



## La Comunicazione della Moda (2) a cura di Laura Morino

Mar 4th, 2022 | Di Redazione | Categoria: CATEGORIA B, Comunicazione, Relazioni Pubbliche



**MODA:** espressione dei tempi e forma di comunicazione

Il termine Moda ha più significati.

I tre principali sono quelli riferiti al modo di abbigliarsi, vestirsi – di comportarsi, atteggiarsi – di stile di vita culturale e sociale.

A testimonianza di ciò una delle citazioni più belle del grande stilista Karl Lagerfeld, soprannominato "l'imperatore della moda" per il suo stile e creatività inconfondibili: "Sono una persona alla moda e la moda non riguarda solo gli abiti, ma ogni genere di cambiamento"

Per ognuno delle diverse accezioni il leitmotiv, il denominatore comune, è la comunicazione.

Senza la comunicazione ogni significazione non ha modo di esistere.

Le collezioni hanno avuto una evoluzione nei tempi, dai capi sartoriali di haute couture di inizio Novecento destinati solo ad una élite ed esibizione dello status sociale, al prêt-à-porter, nato negli anni sessanta ed esploso agli inizi degli anni '80, accessibile a tutti, espressione dei fenomeni di democratizzazione della società.

Gli abiti e gli accessori diventano parte della rappresentazione del cambiamento dei tempi, comunicano un messaggio anche sociale e a loro volta devono essere presentati: la comunicazione contribuisce alla diffusione della moda, delle mode, degli stili di vita.

Il modo di comunicare cambia, è in continua evoluzione, è lo specchio dei tempi, lo si evince nelle due metodologie di rappresentazione della moda: con le sfilate e la pubblicità

Dalle sfilate haute couture nei salotti degli atelier parigini, senza musica e con una voce fuori campo che citava il nome ed il numero degli abiti indossati da algide mannequin statiche, si è arrivati agli show dei giorni nostri con decine di modelle multirazziali, a volte danzanti, su passerelle trasformate spesso in veri e propri set cinematografici con suoni, luci e scenografie spettacolari.

La comunicazione pubblicitaria è senza dubbio quella più efficace, quella più idonea a trasmettere l'immagine ed il messaggio che lo stilista rappresenta con la sua creatività.

Le prime concessionarie ed agenzie pubblicitarie nacquero in Francia dopo la metà del 1800 ma solo negli anni venti, negli Stati Uniti, ci fu il vero sviluppo dell'immagine pubblicitaria.

Non era solo più il disegno del prodotto ma un'immagine con un messaggio che doveva arrivare al cliente sia come informazione sull'esistenza di un prodotto o di un marchio sia come stimolo al desiderio di acquistarlo, di possederlo.

Si arriva così negli anni '80 dove il messaggio pubblicitario trasforma in status indossare certe collezioni, possedere gli accessori di certi brand: trasforma la moda in una moda.

Una trasformazione rivoluzionaria è stato l'avvento della digitalizzazione, con l'affermazione di Internet prima e con la diffusione dei social network poi, ha determinato un profondo cambiamento, anche culturale, nella comunicazione della moda. Non ci sono più barriere o limiti, si comunica a tutti, in tempo reale, la moda è per tutti.

Gli influencer, i fashion blogger, gli avatar sono il simbolo ed i rappresentanti di questo mutamento, sono un ulteriore mezzo di comunicazione, diventano la rappresentazione di una moda, della moda, di uno stile di vita

La moda ha quindi compiuto ancora un passo avanti, ora è identificata come Fashion 4.0 .... la scopriremo, la vivremo....

Laura Morino  
Titolare Morino Studio  
laura@morinostudio.com  
mobile: + 39 335 6130919

#lauramorino #marketingjournal #clumc #daniloarlinghi

### RIMANI INFORMATO

5 Entries (RSS)



### ALTRE NEWS

- La Comunicazione Inclusiva ... di Marina Martorana
- La Comunicazione della Moda (2) a cura di Laura Morino
- Guida all'E-Commerce (9): importanza, evoluzione, best practice. Di Libero Fusi
- Archivio per 'CATEGORIA B' »

### ALTRE NEWS

- La Comunicazione Inclusiva ... di Marina Martorana
- La Comunicazione della Moda (2) a cura di Laura Morino
- La Comunicazione del Food & Beverage (9) grazie a Giorgio Vizioli
- Archivio per 'Comunicazione' »

### ALTRE NEWS

- La Comunicazione Inclusiva ... di Marina Martorana
- La Comunicazione della Moda (2) a cura di Laura Morino
- La Comunicazione del Food & Beverage (9) grazie a Giorgio Vizioli
- Archivio per 'Relazioni Pubbliche' »

### ALTRE CATEGORIE

- Mondo GREEN
- Giro di poltrone
- Marketing
- Comunicazione
- Psicologia & Sociologia
- Aziende
- Anarchia