



Associazione
Iscritta al Registro Regionale delle
Associazioni, Fondazioni ed Istituti
Culturali con DGR/2018 posizione 63

Moda Movie 2021

La meta è partire

La moda e la riscoperta del viaggio

*What is a journey?
It's a process. It's a discovery.
It's a process of self-discovery*

Cos'è un viaggio? Un viaggio è un processo, una scoperta, un modo per andare alla ricerca di noi stessi. Così recitava lo spot che il regista francese Bruno Aveillan creò nel 2008 per Louis Vuitton. La grande casa di moda, celebre anche per le linee di valigie e borse, volle concentrare in quello spot alcune straordinarie immagini di diversi (e bellissimi) luoghi della Terra, al fine di innescare una profonda riflessione sul viaggio come metafora della ricerca interiore.

In un momento di grande crisi e soprattutto di grande chiusura, come quello che stiamo vivendo oggi, riteniamo sia fondamentale poter dare un segnale di speranza, che possa partire proprio dai settori della cultura e dello spettacolo, sicuramente tra quelli più penalizzati dalla pandemia in corso. **È per questo che abbiamo deciso di dedicare la 25esima edizione di Moda Movie al tema del viaggio.**

L'intento è quello di riflettere su **“moda e viaggio”** intesi come necessità di **continua trasformazione, ricerca e confronto con l'altro**. Ma il viaggio è anche una pausa dalla vita quotidiana e un percorso verso una meta: **la ricerca del diverso e la scoperta del mondo.**

Il festival si proietta pertanto nel “post-Covid”, auspicando una veloce ripresa della normalità e, in primis, della ripresa dei contatti, degli scambi, che la pandemia ha azzerato e che sarà necessario poter ristabilire al più presto.

La moda e il viaggio rappresentano un binomio indispensabile, che negli anni si è continuamente influenzato, dando vita a sempre nuove connessioni, generando stimoli reciproci continui. **Le case di moda più importanti hanno ripreso più volte, negli ultimi anni, il tema del viaggio e dell'esotismo.** Le influenze delle culture lontane dai nostri territori hanno ispirato grandi nomi del mondo della moda, quali da Jean Paul Gaultier a Krizia, da Yves Saint Laurent a Gucci.



Iscritta al Registro Regionale delle
Associazioni, Fondazioni ed Istituti
Culturali con DGR/2018 posizione 63

Allo stesso modo, molti brand si sono riappropriati e hanno messo insieme elementi provenienti da culture differenti e lontane, non solo geograficamente ma anche nel tempo. Un esempio per tutti: il simbolo della maison Etro, il motivo Paisley che richiama la foglia della palma da dattero e prende spunto dall'iconografia dell'antica Mesopotamia.

Ma l'accostamento a determinati luoghi e tradizioni locali non è solo un affare internazionale. In Italia, ad esempio, è noto come siano stati tanti i brand che, negli ultimi anni, si sono ispirati alle culture locali nella realizzazione di outfit e accessori. Le bellezze naturali, quelle artistiche, nonché le tradizioni popolari, infatti, sono spesso state un costante punto di riferimento per molti stilisti.

Perché viaggiare non significa soltanto saper andare verso mete lontane, ma significa anche acquistare consapevolezza di quanto sia importante conoscere e poter anche ritornare verso le proprie origini.

Il visual 2021

Il visual di questa edizione (all'interno del quale la sagoma di una modella rappresenta la moda, mentre l'immagine olografica è il simbolo del cinema) ci fa vedere un'ombra che è molto più piccola rispetto alla modella proprio per l'idea di volerci proiettare nel futuro, lasciando alle spalle il periodo buio che stiamo vivendo a livello globale. Le nuvole e uccelli rappresentano la leggerezza, richiamano la voglia di viaggiare, ma anche l'anelito all'al di fuori della realtà quotidiana. Il colore predominante è il blu, simbolo della calma, della tranquillità e dell'equilibrio, infonde una sensazione di purezza e silenzio, e richiama sia spazi sconfinati, come il cielo e il mare, sia apertura verso il mondo.

Parole chiave

Dopo il Covid
Trasformazione
Nuove idee
Luoghi
Note di viaggio
Esotismo
Identità
Leggerezza
Futuro
Volare