

*Archeologia della moda. Heritage, archivi,  
comunicazione,*  
Carocci editore, 2025

Angela Maria Ferraro\*<sup>a</sup>

Simona Cimmino<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli" (Italy)

Ricevuto: 30 aprile 2026 – Pubblicato: 4 agosto 2026

Se nei lavori pubblicati a partire dal 2000 la curatrice, giornalista e studiosa di moda Sofia Gnoli ne ha raccontato soprattutto la dimensione storica, in *Archeologia della moda. Heritage, archivi, comunicazione* riflette sul ruolo dei *fashion archive* nel custodire e promuovere questa eredità.

L'ingresso dell'abito nel museo, l'archiviazione sistematica dei beni, così come lo sviluppo degli studi dedicati al settore, sono fenomeni relativamente recenti. Da alcuni anni si è infatti affermato un importante dibattito critico sulla presenza di musei dedicati alla moda italiana e sull'importanza del ruolo degli archivi, che raccogliendo, curando e preservando questa immensa eredità patrimoniale, diventano punti di riferimento per ricercatori, studenti e professionisti di vario ambito. Nel contesto nazionale che evidenzia la necessità di un sistema museale e archivistico strutturato, capace di conservare, narrare e rendere accessibile il *fashion heritage*, il volume ha un valore particolarmente significativo, contribuendo a riconoscere la moda come una disciplina pari all'arte, al design e all'architettura.

L'importanza di conoscere la storia della moda è un tema universalmente condiviso; più recente è invece la consapevolezza della necessità di custodirla e organizzarla sistematicamente negli archivi. L'autrice analizza le modalità attraverso cui questo patrimonio viene valorizzato all'interno dei *fashion archive*, ricostruendo il complesso percorso che ne ha accompagnato la nascita e l'evoluzione.

Con la svolta postmoderna degli ultimi decenni, si è riconosciuto che la moda è un prodotto culturale capace di riflettere le trasformazioni sociali del tempo. Si è così affermata una nuova consapevolezza del valore storico e simbolico dell'abbigliamento, non più considerato come un insieme di semplici oggetti effimeri, ma come una vera e propria testimonianza capace di documentare luoghi ed epoche.

Intendendo per "moda" non soltanto un insieme di abiti e accessori, ma un sistema culturale che restituisce la complessità dell'epoca contemporanea, e per "archeologia" la disciplina che permette di ricostruire le civiltà antiche mediante lo scavo, la ricognizione e la lettura dei resti, la scelta del titolo contribuisce

---

\* ✉ [angelamaria.ferraro@unicampania.it](mailto:angelamaria.ferraro@unicampania.it)

a liberare la moda da quel carattere di frivolezza che le è stato a lungo attribuito. Sofia Gnoli propone infatti di leggerla come un campo stratificato di beni, da studiare ed interpretare per comprendere il passato e progettare il futuro delle collezioni.

In tale prospettiva, l'autrice sviluppa un'ampia indagine sul rapporto che stilisti e case di moda intrattengono con la memoria, a partire dal fatto che alcune "generazioni" — usando una scansione cara agli storici dell'arte come Renato Barilli e Fabiano Fabbri ne *La moda contemporanea*<sup>1</sup> — rielaborano modelli e temi appartenenti a epoche precedenti. Gnoli individua così una serie di esempi — pure esigua rispetto a quanto si potrebbe documentare — che attestano il ricorso alla citazione nell'atto progettuale: dall'interesse per l'età classica in epoca rinascimentale, alle più recenti proposte di baby-doll o di stivaletti alla Courrèges, passando per la mostra *The Historical Mode: Fashion and Art in the 1980s* (1989), letta come una sintesi delle modalità con cui i designer hanno rielaborato il concetto di citazione.

Sul fronte più legato a scelte di marketing, la centralità del passato emerge, invece, nella trattazione del concetto di *brand heritage*, inteso come processo di valorizzazione delle radici storiche nella costruzione dell'identità della griffe. In queste strategie, l'archivio assume un ruolo fondamentale in quanto sede dell'eredità materiale e valoriale del marchio, configurandosi come una risorsa attiva da cui le maison attingono principalmente in due modi: da un lato con il recupero e la rielaborazione di capi iconici per la creazione di collezioni fondate sul revival di modelli, dall'altro mediante pratiche di comunicazione e promozione che traducono il patrimonio in racconto, valorizzando l'identità del brand. Come la stessa Gnoli scrive, con una sottile critica all'interesse prevalentemente economico sotteso a tali operazioni, "è così che, grazie a un fitto sistema di acquisizioni e rilanci, sono, via via, tornati a brillare marchi 'impolverati' dal tempo".<sup>2</sup>

L'archivio si configura dunque come un contenitore indispensabile dal quale i direttori creativi delle maison possono attingere per creare collezioni capaci di coniugare innovazione e tradizione. Ne deriva che la moda è sempre più legata alla sua eredità culturale e il passato non è solo citazione nostalgica, ma un vero e proprio strumento strategico per costruire valore e identità che porta le holding del lusso a investire da decenni nell'eredità patrimoniale dei brand. Tuttavia, questo raffinato lavoro di riscoperta delle radici appare spesso filtrato da una lente troppo utilitaristica, dove il gesto poetico lascia il posto a logiche di posizionamento. Verrebbe da chiedersi, però, se questo sia davvero solo la prospettiva adottata dall'autrice oppure la condizione reale della moda contemporanea. E se non fosse utile sottolineare pure il ruolo di primario rilievo assunto dagli archivi nella scrittura ed elaborazione delle "Storie della moda".

Prima ancora di irrompere nei discorsi delle aziende, spesso condizionate da ragioni di marketing e di riconoscibilità, l'interesse per gli abiti d'archivio ha favorito, sin dagli ultimi anni '60, il fenomeno del vintage e la crescente attenzione verso il mercato del *second hand*, entrambi strettamente connessi ai principi del riuso e della riduzione degli sprechi promossi dalla sostenibilità e dall'economia circolare, un indirizzo che per altre ragioni ha alimentato un diffuso e meno ortodosso atteggiamento conservativo di capi e accessori "d'annata".

Lo sviluppo di questa sensibilità si è mossa in parallelo con quel lungo processo critico e culturale che ha riconosciuto alla moda valori e significati propri di una forma d'arte. Il suo ingresso ufficiale nel contesto museale coincide per la Gnoli con la mostra *Fashion Anthology* organizzata nel 1971 su iniziativa di Cecil Beaton, al Victoria and Albert Museum.

Un'ulteriore figura di rilievo della curatela di moda è Diana Vreeland, alla quale il volume dedica un approfondimento incentrato sulle mostre emozionali realizzate per il Metropolitan Museum of Art di New York: esposizioni che hanno avuto un impatto significativo sul pubblico e sull'evoluzione della museografia, pur avendo suscitato un ampio e talvolta controverso dibattito critico, in ragione di scelte spesso avanti con i tempi. Il suo approccio innovativo, ispirato alla curatela artistica, mirava a immergere i visitatori in un'esperienza onirica sensorialmente coinvolgente con allestimenti che sono diventati un modello di riferimento per il settore.

1. Fabiano Fabbri, *La moda contemporanea*, voll. 1 e 2 (Torino: Einaudi, 2019, 2021).

2. Sofia Gnoli, *Archeologia della moda. Heritage, archivi, comunicazione* (Roma: Carocci editore, 2025), 32.

La sempre più ricorrente pratica espositiva rivolta alla moda rende i musei nuovi spazi del consumo: in un contesto contemporaneo in cui lo shopping si configura come azione sempre più pervasiva e accelerata, anche gli abiti esibiti in ambito museale finiscono per trasformarsi in oggetti del desiderio, una prerogativa che si riflette inoltre nel carattere itinerante delle mostre, concepite per essere accolte in sedi museali diverse e rielaborate di volta in volta, adattando il tema proposto alle specificità dei contesti ospitanti, pur di ottenere lo scopo attrattivo principale.

Nell'*Archeologia della moda* è riconosciuto ai collezionisti un ruolo estremamente rilevante nella nascita di alcuni "templi sacri della moda" e di un suggestivo atteggiamento conservativo ed esplorativo nei confronti dei "reperti" custoditi nei guardaroba privati o negli archivi aziendali. Gli oggetti raccolti da questi cultori dell'abito vengono spesso donati, almeno in parte, a musei e fondazioni, trasformando una passione personale in un bene collettivo. Uno dei principali promotori del fenomeno fu Umberto Tirelli, sarto teatrale attivo tra il 1955 e il 1990, la cui collezione ha permesso prima ai costumisti e poi ai *fashion designer* di ritrovare un modello di verità storica a cui ispirarsi, oltre che materiali autentici di cui talvolta potersi servire. Accanto a lui si colloca anche Anna Piaggi, figura eclettica e pioniera del vintage, per la quale il collezionismo di abiti ha rappresentato un potente motore creativo, capace di influenzare profondamente l'immaginario della moda contemporanea. Dopo aver ripercorso le fila di quel lento processo che nel tempo ha compiutamente saldato la moda alla sua storia, le tendenze alle loro fonti, l'autrice esplora il lavoro compiuto da alcuni direttori creativi per note *maison* storiche, quando sono stati chiamati a dare nuova linfa ai brand in continuità con le loro radici: Karl Lagerfeld per Chanel, Alessandro Michele per Gucci e le numerose figure succedutesi alla guida di Dior. L'opera si conclude con un elenco, dichiaratamente non esaustivo, dei principali luoghi del *fashion heritage*, archivi, fondazioni e musei privati, nonché archivi e musei pubblici e istituzionali, che complessivamente oggi danno forma e consistenza al patrimonio archeologico della moda. Ne emerge il crescente impegno globale nel riconoscere la moda come patrimonio culturale e, parallelamente, si evidenzia la necessità, in Italia, di consolidare ulteriormente iniziative e finanziamenti per la conservazione e la valorizzazione, soprattutto di tipo pubblico, in quanto le realtà esistenti sono spesso di natura privata e quindi caratterizzate da una limitata accessibilità.

In questa prospettiva, la moda italiana si configura come un patrimonio in grado di contribuire in modo determinante alla definizione della storia del Paese; risulterebbe pertanto auspicabile l'istituzione di un museo della moda in Italia, capace di raccontarne e valorizzarne il contributo.

Il volume offre dunque molteplici spunti di riflessione sugli archivi e ricostruisce l'evoluzione delle esposizioni di moda attraverso continui riferimenti a casi studio a sostegno delle argomentazioni proposte, adottando un metodo divulgativo chiaro e accessibile a studenti e appassionati di moda, senza però risultare superficiale. I contenuti sono trattati in maniera lineare, ma non rigidamente schematica, rendendo piacevole la lettura anche ai meno esperti del settore.

Nel complesso, *Archeologia della moda. Heritage, archivi, comunicazione* si configura come un contributo importante per i *fashion studies*, soprattutto per l'obiettivo ampiamente raggiunto di riconoscere valore pratico e culturale agli archivi di moda. Se il volume ha il merito di offrire una mappatura ampia del fenomeno, mettendo ordine tra le molteplici declinazioni di archivio e di museo che ad oggi esistono, dedica meno spazio a quelle che sono le sfide e le difficoltà connesse alla gestione e alla fruizione di questi patrimoni materiali, aspetti che, alla luce della loro spiccata attualità, richiederanno un'attenzione sempre maggiore.