

MD Journal
[19] 2025



DESIGN SOSTENIBILE PER L'EVENTO TEMPORANEO

SUSTAINABLE DESIGN
FOR TEMPORARY EVENTS

MEDIA MD

MD Journal

Rivista scientifica di design in Open Access

Numero **19, Luglio 2025** Anno IX

Periodicità semestrale

Direzione scientifica

Alfonso Acocella, Veronica Dal Buono, Dario Scodeller

Comitato scientifico

Alberto Campo Baeza, Flaviano Celaschi, Matali Crasset,
Claudio D'Amato, Alessandro Deserti, Max Dudler, Hugo Dworzak,
Claudio Germak, Fabio Gramazio, Massimo Iosa Ghini,
Alessandro Ippoliti, Hans Kollhoff, Kengo Kuma, Manuel Aires Mateus,
Caterina Napoleone, Werner Oechslin, José Carlos Palacios Gonzalo,
Tonino Paris, Vincenzo Pavan, Silvia Pericu, Gilles Perraudin,
Christian Pongratz, Kuno Prey, Patrizia Ranzo, Marlies Rohmer,
Cristina Tonelli, Michela Toni, Benedetta Spadolini,
Maria Chiara Torricelli, Francesca Tosi

Comitato editoriale

Alessandra Acocella, Chiara Alessi, Luigi Alini, Angelo Bertolazzi,
Laura Bortoloni, Valeria Bucchetti, Benedetta Caglioti, Rossana Carullo,
Maddalena Coccagna, Vincenzo Cristallo, Federica Dal Falco,
Vanessa De Luca, Barbara Del Curto, Annalisa Di Roma,
Giuseppe Fallacara, Anna Maria Ferrari, Emanuela Ferretti,
Lorenzo Imbesi, Carla Langella, Alex Lobos, Giuseppe Lotti,
Carlo Martino, Patrizia Mello, Giuseppe Mincolelli, Luca Parodi,
Pier Paolo Peruccio, Lucia Pietroni, Domenico Potenza,
Maria Antonietta Sbordone, Gianni Sinni, Vita Maria Trapani,
Elisabetta Trincherini, Eleonora Trivellin, Gulname Turan,
Davide Turrini, Carlo Vannicola, Rosana Vasqu  z, Alessandro Vicari,
Theo Zaffagnini, Stefano Zagnoni, Michele Zannoni, Stefano Zerbi

Procedura di revisione

Double blind peer review

Redazione

Giulia Pellegrini *Art direction*, Laura Bortoloni, Maddalena Coccagna,
Marco Mancini, Monica Pastore, Federico Rita, Eleonora Trivellin

Promotore

Laboratorio Material Design, Media MD
Dipartimento di Architettura, Universit   di Ferrara
Via della Ghiara 36, 44121 Ferrara
www.materialdesign.it

Rivista fondata da Alfonso Acocella, 2016

ISSN 2531-9477 [online]



Le immagini utilizzate nella rivista rispondono alla pratica del fair use (Copyright Act 17 U.S.C. 107) recepita per l'Italia dall'articolo 70 della Legge sul Diritto d'autore che ne consente l'uso a fini di critica, insegnamento e ricerca scientifica a scopi non commerciali.

DESIGN SOSTENIBILE PER L'EVENTO TEMPORANEO

- 6 Design sostenibile per l'evento temporaneo
Eleonora Trivellin, Marco Mancini, Davide Crippa

Essays

- 20 Tra riuso e adattamento
Caterina Di Felice
- 30 Esporre oltre l'allestire
Barbara Di Prete, Lucia Ratti
- 44 Approcci di Universal Design per l'evento in Università
Giulia Beltramino, Angelo Nonelli, Benedetta Pisani, Claudia De Giorgi
- 54 Design, sistemi espositivi e transizione ecologica
Davide Crippa
- 72 Ri-vestiti
Luisa Chimenz, Chiara Olivastri, Stella Femke Rigo, Giovanna Tagliasco
- 82 Le sfilate di moda tra effimero e sostenibile
Paolo Franzo
- 96 Architetture temporanee per un futuro sostenibile
Elisabetta Benelli, Matteo Ascente, Diletta Pucci
- 108 Sustainable Beat
Marco Manfra, Carlo Vannicola
- 124 Eventi musicali sostenibili tra costi ed eternalità
Marco Mancini, Giulia Mattioli
- 140 Digitale (in)sostenibile
Daniela Piscitelli, Michela Mattei
- 152 Spazi ibridi
Martina Corti, Diletta Struzziero, Leila Farahbakhsh

- 166 Design popolare
Eleonora Trivellin

- 182 Spazi temporanei
Marzia Micelisopo, Giovanni Nocerino

- 194 AMA. L'exhibit design al servizio della rigenerazione urbana
Simona Ottieri



In copertina
Biennale Architettura 2016,
Corderie dell'Arsenale, installazione
Making Of di Alejandro Aravena.
Foto Cristina Villani

Le sfilate di moda tra effimero e sostenibile

Pratiche e prospettive progettuali

Paolo Franzo Università degli Studi di Firenze
paolo.franzo@unifi.it

L'articolo analizza il ruolo del design nella transizione verso sfilate di moda più sostenibili, diminuendo l'impatto di eventi tradizionalmente effimeri ma ad alto consumo di risorse. Attraverso casi studio emblematici, vengono esplorati tre approcci emergenti: l'ambientazione degli show in contesti naturali, l'impiego di materiali di scarto e l'applicazione dei principi dell'ecodesign. L'indagine evidenzia la necessità di un'evoluzione culturale e progettuale verso pratiche più consapevoli, stimolata da normative, pressioni pubbliche e iniziative di brand e produttori. Le sfilate diventano così laboratorio di sperimentazione per un futuro più responsabile nella moda.

Sfilate di moda, Ecodesign, Pratiche circolari, Responsabilità, Eventi effimeri

The article analyses the role of design in the transition towards more sustainable fashion shows, reducing the impact of events that are traditionally ephemeral but highly resource-intensive. Through emblematic case studies, three emerging approaches are explored: the setting of shows in natural contexts, the use of waste materials and the application of eco-design principles. The investigation highlights the need for cultural and design evolution towards more conscious practices, stimulated by regulations, public pressure and initiatives by brands and manufacturers. Fashion shows thus become an experimental laboratory for a more responsible future in fashion.

Fashion shows, Ecodesign, Circular practices, Responsibility, Ephemeral events

Introduzione

Nel XXI secolo la sostenibilità è diventata un tema sempre più centrale nel settore della moda, influenzando non solo le scelte progettuali e produttive dei prodotti, ma anche quelle relative alle sfilate e agli eventi temporanei, momenti cruciali per la comunicazione dei marchi. Le sfilate di moda, tradizionalmente concepite come eventi effimeri, sono caratterizzate da allestimenti elaborati e da un elevato consumo di risorse, spesso con una breve durata di utilizzo. Fino a poco tempo fa, l'attenzione dell'industria si concentrava quasi esclusivamente sull'effetto scenico e sul valore simbolico di queste manifestazioni, trascurandone gli impatti ambientali. Tuttavia, la crescente consapevolezza ecologica, unita alla pressione dell'opinione pubblica e alle nuove normative internazionali, ha spinto molti brand a ripensare il modo in cui le sfilate vengono progettate e realizzate.

Le sfilate hanno svolto un ruolo chiave nello sviluppo dell'industria della moda moderna che, come sostiene Lipovetsky (1989), si è evoluta in un fenomeno di consumo di massa plasmato dall'estetica dell'effimero. A partire dall'inizio del XX secolo, in cui venivano organizzate nei grandi magazzini e nelle case di moda, con modelle che attraversavano le stanze degli atelier per presentare le collezioni ai clienti, si sono nel tempo evolute e diversificate. Dagli anni '60, le sfilate hanno iniziato a spostarsi all'esterno, occupando spazi temporanei appositamente costruiti e allestiti, in cui il valore del contesto scenico diveniva altrettanto importante di quello delle collezioni presentate (Skov, Skjold, Moeran, Larsen e Csaba, 2009).

Questi eventi effimeri hanno un impatto considerevole dal punto di vista immateriale – di immagine e comunicazione –, ma anche materiale, a causa dell'ingente consumo di risorse necessarie per la realizzazione di scenografie che, dopo pochi minuti di utilizzo, si trasformano in rifiuti da smaltire. Di fronte a queste criticità, negli ultimi anni sono emersi interrogativi su come sia possibile progettare questi eventi con maggiore attenzione e responsabilità.

Questo articolo si propone di analizzare il ruolo del design nella transizione verso sfilate di moda più sostenibili, identificando e indagando le pratiche emergenti che stanno ridefinendo le sfilate di moda nel XXI secolo. Da un punto di vista metodologico, la ricerca adotta un approccio qualitativo. Sono stati selezionati casi di studio rappresentativi in base alla loro rilevanza innovativa, alla visibilità mediatica e alla documentazione

disponibile. L'analisi è condotta attraverso la revisione di articoli scientifici, rapporti di settore e comunicati stampa e l'analisi visiva di fotografie e video diffusi dai marchi o dalla stampa. Inoltre, per uno dei casi selezionati è stata condotta un'intervista via e-mail con una delle fondatrici per comprendere più a fondo i processi e le metodologie seguiti. Si è deciso di non procedere con le interviste anche per gli altri casi, poiché, trattandosi di marchi di lusso, non sarebbe stato possibile ottenere informazioni diverse da quelle già riportate nelle comunicazioni ufficiali.

L'integrazione di questi metodi di indagine consente di costruire un quadro complesso e critico delle pratiche sostenibili adottate nelle sfilate di moda contemporanee, offrendo spunti di riflessione teorica e per la definizione di linee guida future nel settore.

L'impatto globale delle sfilate di moda

Le sfilate di moda sono strettamente legate alla dimensione spettacolare del capitalismo contemporaneo, come evidenziato da Caroline Evans (2001). L'ascesa delle modelle e delle sfilate di moda si è sviluppata parallelamente alla produzione di massa nell'era dell'industrializzazione. Quando le case di alta moda iniziarono a presentare i loro abiti su modelle dal vivo all'inizio del XX secolo, queste figure furono rispecchiate dai manichini delle vetrine dei grandi magazzini, segnando un legame tra moda e consumo (Evans, 2001, p. 272).

Negli ultimi decenni, le sfilate sono diventate un fenomeno globale, con un numero crescente di città che ospitano settimane della moda, estendendosi oltre le quattro storicamente più consolidate: New York, Londra, Parigi, Milano (Potvin, 2009). L'aumento degli eventi di presentazione da parte dei brand deriva da collezioni off-season [1], celebrazioni di anniversari del marchio e progetti speciali (Pinchera, Rinaldo, 2021). Parallelamente, le sfilate si svolgono sempre più spesso in luoghi simbolici, al di fuori dei centri tradizionali della moda, per raggiungere pubblici strategici, valorizzare l'immagine del brand attraverso scenari esotici o per accordi commerciali con i paesi ospitanti. Esempari in questo senso sono la sfilata Dior Uomo A/I 2023 organizzata davanti alle piramidi di Giza, la sfilata Alta Moda 2021 di Dolce & Gabbana in Piazza San Marco a Venezia e la sfilata Métiers d'Art 2024/2025 di Chanel a Hangzhou.

Oltre alla loro funzione commerciale, le sfilate di moda sono diventate eventi di grande impatto mediatico e altamente simbolici, capaci di catturare l'interesse globale e influenzare le percezioni culturali della moda.

Sono state definite "il più grande spettacolo del mondo" (Duggan, 2001), uno "spettacolo incantato" (Evans, 2001). Secondo Ferrero-Regis e Lindquist (2020, p. 1), la sfilata è «uno spettacolo in movimento che deve costantemente trovare nuovi e seducenti modi per presentare la moda, in spazi alternativi, all'aperto, ready-made o artificiali». Se in origine erano semplicemente presentazioni semestrali di collezioni, oggi si configurano come produzioni artistiche elaborate, in cui lo stilista ha assunto il ruolo di direttore creativo che direziona ogni aspetto della comunicazione del brand (SanMiguel, Rus-Navas e Sádaba, 2023). Questo ha portato le sfilate ad avere un impatto ambientale particolarmente rilevante, consumando risorse e materiali senza una strategia di recupero o riciclo. Tuttavia, negli ultimi anni alcuni brand hanno iniziato a confrontarsi con questa criticità e a riflettere sulla responsabilità di individuare soluzioni meno impattanti (Wang, Murphy, Christie, 2025).

Il presente contributo analizza tre approcci emergenti che stanno ridefinendo le sfilate di moda nel XXI secolo: 1) lo spostamento delle sfilate dagli spazi architettonici artificiali a contesti naturali, evidenziando – anche a livello simbolico – il tentativo di ristabilire un rapporto armonico tra moda e ambiente; 2) l'impiego di materiali di scarto, sia provenienti da sfilate precedenti sia derivanti dai processi produttivi del settore, per promuovere una riduzione del consumo di risorse; 3) la progettazione di sfilate secondo i principi dell'ecodesign, al fine di minimizzarne l'impatto ambientale. Combinati in una prospettiva olistica, questi approcci possono contribuire a delineare uno scenario responsabile e sostenibile per progettare gli eventi effimeri della moda.

Negli ultimi anni, parallelamente alle pratiche qui analizzate, un ruolo crescente è stato assunto dalla dimensione digitale. Numerosi brand hanno esplorato sfilate phygital o interamente virtuali, che aprono questioni specifiche sia in termini di effimero immateriale sia di sostenibilità digitale. Si tratta di un filone di ricerca rilevante, che merita un'attenzione dedicata. Il presente contributo, tuttavia, concentra la propria analisi sugli eventi fisici, considerandoli ancora il formato predominante e, soprattutto, il terreno critico in cui l'urgenza della sostenibilità può tradursi in pratiche progettuali concrete e replicabili.



01

Sfilare nella natura

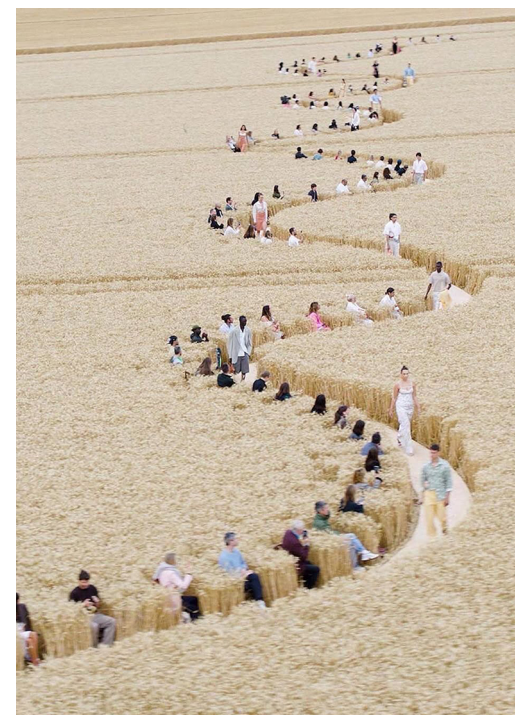
Un primo modo per ripensare le sfilate si può individuare nell'operazione compiuta da alcuni brand di spostare lo show all'interno di un ambiente naturale. La natura non viene quindi portata all'interno, ma diventa il set nel quale si ambienta la sfilata.

Uno degli esempi più significativi è la sfilata della collezione primavera/estate 2020 *Marée Noir* di Marine Serre [fig. 01]. La passerella, allestita sul terreno di un ippodromo, era in PVC nero e attraversava un giardino di piante selvatiche. Questa scelta sembra voler enfatizzare l'impatto della moda sull'ambiente, sottolineando come l'azione umana calpesti il terreno e si insinui nella natura. Serre, una delle designer più attente alla poca sostenibilità della moda contemporanea, ha esplicitato la sua ossessione per lo stato del mondo e l'incerto futuro che ci aspetta: «L'apocalisse è adesso, siamo nel bel mezzo. Non abbiamo altra scelta che adattarci ai violenti cambiamenti climatici e all'incertezza politica, guardare a ciò che è già presente e a ciò che abbiamo creato e trovare nuovi modi di vivere» (Davidson, 2019). In questo caso, la sfilata diventa uno strumento per denunciare una visione apocalittica e l'urgenza del cambiamento.

Altri casi, invece, hanno cercato di promuovere un immaginario positivo, un possibile equilibrio tra moda e natura. L'artista Doug Aitken ha creato l'opera *Green Lens* per la sfilata Saint Laurent primavera/estate 2022: un'installazione di terra, specchi e piante in vaso – pian-

01
Marine Serre,
sfilata collezione
primavera/estate
2020 *Marée Noir*

tate al termine della sfilata in parte in loco in parte altrove – sull'isola della Certosa a Venezia (Vaccari, Franzo, 2021). Si tratta di uno spazio artistico totale in cui camminare e osservare sé stessi in mezzo alla natura, per ritrovare un equilibrio con l'ambiente in cui agiamo. Un terzo esempio è il modo in cui il fashion designer francese Simon Port Jacquemus coinvolge la natura nelle sfilate del suo marchio omonimo, in particolare in *Le Coup De Soleil*, organizzata in un campo di lavanda in Provenza per presentare la collezione primavera/estate 2020, e in *L'Amour*, organizzata in un campo di grano a un'ora da Parigi [fig. 02]. In entrambi i casi, la passerella, appoggiata a terra, si snodava nella vegetazione in modo naturale, senza altri elementi artificiali a condizionare il paesaggio. L'obiettivo era quello di rafforzare l'immaginario della campagna francese e una vita a contatto con la natura, elementi che caratterizzano l'identità del marchio.



02
Jacquemus,
sfilata collezione
primavera/estate
2021 *L'Amour*

02

Portare lo scarto in passerella

Una seconda modalità per evolvere l'identità delle sfilate contemporanee e portare un messaggio di cambiamento è rintracciabile nella scelta di alcuni designer di valorizzare lo scarto legato alla moda e portarlo in scena durante la sfilata.

Questa scelta rientra in quel processo di estetizzazione dello scarto avviato negli ultimi anni. A differenza dell'approccio – per anni dominante – che considera esclusivamente gli scarti prodotti dalla moda come un problema, in quanto inquinano l'ambiente e sono simboli di consumismo e sovrapproduzione, si è fatto strada nell'ultimo decennio un atteggiamento molto più orientato a considerare gli scarti come potenziale nuova materia, in cui il designer agisce come un prestigiatore per creare nuovi prodotti dal vecchio, introducendo un elemento poetico nella pratica della moda, un'estetica dell'usato e dello scarto in cui i rifiuti vengono elevati piuttosto che mascherati. Come proposto da Binotto e Payne (2017, p. 7), «I rifiuti, nella loro forma materiale, sono espressivi. La loro presenza può turbare e provocare, soprattutto quando appaiono fuori luogo. Pertanto, la disposizione poetica ed estetica dei rifiuti ha il potenziale per un coinvolgimento significativo con il mondo». Uno dei primi esempi in cui lo scarto è stato portato sulla passerella di una sfilata è stata la collezione autunno/in-



03

03
Alexander McQueen, sfilata
collezione autunno/inverno 2009
Horn of Plenty, @ Joseph Bennet



04

04
Diesel, sfilata
collezione
primavera/estate
2025

verno 2009 *Horn of Plenty* di Alexander McQueen [fig. 03]. Organizzata al Palais Omnisports de Paris-Bercy, il set era costituito da una passerella in vetro rotto su cui era collocata una discarica di oggetti di scena provenienti dalle precedenti sfilate del marchio, tutti verniciati di nero: c'erano, ben riconoscibili, i cavalli della giostra della collezione *What a Merry-Go-Round* (autunno/inverno 2001), il lampadario di *Sarabande* (primavera/estate 2007) e un ramo dell'albero di *The Girl Who Lived in the Tree* (autunno/inverno 2008).

Più recente è invece il progetto di allestimento della sfilata primavera/estate 2020 di Marni. In coincidenza con il Global Climate Strike 2019, il direttore creativo Francesco Risso ha sviluppato un progetto in due parti: la location della sfilata maschile, a giugno 2019, ricordava un'inquietante scena sottomarina, con gli ospiti che guardavano attraverso la superficie dell'oceano verso un mondo intasato di rifiuti, inondato di bottiglie di plastica raccolte dal team del marchio; le stesse bottiglie sono poi state riciclate per la sfilata donna a settembre dello stesso anno, in un set realizzato in collaborazione con l'artista Judith Hopf: una giungla di alberi infantili –con la corteccia dipinta a mano e le foglie stilizzate– che crescevano all'interno di un vasto spazio industriale.

Terzo caso di utilizzo di scarti nella realizzazione di una sfilata è quello della collezione primavera/estate 2025 di Diesel [fig. 04]. Il set è stato realizzato con 14.800 kg di scarti di denim, che andavano a disegnare lo spazio simulando un prato con alberi. Il marchio vicentino dichiara, nel comunicato stampa, che lo spettacolo «è stato

creato per evidenziare la bellezza dei rifiuti e l'impegno nel trovare modi sinergici per riutilizzare i materiali» [2]. Se nei due casi precedenti lo scarto portato in passerella non derivava dai processi produttivi della moda – nel caso di McQueen era ciò che rimaneva di precedenti sfilate e in quello di Marni la plastica dispersa nell'ambiente –, in Diesel la sfilata si è trasformata in una dichiarazione di come sia importante trovare dei modi per riutilizzare gli scarti pre-consumo della manifattura di moda.

Circolarità delle sfilate

A partire dalla pandemia di Covid, che ha cancellato per alcuni mesi le fashion week e dato voce a posizioni critiche, c'è stato un rapido intensificarsi di azioni, anche sul piano istituzionale, finalizzate a ripensare il sistema nel suo complesso, incluse le sfilate. Emblematico è il regolamento della Copenhagen Fashion Week del gennaio 2023, che impone criteri di sostenibilità ai brand partecipanti, promuovendo eventi “zero waste” e il riutilizzo delle scenografie. Ogni brand deve sottoscrivere un'autovalutazione in cui si impegna, tra l'altro, a non utilizzare elementi monouso e a garantirne una seconda vita [3]. Già nel 2019, la Fédération de la Haute Couture et de la Mode aveva promosso strumenti di ecodesign per la Paris Fashion Week, pur senza renderli vincolanti. Se da un lato si sono mosse due delle più rilevanti fashion week, dall'altro un segnale importante è arrivato da Bureau Betak, tra i principali produttori di sfilate con oltre 100 eventi organizzati ogni anno in tutto il mondo, che a febbraio 2020 ha scritto *10 Commandments*, un elenco di regole che l'azienda si impegna a seguire per ridurre la propria impronta di carbonio; nel 2023 il manifesto è stato aggiornato e pubblicato in modalità open-source [4]. Significativa per la stesura del manifesto è stata la sfilata primavera-estate 2020 *Le Coup De Soleil* di Jacquemus, descritta in precedenza e prodotta proprio da Bureau Betak. Il fondatore Alexandre de Betak ha dichiarato di essersi reso conto di quanto quella sfilata fosse poco impattante, avendo utilizzato la luce naturale del sole, sedie pieghevoli facili da trasportare e avendo invitato principalmente ospiti da Parigi, piuttosto che da tutto il mondo, riducendo così le emissioni di carbonio legate ai viaggi (Kent, 2020). Come si legge nel loro manifesto, dichiarano di prediligere un approccio di conscious design, invece del tradizionale human-centric. La progettazione consapevole significa proiettarsi nel futuro dando priorità a materiali di alta qualità costruiti per durare, progettati per essere

riparati e utilizzati più e più volte. Un esempio citato riguarda le tribune degli spettatori, per anni costruite da zero per ogni sfilata di moda. Bureau Betak ha chiesto a uno dei partner di realizzare tribune riutilizzabili di alta qualità, attraverso un sistema di gradinate modulari e a più livelli, riconfigurabile per ogni uso personalizzato e facilmente rifinite con moquette, tessuto o pannelli di legno. Queste nuove gradinate possono essere assemblate in metà tempo rispetto alle vecchie, richiedono poco spazio per lo stoccaggio e il trasporto grazie alla loro impilabilità, riducendo notevolmente l'uso di materiali di consumo.

L'attenzione alla sostenibilità delle sfilate da parte degli organizzatori delle settimane della moda e degli studi di produzione si riverbera di conseguenza nei brand. Ne è un esempio il progetto *Re-Set*, avviato da Prada nel 2020 e poi esteso a Miu Miu, marchio di proprietà dello stesso gruppo. L'iniziativa offre a professionisti e studenti l'accesso a materie prime e semilavorati che possono essere riutilizzati per diversi scopi, sia nell'istruzione, nella ricerca o nelle installazioni creative. Il video *Faux Fur: an upcycling project*, pubblicato dal brand sul profilo Instagram il 7 gennaio 2022 [5], descrive la collaborazione con gli studenti di Design Academy Eindhoven



05

05
Prada, *Faux Fur:*
an upcycling project, 2022



06

e Royal Academy of Art, The Hague nella reinterpretazione di alcuni materiali delle sfilate autunno/inverno 2021 di Prada [fig. 05]. Il video è diviso in capitoli, intitolati secondo il processo seguito dal termine della sfilata ai progetti realizzati dagli studenti: *collect; size; shipment; recovery and reuse; the creative process*.

L'attenzione alla circolarità della produzione delle sfilate di moda ha incentivato anche la nascita di nuove realtà dedicate proprio al recupero e riutilizzo di materiali provenienti da allestimenti effimeri. Spazio Meta è tra le prime realtà di questo tipo in Italia. Materiali grezzi, semilavorati ed elementi finiti sono raccolti da set e installazioni, lavorati, catalogati e infine esposti per la vendita al pubblico con tariffe al kg o al pezzo solidali con la comunità artistica [fig. 06]. È Una missione che veicolano anche attraverso attività di formazione e workshop in collaborazione con artisti e designer, grazie alle quali tentano di sensibilizzare il pubblico e contrastare lo spreco in nome del riciclo consapevole. Come emerge dall'intervista condotta dall'autore a Margherita Crespi [6], co-fondatrice di Spazio Meta, esistono ancora diversi limiti logistici e culturali: molti brand mostrano resistenze nel riutilizzo di materiali creati da altri per motivi di immagine e controllo creativo. Inoltre, i reparti dedicati alla sostenibilità si concentrano prevalentemente sulla produzione dei prodotti, trascurando quella degli eventi. Viene sottolineata la necessità di progettare fin da subito con criteri di disassemblaggio, rinunciando a colle a favore di fissaggi meccanici, utilizzando materiali tracciabili e leggeri, privilegiando il noleggio e migliorando il disallestimento e la logistica. Attualmente i clienti principali sono brand giovani o con budget contenuti, per eventi di dimensioni più ridotte. L'obiettivo è aumentare

06
Spazio Meta

i volumi recuperati, con l'auspicio che in futuro fornitori e clienti possano coincidere, chiudendo il ciclo in un'ottica pienamente circolare.

Conclusioni e prospettive future

L'analisi dei tre approcci considerati – il dialogo con la natura, l'estetizzazione e il riuso degli scarti, l'adozione di principi di circolarità ed ecodesign – mostra come, pur divergendo per intenti estetici e linguaggi scenografici, essi condividano una tensione comune verso la ridefinizione dell'evento effimero. Collocare le sfilate in contesti naturali, trasformare i rifiuti in materia estetica o ripensare le logiche di produzione secondo criteri di riuso non sono pratiche isolate, ma rispondono a un'esigenza condivisa: superare il paradigma lineare dello spettacolo e costruire forme più consapevoli di progettazione e gestione degli eventi. In tutti i casi, emerge una dimensione ambivalente: se da un lato le strategie adottate introducono visioni nuove e in alcuni casi radicali, dall'altro rischiano di rimanere gesti simbolici se non inseriti in un quadro operativo strutturato.

Proprio questa necessità di connessione costituisce il punto centrale. Un approccio davvero trasformativo richiede che tali strategie non restino episodi sperimentali o strumenti di storytelling, ma vengano integrate in una modalità progettuale olistica che accompagni l'intero ciclo di vita della sfilata: dalla programmazione alla logistica, dall'uso responsabile delle risorse al disallestimento. In questa prospettiva, gli elementi comuni ai casi analizzati – la ricerca di equilibrio con l'ambiente, la valorizzazione di ciò che normalmente è scarto, la predisposizione di sistemi modulari e riutilizzabili – delineano una grammatica condivisa che può orientare brand, produttori e operatori.

La sfida è dunque passare da una sostenibilità intesa come gesto simbolico a una sostenibilità come infrastruttura progettuale. Ciò implica ripensare non solo l'estetica degli eventi, ma anche i modelli organizzativi e decisionali che li sostengono. Il design, in quanto disciplina capace di integrare creatività, tecnica e responsabilità, può assumere un ruolo chiave nel trasformare le sfilate da momenti effimeri ad occasioni per sperimentare nuove forme di relazione tra moda, ambiente e società. In questo senso, l'evento effimero non deve essere visto come un ostacolo alla sostenibilità, ma come un laboratorio privilegiato per elaborare metodologie replicabili e scalabili, capaci di orientare l'intero settore verso un futuro più etico e responsabile.

NOTE

[1] Sono denominate Cruise, Resort, Pre-Spring, Pre-Fall le collezioni pensate dai marchi in aggiunta a quelle principali (autunno/inverno e primavera/estate). Storicamente nascono per accompagnare in vacanza la clientela più facoltosa, specialmente verso destinazioni esotiche e tropicali.

[2] <https://pl.diesel.com/en/fashion-show/ss25/> [10 Aprile 2025].

[3] <https://copenhagenfashionweek.com/sustainability-requirement> [10 Aprile 2025].

[4] <https://betterbetak.bureaubetak.com/> [10 Aprile 2025].

[5] https://www.instagram.com/p/CYcDNX4s_Q2/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again [10 Aprile 2025].

[6] L'intervista è stata condotta via email a marzo 2025.

REFERENCES

Lipovetsky Gilles, *L'impero dell'effimero: la moda nelle società moderne*, Milano, Garzanti, **1989**, pp. 296.

Duggan Ginger Gregg, "The Greatest Show on Earth: A Look at Contemporary Fashion Shows and Their Relationship to Performance Art", *Fashion Theory* 5 (3), **2001**, pp. 243-270. <https://doi.org/10.2752/136270401778960883>.

Evans Caroline, "The Enchanted Spectacle", *Fashion Theory* 5(3), **2001**, pp. 271-310. <https://doi.org/10.2752/136270401778960865>

Potvin John (a cura di), *The Places and Spaces of Fashion, 1800-2007*, New York, Routledge, **2009**, pp. 282.

Skov Lise, Skjold Else, Moeran Brian, Larsen Frederik, Csaba Fabian, *The Fashion Show as an Art Form. Department of Intercultural Communication and Management, Copenhagen*, Copenhagen Business School, **2009**, pp. 37.

Binotto Carla, Payne Alice, "The Poetics of Waste: Contemporary Fashion Practice in the Context of Wastefulness", *Fashion Practice* 9(1), **2017**, pp. 5-29. <https://doi.org/10.1080/17569370.2016.1226604>.

Davidson Emma Elizabeth, "Marine Serre's new film explores a post-apocalyptic, dystopian Paris", *Dazed*, **2019**. <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/45841/1/marine-serre-new-fashion-film-post-apocalyptic-paris-dystopian-video-game-aw19> [10 Aprile 2025].

Ferrero-Regis Tiziana, Lindquist Marissa (a cura di), *Staging Fashion: The Fashion Show and Its Spaces*, Londra-New York, Bloomsbury, **2020**, pp. 264.

Kent Sarah, "Alex de Betak on Why Fashion Shows Must Change", *Business of Fashion*, **2020**. <https://www.businessof-fashion.com/articles/sustainability/fashions-king-of-events-on-the-future-of-fashion-shows/> [10 Aprile 2025].

Pinchera Valeria, Rinallo Diego, "Marketplace icon: the fashion show", *Consumption, Markets & Culture* 24 (5), **2021**, pp. 479-491. <https://doi.org/10.1080/10253866.2019.1703699>.

Vaccari Alessandra, Franzo Paolo, "Futuring Venice. A One on One Fashion and Tourism Experience", *ZoneModa Journal* 11(2), **2021**, pp. 71-89. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/13828>

SanMiguel Patricia, Rus-Navas Ana, Sádaba, Teresa, "Fashion Shows: The Greatest Show on Earth", pp. 227-237, in Nadzeya Sabatini, Teresa Sádaba, Alessandro Tosi, Veronica Neri, Lorenzo Cantoni (a cura di), *Fashion Communication in the Digital Age. FACTUM 2023. Springer Proceedings in Business and Economics*, Cham, Springer, **2023**, pp. 317. https://doi.org/10.1007/978-3-031-38541-4_21.

Wang Mengyuan, Murphy Richard, Christie Ian, "Bringing Sustainable Practices, Fashion Shows, and Sociological Insights Together to Reinvigorate Sustainable Fashion Education", *Sustainability* 17 (2), **2025**, 631. <https://doi.org/10.3390/su17020631>.