, Londra: Bloomsbury, 2013.

Entwistle, Joanne, "Bruno Latour. Actor-Network-Theory", in Rocamora, Agnès, Smelik, Anneke (a cura di), *Thinking Through Fashion. A Guide to Key Theorists*, Londra - New York: I.B. Tauris, pp. 269 - 285.

Esculapio, Alex Nora, "Exploring Fashion's Openness: An Interview with Kaat Debo" in Granata, Francesca (a cura di), *Fashion Projects*, vol. 5, 2018, p. 12 - 20.

Evans, Caroline, *Fashion at the Edge: Spectacle, modernity and deathliness*, Londra e New Haven: Yale University Press, 2003.

Evans, David, (a cura di), *Appropriation*, Cambridge: Whitechapel Gallery e The MIT Press, 2009.

## F

Frank, Rike, von Bismack, Beatrice (a cura di): *Off(our) times: Curatorial anachronics*, Bonen - Westfalen: Sternberg Press e Oslo National Academy of the Arts, 2019.

Frisa, Maria Luisa, *Gianfranco Ferré: Lezioni di moda*, Venezia: Marsilio Editori, 2009.

Frisa, Maria Luisa, "L'indicibile fortuna di essere

donna. Una conversazione con Maria Grazia Chiuri”, in *Flash Art*, n. 349, vol. 53, giugno - agosto 2020, pp. 94 - 101.

Frisa, Maria Luisa, Michele, Alessandro, “Alessandro Michele: archeologo delle cose a venire”, in Gnoli, Sofia, *Ephimera. Dialoghi sulla moda*, Milano: Electa, 2021, pp. 43 - 62.

Frisa, Maria Luisa, *Le Forme della Moda*, Bologna: Il Mulino, 2022.

Frisa, Maria Luisa (a cura di), *Dior Scarves: Fashion Stories*, Londra: Thames & Hudson, 2024.

## G

Geczy, Adam, *Critical Fashion Practice: From Westwood to Van Beirendonck*, Londra: Bloomsbury Academic, 2019.

Godart, Frédéric, *Unveiling Fashion: Business, culture, and identity in the most glamorous industry*, Londra: Palgrave Macmillan, 2012.

Golbin, Pamela, *Balenciaga Paris*, catalogo della mostra, *Balenciaga Paris*, a cura di Pamela Golbin (Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 6 luglio 2006 - 28 gennaio 2008), Parigi - Londra: Thames and Hudson, 2006.

Granata, Francesca, “Fashion studies in-between: A methodological case study and inquiry into the state of fashion studies”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 16:1, 2012, pp. 67 - 82.

*Gucci Aria*, comunicato stampa della collezione autunno/inverno 2021.

## H

Hebdige, Dick, *Cut 'n' Mix: Culture, identity and Caribbean music*, Londra: Comedia - Taylor and Francis, edizione del Kindle, 2003.

## J

Jansen, M. Angela, “Fashion and the phantasmagoria of modernity: An introduction to decolonial fashion discourse”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol. 24:6, 2002, pp. 815 - 836.

Jenss, Heike, *Fashion studies*. Londra - New York: Bloomsbury, 2016.

Jobling, Paul, Nesbitt, Philippa, Wong, Angelene, “Authoring fashion. Intersecting sex and gender”, in Jobling, Paul, Nesbitt, Philippa, Wong Angelene, *Fashion, Identity, Image*, Londra: Bloomsbury Visual Arts, edizione del Kindle, 2022.

J. Williamson, Sophie, (a cura di), *Translations*. Londra - Cambridge: Whitechapel Gallery e MIT Press, 2019.

## K

K. Le Guin, Ursula, “The Carrier bag theory of fiction”, in Ferrante, Antonia Anna, *Cosa può un compost. Fare con le ecologie femministe e queer*, Roma: Luca Sossella editore, (1986) 2022, pp. 113 - 124.

Kawamura, Yunya, *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*, Oxford: Berg, 2005.

Koolhaas, Rem, “After Architecture”, in Darling, Michael, *Virgil Abloh: Figures of speech*, catalogo della mostra *Virgil Abloh: “Figures of speech*, curata da Michael Darling (Museum of Contemporary Art Chicago 10 giugno - 22 settembre 2019), Monaco - New York: DelMonico Books - Prestel, 2019, pp. 18 - 26.

## L

Lacroix, Christian, Mauriès, Patrick, Saillard, Olivier (a cura di), *Christian Lacroix - On Fashion*, catalogo della mostra *Christian Lacroix: histoires de mode*, a cura di Christian Lacroix (Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 7 novembre

2007 - 20 aprile 2008), Parigi - Londra: Thames and Hudson, 2007.

Lagerfeld, Karl, “Le Style de Chanel”, in Bolton, Andrew, Koda, Harold (a cura di), *Chanel*, catalogo della mostra Chanel, a cura di Andrew Bolton e Harold Koda (New York, Metropolitan Museum of Arts, 5 maggio - 7 agosto 2005), New Haven e Londra: Yale University Press, 2005, p. 14 - 17.

Lehmann, Ulrich, “Tigersprung: Fashioning history”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 3:3, 1999, pp. 297 - 321.

Lehmann, Ulrich, *Fashion and materialism*, Edimburgo: Edinburgh University Press, 2019.

Linfante, Vittorio, “Fading, mixing, slicing, and looping: the deconstruction of fashion through the creative process of music”, in *ZoneModa Journal*, vol. 10:1, 2020, pp. 79 - 99.

Lupano, Mario, Vaccari, Alessandra, *Una giornata moderna. Moda e stili nell'Italia fascista*, Bologna, Damiani, 2009.

## M

Marcadent, Saul, *Editoria come curatela: progetto e immaginario nelle riviste di moda contemporanee*, Venezia: Marsilio, 2020.

Marchetti, Luca, Quinz, Emanuele, *Dysfashional*, Luxemburg: Bom Publisher, 2007.

Martin, Richard, “Addressing the Dress”, in Berger, Maurice, (a cura di), *The crisis of criticism*, New York: The New York Press, 1998, pp. 51 - 70.

Mazzini, Federico, *Hackers. Storie e pratiche di una cultura*, Bari: Laterza, edizione del Kindle, 2023.

McNeil, Peter, “We are not in the fashion business”,

in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 12, 2008, pp. 65 - 81.

Mellini, Alessandro, “Musei della moda? Considerazioni teoriche a proposito di un museo della moda per Milano”, in *Domus Moda*, vol. 2, allegato a *Domus*, vol. 621, ottobre 1981.

Monti, Gabriele, “Are Clothes Modern? La moda secondo Bernard Rudofsky”, in Ciammaichella, Massimiliano (a cura di), *Il corpo umano sulla scena del design*, Padova: Il Poligrafo, pp. 94 - 117.

Monti, Gabriele “Live set 1: immagini dall'archivio”, in Frisa, Maria Luisa, Monti, Gabriele (a cura di), *Elda Cecchele: In forma di tessuto*, catalogo della mostra (Schio, Spazio espositivo Lanificio Conte, 5 dicembre 2010 - 20 febbraio 2011), a cura di Maria Luisa Frisa, Gabriele Monti, Venezia: Marsilio, 2010, pp. 44 - 49.

Monti, Gabriele, “Moda, curatela, museo: Un dibattito lungo un decennio, un decennio lungo quarant'anni”, in *ZoneModa Journal*, vol.1, 2019, pp. 61 - 89.

Monti, Gabriele, “Una mostra per definire un museo. 1922-1943: Vent'anni di moda italiana al Poldi Pezzoli”, in Frisa, Maria Luisa, *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, catalogo della mostra *Memos. A proposito della moda in questo millennio*, ideata e curata da Maria Luisa Frisa, exhibition making di Judith Clark, (Milano, Museo Poldi Pezzoli 21 febbraio - 4 maggio 2020), Venezia: Marsilio, 2020, pp. 36 - 48.

Monti, Gabriele, “Italian fashion and the politics of archives”, in *Archivio Magazine*, “The Fashion Issue”, vol. 9, 2023, pp. 84 - 85.

Müller, Florence (a cura di), *Christian Dior. Designer of dreams*, catalogo della mostra, *Christian Dior. Designer of dreams*, a cura di Florence Müller (Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 5 luglio 2017 - 7 gennaio 2018), Londra: Thames & Hudson, 2017.

## N

Ngozi Adichie, Chimamanda, *We should all be feminist*, New York: Harper Collins, 2014.

## O

Obrist, Hans Ulrich, *Dominique Gonzalez-Foerster: Conversation series*, Colonia: Buchhandlung Walther König, 2012.

Obrist, Hans Ulrich, *Ways of curating*, Londra: Penguin, 2014.

O'Neill, Paul, “The Curatorial turn: From practice to discourse”, in Rugg, Julie, e Sedgewick, Michèle, (a cura di), *Issues in curating contemporary art and performance*, Chicago: Intellect Ltd, 2007, pp. 13 - 28.

## P

Palermi, Valeria, Chiuri, Maria Grazia, “Moda, strumento di consapevolezza, arte del possibile”, in Gnoli, Sofia, *Ephimera*, Milano: Electa, 2021, pp. 63 - 81.

Palmer, Alexandra, *Christian Dior: History & modernity. 1947 - 1957*, Ontario: Hirmer Publishers, 2018.

## R

Rees-Roberts, Nick, “Boys keep swinging: The fashion iconography of Hedi Slimane”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 17:1, pp. 7 - 26

Rocamora, Agnès, Smelik, Anneke (a cura di), *Thinking through fashion. A guide to key theorists*, Londra - New York: L.B. Tauris Press, 2015.

Rocamora, Agnès, “Mediatization and digital media in the field of fashion”, in *Fashion Studies*, 21:5, 2016, pp. 505 - 522.

Raymundo, J. Emmanuel, “Altman on Jacobs on Dior: fashion through fractals and archives”, in *Streetnotes*, vol. 20, 2012, pp. 90 - 101.

## S

Sedgwick, Michèle, *Issues in curating contemporary art and performance*, Bristol - Chicago: Intellect Ltd, 2007.

Segre Reinach, Simona, “Italian fashion. Metamorphosis of a cultural industry”, in Lees-Maffei, Grace, (a cura di), *Rethinking Italian Design*, Oxford: Berg - Bloomsbury, 2013.

Smelik, Anneke, “New materialism: a theoretical framework for fashion in the age of technological innovation”, in *International Journal of Fashion Studies*, vol. 5:1, 2018, pp. 33 - 54.

Skjulstad, Synne, “Vetements, memes, and connectivity: Fashion Media in the Era of Instagram”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 24:2, 2020, pp. 181 - 209.

Stern, Radu, *Against Fashion. Clothing as art. 1850-1930*, Cambridge MA - Londra: The MIT Press, 2004.

Storrie, Calum, *Delirious museum. Un viaggio dal Louvre a Las Vegas*. Cremona: Johan & Levi Editore, 2017.

## T

Teunissen, José, “Fashion: More than cloth and form”, in Black, Sandy, de la Haye, Amy, Entwistle, Joanne, Rocamora, Agnès, A. Root, Regina, Thomas, Helen (a cura di), *The Handbook of Fashion Studies*, Londra: Bloomsbury Academic, 2013, pp. 197 - 214.

Tonchi, Stefano, (a cura di), *L'Officiel 100: one hundred people and ideas from a century in fashion*, Venezia: Marsilio, 2021.

Tseëlon, Efrat, “Fashion research and its discontents”, in *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, vol. 5:4, 2001, pp. 435 - 451.

## U

Ugelvig, Jeppe, *Fashion work 1993 - 2018. 25 years of art in fashion*, Faenza: Damiani, 2020.

## V

Vacca, Federica, “The present future in fashion design: the archive as a tool for anticipation”, in *Zone Moda Journal*, 6:1, 2016, pp. 38 - 47.

Vaccari, Alessandra, *La moda dei discorsi dei designer*, Clueb: Bologna, 2012.

Vaccari, Alessandra, “Autobiografias de designers de moda como ferramentas para pesquisa histórica / Fashion designers' autobiographies as tool for historical research” in *Moda Palavra*, vol. 8:16, 2015, pp. 5 - 24.

Vaccari, Alessandra, “Il fashion designer e la storia della moda. I discorsi, gli approcci e i modelli interpretativi”, in *Dobras*, vol. 11:24, 2018, pp. 9 - 14.

Vänskä, Annamari, “How to do humans with fashion: Towards a posthuman critique of fashion”, in *International Journal of Fashion Studies*, vol. 5:1, 2018, pp. 15 - 31.

Von Busch, Otto, *Fashion-able hacktivism and engaged fashion design*, Tesi di dottorato. School of Design and Crafts (HDK) Faculty of Fine, Applied and Performing Arts University of Gothenburg, 2008.

Von Busch, Otto, *Making trouble: Design and*

*material activism*, Londra: Bloomsbury, 2022.

## W

Wingfield, Jonathan, “Miuccia Prada & Raf Simons”, in *System Magazine*, vol. 8, 2016, p. 96 - 110.

Wingfield, Jonathan, “In-store. Dior 30 Montaigne”, in *System Magazine*, n.19, 2019, pp. 262 - 300.

Wilson, Elizabeth, *Adorned in dreams: Fashion and modernity*, New Brunswick: Rutgers University Press, 2003.

Woodward, Sophie, Fisher, Tom, “Fashioning through materials: Material culture, materiality and processes of materialization”, in *Critical Studies in Fashion and Beauty*, vol. 5:1, 2014, pp. 1 - 32.



## Sitografia

## A

Ahmed, Imran, "Why creative directors matter more than ever", in *The Business of Fashion*, 12 giugno 2013, ultimo accesso 11 agosto 2022: <https://www.businessoffashion.com/opinions/news-analysis/why-creative-directors-matter-more-than-ever/>

Ahmed, Imrad, "Tom Ford: How the man who rescued Gucci created his own billion-dollar brand", in *The Evening Standard*, 27 settembre 2013, ultimo accesso 12 gennaio 2023: <https://www.standard.co.uk/business/markets/tom-ford-how-the-man-who-rescued-gucci-created-his-own-billion-dollar-brand-8843703.html>

"Autumn-Winter 2017-18 Haute Couture show - Maria Grazia Chiuri on Monsieur Dior", dal canale YouTube di Christian Dior, 8 luglio 2017, ultimo accesso 23 settembre 2021: [https://www.youtube.com/watch?v=-LBX\\_1U-9maM](https://www.youtube.com/watch?v=-LBX_1U-9maM)

## B

Barnard, Christopher, "Save the gowns!", in *The New York Times*, 27 marzo 2023, ultimo accesso 11 giugno 2023: <https://www.nytimes.com/2023/03/27/style/fashion-archiving-clothes-storage.html>

BOF Team, "The Risks of Changing Creative Directors", in *The Business of Fashion*, 8 febbraio 2016, ultimo accesso 11 agosto 2022: <https://www.businessoffashion.com/opinions/news-analysis/in-fashion-the-risks-of-changing-the-guard/>

## C

Cardini, Tiziana, "Nel nuovo archivio di Gucci a Firenze con Alessandro Michele", in *Vogue*, 9 settembre 2021, ultimo accesso 11 agosto 2023: [https://www.vogue.it/moda/article/gucci-archivio-](https://www.vogue.it/moda/article/gucci-archivio-intervista-alessandro-michele)

intervista-alessandro-michele

Cavanagh, Alice, "Inside Judy Chicago's monumental goddess sculpture for Dior", in *The New York Times Style Magazine*, 20 gennaio 2020, ultimo accesso 26 aprile 2024: <https://www.nytimes.com/2020/01/20/t-magazine/dior-judy-chicago.html>

Chiuri, Maria Grazia, "What will it take for the fashion industry to maintain its relevance in society?", in *Grazia*, 2020, ultimo accesso 9 agosto 2022: <https://graziomagazine.com/articles/maria-grazia-dior-fashion-essay/>

Choi, Yoko, "Gucci and Maurizio Cattelan explore the power of appropriation in Shanghai show", in *Wallpaper*, 10 ottobre 2022, ultimo accesso 16 ottobre 2023: <https://www.wallpaper.com/fashion/gucci-maurizio-cattelan-the-artist-is-present-shanghai>

Colapinto, John, "In Tte now, Where Karl Lagerfeld lives", in *The New Yorker*, 19 marzo 2007, ultimo accesso 15 luglio 2022: <https://www.newyorker.com/magazine/2007/03/19/in-the-now>

"Colloquium | Jeppe Ugelvig 'Memory Garments: The Non-Archive of Susan Cianciolo", dal canale YouTube di The Museum at FIT, 12 febbraio 2019, ultimo accesso 23 novembre 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=YpO4-faXUAA>

Core Studio Public Lecture: Virgil Abloh, 'Insert Complicated Title Here', dal canale YouTube di Harvard GSD, 30 ottobre 2017, ultimo accesso 14 ottobre 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=qie5VITX6eQ>

## D

*Decolonising archives*, pubblicazione eBook, L'Internationale Online, 2016, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://e-artexte.ca/id/eprint/30628/1/03->

decolonisingarchives\_pdf-final.pdf

De Vries, Femke, "Clothes are Souvenirs", in De Vries, Femke, *Fashioning Value - Undressing Ornament*, Amsterdam: Valiz, 2015, ultimo accesso 22 novembre 2023: <https://www.femkedevries.com/wordpress/wp-content/uploads/2020/03/Clothes-Are-Souvenirs.-Excerpt-from-Fashioning-Value-Undressing-Ornament.pdf>

## F

Farra, Emily, "Dior in the desert: 6 things to know about tonight's L.A. show", in *Vogue*, 12 maggio 2017, ultimo accesso 16 settembre 2022: <https://www.vogue.com/article/dior-resort-2018-fashion-show>

Flaccavento, Angelo, "Nella maniera in cui omaggio quel che mi piace e quel che mi ha segnato. Per me creare vuol dire rigurgitare, stravolgere e assemblare tutto ciò da cui sono stato e sono attraversato" in *Vogue Italia*, 1 settembre 2017, ultimo accesso 11 agosto 2022: <https://www.vogue.it/moda/news/2017/09/01/alessandro-michele-citazionismo-passato-futuro-moda-intervista-vogue-italia>

## G

Guilbaut, Laurie, "Gucci taps Sabato De Sarno as creative director", in *Vogue Business*, 28 gennaio 2023, ultimo accesso 27 settembre 2023: <https://www.voguebusiness.com/fashion/gucci-taps-sabato-de-sarno-as-creative-director>

Freeman, Liam, "Dior AI 19: Intervista con Maria Grazia Chiuri", in *Vogue*, 26 febbraio 2019, ultimo accesso 20 settembre 2023: <https://www.vogue.it/moda/article/paris-fashion-week-autunno-inverno-19-intervista-dior-maria-grazia-chiuri>

Foley, Bridget, "Ghosting at Gucci", in *Women's Wear Daily*, 24 febbraio 2016, ultimo accesso 15 luglio 2022: <https://wwd.com/feature/ghost-gucci-alessandro-michele-guccighost-fall-10366122/>

Frisa, Maria Luisa, Tagli-ferri, Chiara, "Sailor. Anatomia del corpo attraverso la moda", in *StorieLibere.fm*, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://storielibere.fm/sailor/>

Frisa, Maria Luisa, "Gucci Museo", in *Domus Web*, 20 ottobre 2011, ultimo accesso 15 novembre 2023: <https://www.domusweb.it/en/design/2011/10/20/gucci-museo.html>

Frisa, Maria Luisa, "Alessandro Michele". 13 aprile 2017, in *Flash Art*, ultimo accesso 14 aprile 2022: <https://flash---art.it/article/alessandro-michele/>

Frisa, Maria Luisa, "L'indicabile fortuna dell'essere donna. Una conversazione con Maria Grazia Chiuri" in *Flash Art*, 22 luglio 2020, ultimo accesso 9 agosto 2022: <https://flash---art.it/article/maria-grazia-chiuri/>

Fury, Alexander, "In Fashion, the Beauty (and Challenge) of Looking Back", in *The New York Times*, 18 settembre 2017, ultimo accesso 17 settembre 2021: <https://www.nytimes.com/2017/09/18/t-magazine/fashion-house-archives-inspiration.html>

## G

Guilbaut, Laurie, "Gucci taps Sabato De Sarno as creative director", in *Vogue Business*, 28 gennaio 2023, ultimo accesso 27 settembre 2023: <https://www.voguebusiness.com/fashion/gucci-taps-sabato-de-sarno-as-creative-director>

## H

Hoang, Limei, "Sidney Toledano: 'Expect a New Dior'", in *The Business of Fashion*, 8 luglio 2016, ultimo accesso 2 agosto 2022: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/sidney-toledano-maria-grazia-chiuri-talk-about-new-dior/>

Horyn, Cathy, "Tom Ford gets candid about his years at Gucci", in *The Cut*, 20 aprile 2015, ultimo accesso 2 agosto 2022: <https://www.thecut.com/2015/04/tom-ford-gets-candid-about-his-years-at-gucci.html>

## J

"JISOO's exclusive tour of the Dior", dal canale YouTube di Christian Dior, 24 marzo 2023, ultimo accesso 10 agosto 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=ePVfZ-xawx0>

Horyn, Cathy, "The fashion world has a talent problem", in *The Cut*, 12 settembre 2023, ultimo accesso 12 settembre 2023: <https://www.thecut.com/article/fashion-world-talent-problem.html>

## L

Lenthal, Thomas, "The Azzedine Alaïa Collection", in *System Magazine*, vol.17, ultimo accesso 23 settembre 2023: <https://system-magazine.com/issues/issue-17/archive-the-azzedine-alaia-collection>

## M

Manicardi, Matilde, "Dior sfilata a Lecce e celebra il Salento con la nuova collezione e con Marinella Senatore", in *Exibart*, 24 luglio 2020, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.exibart.com/moda/dior-sfilata-lecce-e-celebra-il-salento-con-la-nuova-collezione-cruise-2021-e-con-un-opera-di-marinella-senatore/>

McCarthy, Caitlin, "Some system should have been devised". *The organization (and disorganization) of Charles James's Archive*, 13 luglio 2016, ultimo accesso 20 novembre 2023: <https://www.metmuseum.org/blogs/in-circulation/2016/charles-james-2>

Menkes, Suzy, "Fashion 89: House of Dior Shows Bohan the Door", in *The Los Angeles Times*, 12 maggio 1989, ultimo accesso 11 luglio 2022: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1989-05-12-vw-3275-story.html>

Menkes, Suzy, "YSL: Real and Virtual Fashion Archives", in *International Herald Tribune*, 18 gennaio 2000, ultimo accesso 6 novembre 2023: <https://www.nytimes.com/2000/01/18/style/IHT-ysreal-and-virtual-fashion-archives.html>

Menkes, Suzy, "Balenciaga: The past is the future", in *The New York Times*, 5 luglio 2006, ultimo accesso 17 ottobre 2023: <https://www.nytimes.com/2006/07/05/style/05iht-rbal.html>

Menkes, Suzy, "Heritage Luxury: Past Becomes the Future", in *The New York Times*, 8 novembre 2010, ultimo accesso 18 settembre 2023: <https://www.nytimes.com/2010/11/09/fashion/09iht-rsuzy.html>

Menkes, Suzy, "Dirty Pretty Things", in *The New York Times*, 30 novembre 2012, ultimo accesso 26 ottobre 2023: <https://www.nytimes.com/2012/11/30/opinion/global/suzy-menkes-dirty-pretty-things.html>

Menkes, Suzy, "Tom Ford back at Gucci", in *Vogue Germany*, 26 giugno 2016, ultimo accesso 2 agosto 2022: <https://www.vogue.de/blogs/suzy-menkes/tom-ford-back-at-gucci2>

Mondalek, Alexandra, "What luxury fashion brands want in a creative director", in *Vogue Business*, 7 novembre 2019, ultimo accesso 11 agosto 2022: <https://www.voguebusiness.com/talent/articles/luxury-fashion-brands-creative-director-balmain-louis-vuitton-virgil-abloh/>

Mondalek, Alexandra, "As Brands Rush to Speak Out, Many Statements Ring Hollow" in *The Business of Fashion*, 2 giugno 2020, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.businessoffashion.com/articles/marketing-pr/george-floyd-black-lives-matter-protest-fashion-brands-response-louis-vuitton-nike/>

Murphy, Deirdre, "Dialogues between past and present: Historic

garments as source material for contemporary fashion design", in *V&A Online Journal*, 3, primavera 2011, ultimo accesso 9 settembre 2022: <http://www.vam.ac.uk/content/journals/research-journal/issue-03/dialogues-between-past-and-present-historic-garments-as-source-material-for-contem>

## O

Obrist, Hans Ulrich, "The rules are in my head", in *System Magazine*, vol.2, 2013, ultimo accesso 14 novembre 2023: <https://system-magazine.com/issues/issue-2/rei-kawakubo>

O'Hagan, Andrew, "The maddening and brilliant Karl Lagerfeld", in *The New York Times Style Magazine*, 12 ottobre 2015, ultimo accesso 15 luglio 2022: <https://www.nytimes.com/2015/10/12/t-magazine/karl-lagerfeld-interview.html>

Olsen, Kerry, "In MaxMara's archive, decades of Italian fashion history", in *The New York Times*, 19 settembre 2018, ultimo accesso 7 ottobre 2022: <https://www.nytimes.com/2018/09/19/style/maxmara-archive-reggio-emilia-italy.html>

## P

"Penny Slinger collaboration for Dior Autumn-Winter 2019-2020 Haute Couture collection", dal canale YouTube di Christian Dior, 6 luglio 2019, ultimo accesso 24 aprile 2023: <https://www.youtube.com/watch?v=kV13jLEKf8>

Phelps, Nicole, "Christian Dior Fall/Winter 2018 Ready to Wear", in *Vogue Runway*, 27 febbraio 2018, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/christian-dior>

Phelps, Nicole, "Christian Dior Spring/Summer 2023 Ready to Wear", in *Vogue Runway*, 27 settembre 2022, ultimo accesso 23 aprile 2024:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/christian-dior>

## S

Show note n.1, Louis Vuitton Men's collection by Virgil Abloh Spring-Summer 2019, dalla pagina *Tumblr Canary Yellow*, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://d3uqq2ap1kpn9.cloudfront.net/wp-content/uploads/2020/08/13105033/1.pdf>

Show note n.2, Louis Vuitton Men's collection by Virgil Abloh Fall-Winter 2019, dalla pagina *Tumblr Canary Yellow*, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://d3uqq2ap1kpn9.cloudfront.net/wp-content/uploads/2020/08/13105638/2.pdf>

Show note n.3, Louis Vuitton Men's collection by Virgil Abloh Spring-Summer 2020, dalla pagina *Tumblr Canary Yellow*, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://d3uqq2ap1kpn9.cloudfront.net/wp-content/uploads/2020/08/13110209/3.pdf>

Show note n.4, Louis Vuitton Men's collection by Virgil Abloh Fall-Winter 2020, dalla pagina *Tumblr Canary Yellow*, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://d3uqq2ap1kpn9.cloudfront.net/wp-content/uploads/2020/08/13110846/4.pdf>

Show note n.5, Louis Vuitton Men's Collection by Virgil Abloh Spring-Summer 2021, dalla pagina *Tumblr Canary Yellow*, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://d3uqq2ap1kpn9.cloudfront.net/wp-content/uploads/2020/08/13111013/5.pdf>

Show note n.6, Louis Vuitton Men's collection by Virgil Abloh Fall-Winter 2021, dalla pagina *Tumblr Canary Yellow*, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://d3uqq2ap1kpn9.cloudfront.net/wp-content/uploads/2021/01/21224213/shownotes-def-2021.pdf>

Show note n.6, Louis Vuitton Men's collection by Virgil Abloh Spring-Summer 2022, dalla pagina *Tumblr Canary Yellow*, ultimo accesso 23 aprile 2024: [https://d3uqg2ap1kpn19.cloudfront.net/wp-content/uploads/2021/06/24193310/7\\_SHOW\\_NOTES1.pdf](https://d3uqg2ap1kpn19.cloudfront.net/wp-content/uploads/2021/06/24193310/7_SHOW_NOTES1.pdf)

Showstudio, "Music and fashion become one in Gucci's latest centenary campaign", in *Showstudio*, 5 ottobre 2021, ultimo accesso 24 aprile 2024: <https://www.showstudio.com/news/music-and-fashion-become-one-in-micheles-latest-campaign-celebrating-guccis-centenary>

Stansfield, Ted, "Demna Gvasalia on Gucci's hacking of Balenciaga", in *Another Magazine*, 10 settembre 2001, ultimo accesso 23 dicembre 2022: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/13271/alessandro-michele-and-demna-gvasalia-on-contaminating-gucci-and-balenciaga>

Stoppard, Lou, "The obsessive archives of Kim Jones", in *Another Magazine*, 24 luglio 2015, ultimo accesso 25 luglio 2023: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/7626/the-obsessive-archives-of-kim-jones>

Stoppard, Lou, "Alessandro Michele — National treasures", in *The Financial Times*, 30 agosto 2019, ultimo accesso 5 dicembre 2023: <https://www.ft.com/content/e85a16b8-887a-11e9-b861-54ee436f9768>

Stoppard, Lou, "Fashion brands build museums as archives gain value", in *The Financial Times*, 22 luglio 2016, ultimo accesso 12 agosto 2022: <https://www.ft.com/content/7d838ca4-27ff-11e6-8ba3-cdd781d02d89>

## T

Totaro, Romina, "Gucci genealogy: I adorn therefore

I am", in *Domus Web*, 21 aprile 2021, ultimo accesso 26 agosto 2023: <https://www.domusweb.it/en/design/2021/04/19/with-aria-alessandro-michele-retraces-a-century-of-gucci.html>

## W

"We should all be feminists | Chimamanda Ngozi Adichie | TEDxEuston", dal canale YouTube di *TedxTalk*, 12 aprile 2013, ultimo accesso 23 aprile 2024: [https://www.youtube.com/watch?v=hg3umXU\\_qWc](https://www.youtube.com/watch?v=hg3umXU_qWc)

Williams, Robert, "Why Alessandro Michele is exiting Gucci", in *The Business of Fashion*, 22 novembre 2022, ultimo accesso 23 settembre 2023: <https://www.businessoffashion.com/articles/luxury/confirmed-alessandro-michele-exiting-gucci/>

Woodward, Daisy, "Penny Slinger: The radical British artist who's just collaborated with Dior", in *Another Magazine*, 2 luglio 2019, ultimo accesso 23 aprile 2024: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/11797/penny-slinger-the-radical-british-artist-who-s-just-collaborated-with-dior>

## Y

Yotka, Steff, "Virgil Abloh reveals his design philosophy for Louis Vuitton menswear - where else? - on Instagram", in *Vogue*, 20 aprile 2018, ultimo accesso 15 novembre 2023: <https://www.vogue.com/article/virgil-abloh-louis-vuitton-menswear-preview>

Young, Robb, "Guardians of History: At Christian Dior", in *The New York Times*, 8 novembre 2010, ultimo accesso 11 luglio 2022: <https://www.nytimes.com/2010/11/09/fashion/09iht-rdior.html>

## Z

Zanon, Johanna, "Unravelling inspirations: The non-retrospective of Dries Van Noten, A

review of Dries Van Noten: Inspirations, Musée de la Mode et du Textile, Les Arts Décoratifs, Paris, 1 March-2 November 2014", in *The Fashion Research Network*, 26 agosto 2014, ultimo accesso 15 ottobre 2023: <https://www.fashionresearchnetwork.com/blog/unravelling-inspirations-the-non-retrospective-of-dries-van-noten>

Heritage come procedimento progettuale  
Tra archivio e direttore creativo

Università luav di Venezia  
Dottorato in Arti visive, performative e moda

Candidato  
Dylan Colussi

Ciclo dottorale  
XXXVI

Supervisore  
Maria Luisa Frisa

Design e impaginazione  
Edoardo Ferrari

## Ringraziamenti

Questa tesi porta il contributo di molte persone, che in questi anni hanno accompagnato le fasi della ricerca, della scrittura e revisione di questo testo.

Un profondo ringraziamento a Maria Luisa Frisa, il mio supervisore. A lei devo l'interesse negli archivi e nelle pratiche curatoriali della moda, costantemente alimentate dal suo coinvolgermi in progetti ed esperienze che mi hanno portato a un confronto diretto con questi temi, permettendomi di comporre nuove domande e sviluppare punti di vista personali. Un ringraziamento sentito a Gabriele Monti per la guida costante nel mio percorso di studi e di ricerca, le conversazioni e i suggerimenti nelle varie fasi di elaborazione della tesi.

Ringrazio la scuola di dottorato dell'Università luav di Venezia e soprattutto il gruppo di docenti interni all'area tematica in Arti visive, performative e moda per l'impegno a costruire uno spazio multidisciplinare e trasversale in cui mettere a confronto differenti temi e ricerche. Grazie a Elisabetta Benelli e Louise Wallenberg, i cui puntuali commenti nella fase di revisione sono stati fondamentali per delineare l'elaborato nella sua forma finale.

Questa ricerca ha beneficiato anche dalla possibilità di confrontarmi in questi anni, quotidianamente, con il gruppo di lavoro dei corsi in moda dell'Università luav che contribuito grandemente alla mia crescita personale e professionale: Saul Marcadent, Manuela Soldi, Elena Fava, Antonio Masciarillo, Elda Danese, Edoardo Brunello, Alessandra Varisco. Grazie a Mario Lupano per le domande e gli stimoli che mi hanno aiutato a dirigere la mia attenzione verso il tema degli archivi di moda e la loro posizione nel sistema contemporaneo.

Il confronto con le attività di un archivio dedicato alla moda è stato possibile grazie al team dell'archivio Emilio Pucci Heritage, e in particolare a Laudomia Pucci, per il supporto costante e la piena fiducia nel mio lavoro.

La forma che assume questa tesi è il risultato del lavoro grafico di Edoardo Ferrari, che ha saputo tradurre il mio lavoro in questo oggetto stampato.

Infine ringrazio la mia famiglia per il loro continuo incoraggiamento nell'essere e fare quello che desidero. In ultimo, ringrazio Yu, oltre alle lunghe e ispiranti conversazioni su archivi e mostre nei diversi campi e interessi, per l'incrollabile sostegno con cui mi ha accompagnato attraverso ogni pensiero.

Parte B 105

B L'archivio nelle parole dei designer 107

III Alessandro Michele "Hackeraggio" 119

III.1 Passato, memoria e storia nei comunicati stampa di Gucci 121

III.2 Laboratorio di hackeraggio: collezione Gucci Aria 128

III.3 L'archivio Gucci a Palazzo Strozzi 136

III.4 Guccification 140

III.5 Copie della copie delle idee 143

IV Maria Grazia Chiuri "Curatela" 149

IV.1 Curare l'heritage di Dior 152

IV.2 Mitologia di Dior 157

IV.3 Bar Suit 162

IV.4 Dialogo con le artiste 167

V Virgil Abloh "Sampling" 175

V.1 Scorciatoia: approccio del 3% 178

V.2 Sampling 184

V.3 10.000 hours 188

V.4 The vocabulary according to Virgil Abloh 191

VI Conclusioni 199

VI.1 Dimensione progettuale delle parole 208

VI.2 Definizione plurale di heritage 212

VI.3 Direzione creativa come processo curatoriale 215

VI.4 Ritorno all'archivio 218

Linee di indagine future 223

Bibliografia e sitografia 225

Archivio 227

Heritage 230

Generale 233

Sitografia 236



Università Iuav di Venezia  
Dottorato in Arti visive, performative e moda

Candidato  
Dylan Colussi

Ciclo dottorale  
XXXVI

Supervisore  
Maria Luisa Frisa