



MIU MIU AUTUNNO INVERNO 2018

Descrizione spazio sfilata

“LA MODA È UN LINGUAGGIO, NON SI VEDE?”

Nel corso del secolo scorso il mondo della moda è stato studiato e analizzato in quanto linguaggio.

Agli inizi una fotografia di moda aveva bisogno di una didascalia per poter essere un'immagine significativa. A partire dagli anni Sessanta e fino all'avvento dei social media, abbiamo però visto emergere la figura del Fashion Photographer, il fotografo di moda, i cui scatti aiutavano a esprimere e tradurre il messaggio incapsulato negli abiti dello stilista senza necessità di un testo che li descrivesse.

Durante quegli anni il mondo occidentale ha assistito allo sviluppo di un nuovo linguaggio che univa abiti, gesti e idee in un unico medium complessivo chiamato Moda.

Se si analizza la produzione di fotografie di moda a partire dagli anni Cinquanta, la si può interpretare come un repertorio infinito di nuovi segni e simboli.

Nel 1929, Erté disegnò la prima lettera del suo famoso alfabeto della moda e finì l'ultima nel 1967, proponendo così intuitivamente una delle prime classificazioni alfabetiche del linguaggio della moda.

Sebbene non esista ancora una vera e propria catalogazione scientifica di questi simboli della moda, da allora sono stati fatti alcuni tentativi di raccoglierne e classificarne le famiglie di segni.

“UN ALFABETO È UNA RACCOLTA DI LETTERE”

Come visual artist, abbiamo studiato il mondo della moda per oltre 25 anni durante i quali, come tipografi, abbiamo anche disegnato oltre 50 tipi diversi di famiglie tipografiche, che sono entrate a far parte di molti progetti culturali o commerciali. In questo lasso di tempo, unendo l'expertise acquisita sia nella moda che nella tipografia, abbiamo anche elaborato una raccolta di alfabeti in cui abbiamo metamorfizzato e trasformato le immagini in lettere. L'“Alphabet”, l'“Alphamen”, “Figures”, “Punctuation” e molto recentemente il “New Alphabet” sono un nostro tentativo di ampliare ulteriormente la catalogazione alfabetica del linguaggio della moda.

Se ben disegnata, ogni singola lettera di un alfabeto ricorda la famiglia da cui è stata tratta. È una raccolta di entità molto personali che possono anche essere ricombinate all'infinito per creare un insieme ancora più singolare, come una parola, un motto o uno slogan.

Il sistema alfabetico consente ai tipografi e alla persona che usa la loro tipografia di giocare con l'idea della singolarità contrapposta alla pluralità. L'arte dei tipografi consiste nell'imprimere nel disegno dei loro alfabeti un punto di vista fortemente personale, dando però allo stesso tempo spazio alla persona che userà le loro creazioni per poter esprimere anche le proprie emozioni e idee.



“UNA SFILATA DI MODA È UNA RACCOLTA ALFABETICA DI COMPORAMENTI”

Abbiamo sempre visto le collezioni Miu Miu come ecosistemi creativi molto complessi portatori di messaggi forti e sofisticati, che permettono alle donne che le indossano di esprimere le proprie emozioni personali.

Le collezioni di Miu Miu hanno sempre analizzato e proposto il linguaggio di una femminilità molto peculiare, esplicita e indipendente. La donna Miu Miu ha le sue convinzioni e opinioni e il suo guardaroba è una specie di sistema alfabetico, che l'aiuta a esprimersi e a distinguersi all'interno di una collettività.

Secondo noi la modernità e la forza di Miu Miu sono proprio queste. Anziché imporre un messaggio particolare, la maison offre alle donne la possibilità di incarnare - indossando i suoi abiti - una molteplicità di personaggi.

“IL CARATTERE MIU MIU, UN ABC DI AZIONI, ATTEGGIAMENTI E COMPORAMENTI”

Volevamo che la sfilata di Miu Miu nell'edificio di Perret desse la sensazione di essere in movimento e parte di un dialogo con la città di Parigi.

Abbiamo quindi deciso di amplificarla mettendola di fronte a un'installazione fatta solo di insegne, simboli e segni bianchi e neri.

L'installazione visiva e insieme spaziale è costituita unicamente da due tipi di elementi base: manifesti stradali standard 120 cm X 180 cm e semplici sgabelli in legno.

I poster sono usati come il medium standard su cui sono stampate grandi lettere prese dall'archivio di alfabeti di M/M. Gli sgabelli sono disposti in file isolate e sporadiche in tutto l'edificio.

Sopra il pubblico sono sospesi due loop che non hanno inizio né fine. Su uno è scritto il titolo dell'installazione visiva che circonda il pubblico, “The Miu Miu Type, An ABC of Actions Behaviors and Comportment” [“Il carattere Miu Miu, un abc di azioni, atteggiamenti e comportamenti”], e l'altro mostra la raccolta completa di lettere di questo nuovo carattere Miu Miu, disegnato in concomitanza con la collezione autunno-inverno 2018 della maison.

Stiamo interpretando la natura espressiva e spontanea del marchio, introducendo un nuovo “linguaggio” Miu Miu, sua stessa propaganda comportamentale.

M/M (Paris) Marzo 2018