

## Riflessioni introduttive sulla relazione fra moda e turismo

Gianluigi Di Giangirolamo\*      Alessia Mariotti\*\*

Università di Bologna (Italy)

Publicato: 16 dicembre 2021

Questo numero di ZoneModa Journal è dedicato alla relazione tra moda e turismo e si pone l'obiettivo di indagare le principali similitudini, divergenze, influenze, relazioni e interazioni tra questi due settori con l'obiettivo di sottolineare come l'approccio multidisciplinare può contribuire a leggerne le molte e diverse implicazioni sociali, economiche e culturali.

Da un punto di vista meramente accademico, l'industria della moda e quella del turismo sono considerate entrambe un campo di studio. In altre parole, si tratta di due oggetti di indagine che, per la loro complessità, richiedono punti di vista interpretativi propri di discipline diverse e spesso anche molto distanti fra loro.

Nell'ambito dei "tourism studies" la moda ed il fashion sono stati indagati prevalentemente all'interno di una prospettiva urbana, cioè nella relazione fra l'attrattività turistica delle città e la loro caratterizzazione sul mercato come capitali della moda. La moda diventa cioè uno strumento attraverso il quale diversificare il prodotto turistico o interessante da indagare per il suo contributo al sistema degli eventi in quanto moltiplicatore di flussi di visitatori. Più recentemente, l'importanza attribuita in seno alle scienze sociali al ruolo delle industrie culturali e creative nei processi di riconoscimento e costruzione del patrimonio immateriale ed in quello di valorizzazione anche a scopo turistico delle produzioni artistiche ed artigianali, ha aperto nuovi scenari di confronto interdisciplinare ed intersettoriale. Nel turismo creativo le pratiche della moda ampliano il concetto stesso di cultura consentendo una lettura ulteriore della relazione fra questi due settori.

Rispetto ai fashion studies, l'interesse dei ricercatori verso le interazioni con il mondo del turismo è stato molto più limitato: gli studi si concentrano prevalentemente in area marketing e management, per esempio sulle strategie di collaborazione fra alcuni brand dell'alta moda ed il mondo dell'hotellerie.

Il sistema della moda con i suoi creatori, le maison, gli eventi, le reti di comunicazione e i consumatori ha però contribuito e contribuisce alla creazione e alla definizione dei luoghi, degli spazi e delle città; un

---

\* ✉ [gian.digiangirolamo@unibo.it](mailto:gian.digiangirolamo@unibo.it)

\*\* ✉ [alessia.mariotti@unibo.it](mailto:alessia.mariotti@unibo.it)

legame quello della moda con il territorio, ben definito e rilevante che genera valore nelle pratiche del turismo e permette così un ampliamento dell'offerta. L'industria del turismo è a sua volta un elemento rilevante per il campo della moda, l'interazione e le ibridazioni negli scambi fra visitatori e visitati concorre, a partire dal fine dell'Ottocento (anche grazie a guide, itinerari e "must see"), alla creazione di immagini ed immaginari dei luoghi e delle capitali della moda. Questo numero di *ZoneModa Journal* si pone quindi l'obiettivo di stimolare una riflessione innovativa all'interno dei fashion studies, sulle interazioni fra il mondo della moda e quello del turismo con una visione prospettica, sia teorica che empirica, sulle transizioni in atto.

Nel saggio di apertura del numero, Daniela Calanca offre una panoramica in prospettiva storica delle politiche pubbliche messe in campo dallo Stato Italiano a favore del Patrimonio Culturale della Moda come possibile attrazione turistica. Partendo dall'istituzionalizzazione del riconoscimento di questo patrimonio, Calanca sottolinea come nelle politiche pubbliche, il nesso fra cultura della moda e turismo si concretizzano attraverso la "cultura del prodotto". Sempre utilizzando gli strumenti propri della ricerca storica, Petra Kavrecic racconta l'evoluzione della moda in parallelo a quella delle abitudini e delle tradizioni del turismo balneare, sottolineando il ruolo dei medici e della medicina nella trasformazione degli spazi litoranei, ma anche delle consuetudini di abbigliamento. Cambiando prospettiva analitica e oggetto di studio, Sandra Biondo ci fornisce una lettura ragionata della relazione fra le grandi case di moda e la ristorazione di lusso, come luoghi all'intersezione fra i due mondi del turismo enogastronomico e del fashion. Come indicato in apertura, il tema della moda e del turismo ha spesso utilizzato gli spazi urbani come luogo di analisi delle dinamiche relazionali fra i due settori. In questo filone di ricerca si inserisce il saggio di Maria Skivko, che ha come obiettivo quello di sottolineare come il fashion possa fungere da strumenti di riqualificazione degli spazi urbani ad uso turistico. Ritornando ad una prospettiva storica e utilizzando la scala nazionale come oggetto di analisi, Vittoria Caterina Caratozzolo individua nella ricerca di una creatività legata all'esotico nella moda del secondo dopoguerra, la relazione con il tema del viaggio, del turismo e della costruzione degli immaginari collettivi italiani di quel periodo. Alessandra Vaccari e Paolo Franzo propongono invece una nuova lettura di Venezia. Partendo non dal suo essere destinazione turistica, ma dalla relazione che si instaura fra il turismo ed il settore delle produzioni di moda nella città, si interrogano su quale ruolo il fashion abbia nel tracciare nuovi itinerari di sviluppo turistico ed una nuova idea di città. Infine, Ornella Cirillo traccia la storia della moda balneare che nasce a Capri e Positano nella seconda metà del secolo scorso, sottolineando come la pratica turistica abbia dato vita a nuove produzioni creative e ad una tradizione specifica. La possibilità di esplorare la relazione e le molte reciproche interazioni fra i due mondi continua anche nella sezione backstage, in cui emergono le realtà urbane ed i casi di studio di Firenze, Napoli e Pompei.