

MA **XXI**

Memorabile
Ipermoda

27.11.24
— 23.03.25

a cura di **Maria Luisa Frisa**
in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**
main sponsor **Fondazione Bvlgari**



glossario

memorabile agg. [dal lat. *memorabilis*, der. di *memorare* «ricordare»]. – Degno d'essere ricordato; si dice in genere di fatti, avvenimenti, periodi di tempo, o anche di parole, che abbiano in sé qualche cosa di grande, di glorioso, o siano per qualche motivo famosi. (tratto da Enciclopedia Treccani)

in poche righe

Memorable. Ipermoda, a cura di **Maria Luisa Frisa** e in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, apre al pubblico il **27 novembre** al MAXXI nella più scenografica delle sue gallerie. A dieci anni dalla mostra *Bellissima*, l'esposizione segna un nuovo capitolo nel dialogo tra moda e museo, con un perfetto intreccio in cui il progetto espositivo e quello editoriale si completano in un'opera autonoma.

La mostra, attraverso una ricca collezione di abiti, accessori, materiali d'archivio e video, racconta la moda come strumento per riflettere sul presente. Tali elementi diventano una lente per indagare le questioni che la moda pone oggi, dimostrando la sua capacità di rispondere e adattarsi ai cambiamenti sociali, politici, economici e culturali.

La mostra propone visioni che esplorano temi come il rapporto della moda con il tempo, la gestione degli archivi, il ruolo strategico dei direttori artistici nei grandi gruppi del lusso e la sfida cruciale della sostenibilità. Gli abiti e gli accessori sono disposti per creare incontri inaspettati tra haute couture e moda indipendente. Ogni creazione esposta porta con sé una storia. Attraverso le visioni artistiche dei designer, le loro ricerche e sperimentazioni, emergono memorie, emozioni e intenzioni. È una narrazione collettiva che unisce creatività, consapevolezza e immaginazione, lasciando al visitatore la possibilità di scoprire e interrogarsi.

Memorable è il desiderio di meraviglia che, oggi più che mai, pervade la moda. *Memorable* è l'emozione per quei manufatti che costituiscono l'architettura più prossima al nostro corpo. *Memorable* è il dialogo tra Ordinario e Straordinario, la costante riattivazione della moda e delle sue rappresentazioni.

voci

Emanuela Bruni, Consigliera reggente Fondazione MAXXI: «Con questa mostra, ogni partner e autore ha contribuito non solo con la propria visione, ma con un'apertura al confronto che arricchisce l'esperienza e ci invita a ripensare i confini stessi della creatività e dell'arte. Le collaborazioni tra il MAXXI, Camera Nazionale della Moda Italiana, il prezioso sostegno di Fondazione Bvlgari e degli altri partner animano *Memorable. Ipermoda* creando veri e propri spazi di crescita e trasformazione, capaci di riflettere la complessità e la diversità del mondo contemporaneo».

Carlo Capasa, Camera Nazionale della Moda Italiana: «*Memorable. Ipermoda* restituisce una visione multiforme e critica delle istanze e delle trasformazioni che attraversano la moda oggi, fotografa un sistema in cui agiscono molteplici attori, trovano spazio le visioni di maestri e giovani autori, si coniugano heritage e innovazione, si instaura un dialogo tra culture e sensibilità, si delineano nuovi scenari per l'industria e il business all'insegna della sostenibilità, dei nuovi mezzi di divulgazione e promozione, si crea l'immagine del nostro tempo. Le molte forme della creatività sono il cuore pulsante della moda, la mostra ne racconta le molteplici sfaccettature, sottolineando anche il seminale contributo della moda italiana al sistema grazie ai brand, ai direttori creativi, agli imprenditori e ai sapienti maestri del Made in Italy».

Jean-Christophe Babin, CEO del gruppo Bvlgari e Presidente di Fondazione Bvlgari: «È un grande onore per Fondazione Bvlgari sponsorizzare per la prima volta una mostra, e felice di iniziare con "Memorable", ospitata al Museo MAXXI. Il concetto che è alla base di questo progetto è strettamente legato al DNA di Bvlgari, perché memorabile è ciò che si crea per generare bellezza senza tempo e va ben oltre la semplice capacità di essere ricordato. Rappresenta quell'esperienza unica legata ad una creazione esclusiva, che lascia un segno profondo nell'animo e nella memoria di chi la vive. Nel cuore di Bvlgari, il concetto del "bello senza tempo" rappresenta l'anima stessa del nostro impegno verso l'eccellenza. Creare qualcosa che non si ferma alla presente, ma passa di generazione in generazione. È un incontro tra tradizione e innovazione, dove la maestria artigianale che abbiamo custodito per 140 anni si fonde con l'avanguardia».

creativa, dando vita a opere che non solo rispondono ai desideri del presente, ma che sopravvivono al trascorrere del tempo, diventando appunto, memorabili!».

Francesco Stocchi, Direttore artistico MAXXI: «*Memorable. Ipermoda* esplora la capacità della moda di essere straordinaria e al tempo stesso radicata nel quotidiano, presentandola quindi non solo attraverso valori estetici, ma come un mezzo espressivo che riflette e rinegozia continuamente i valori sociali e culturali. La mostra esplicita quindi il ruolo delle pratiche curatoriali della moda, ricerca bisognosa di struttura e sviluppo, in particolare in un paese che ancora oggi risulta manchevole di un museo dedicato».

Maria Luisa Frisa, curatrice della mostra: «*Memorable. Ipermoda* cerca di restituire uno spaccato della ricchezza immaginativa e progettuale della moda degli ultimi anni. Sono onorata che questa mostra sia nel segno di una significativa azione di sistema tra MAXXI Museo nazionale delle arti del XXI secolo e Camera Nazionale della Moda Italiana. In Italia che la moda entri nel Museo assume un significato particolare. Vuol dire riconoscere il valore che la moda ha nel sistema culturale contemporaneo».

tour

La cornice espositiva della Galleria 5 guida naturalmente il visitatore lungo il percorso espositivo. Fin dall'ingresso, la leggera pendenza accompagna lo sguardo, suggerendo un cammino fluido e continuo. L'allestimento si sviluppa attraverso una sequenza di scene, svelando gli abiti in modo graduale, con un gioco di prospettive che sfrutta al meglio le particolarità architettoniche dello spazio. I volumi esterni, dalle forme enigmatiche, celano interni con superfici rivestite da teli lucidi e leggeri, simili al latex, riflettendo tonalità morbide ispirate al make-up. Questo dialogo tra materiali e colori crea un'atmosfera sofisticata e contemporanea in cui ogni elemento, dalla geometria degli spazi ai rivestimenti, contribuisce a un'esperienza che unisce architettura e moda.

La mostra propone una serie di "stazioni" in cui gli abiti costruiscono relazioni inaspettate fra loro, dove i pezzi straordinari della haute couture dialogano con esperienze più indipendenti, senza gerarchie. *Memorable. Ipermoda* è l'occasione per poter ammirare i virtuosismi di Viktor&Rolf, protagonisti dell'immagine guida della mostra, insieme alle couture di Christian Dior nell'interpretazione di Maria Grazia Chiuri e a quella inaspettata di Schiaparelli secondo Daniel Roseberry, e di Balenciaga secondo il progetto di Demna Gvasalia; le esplorazioni concettuali di Jonathan Anderson e quelle politiche di Virgil Abloh per Louis Vuitton; le visioni del maschile secondo Thom Browne e Craig Green; la grande stagione contemporanea della moda italiana, dai protagonisti più affermati come Giorgio Armani, Miuccia Prada (che ora condivide la direzione creativa del suo marchio con Raf Simons) e Dolce&Gabbana (che riattivano l'archivio collaborando con Kim Kardashian), fino alle esperienze più recenti, da Alessandro Michele nella sua interpretazione di Valentino, passando per Marni secondo Francesco Risso, fino alla nuova generazione di designer rappresentata da ACT N°1 e Marco Rambaldi. Alcuni oggetti ritmano il percorso espositivo, sottolineando le atmosfere della mostra: in particolare, lo straordinario carapace in bronzo e ottone decorato con monete d'argento e gemme realizzato da Bvlgari su ideazione dell'artista Francesco Vezzoli è un oggetto spettacolare e monumentale, che ci fa riflettere sull'oscillazione sempre attuale del gusto fra massificazione e radicale individualismo.

L'allestimento è un progetto di Supervoid e tra i designer e marchi in mostra troviamo ACT N°1, Alexander McQueen, Stefano Gallici per Ann Demeulemeester, Armani Privè, Demna Gvasalia per Balenciaga, Matthieu Blazy per Bottega Veneta, Bulgari, Craig Green, Coperni, Delfina Delettrez, Glenn Martens per Diesel, Dilara Findikoglu, Raf Simons per Dior, Maria Grazia Chiuri per Dior, Dolce & Gabbana, Marco De Vincenzo per Etro, Fendace (Kim Jones e Donatella Versace), Kim Jones per Fendi, Maximilian Davis per Ferragamo, Garbagecore, Grace Wales Bonner, Alessandro Michele per Gucci, Sabato De Sarno per Gucci, Iris van Herpen, Jonathan Anderson per LOEWE, Jacquemus, Judith Clark, Virgil Abloh per Louis Vuitton, Pharrell Williams per Louis Vuitton, John Galiano per Maison Margiela, Marc Jacobs, Marco Rambaldi, Francesco Risso per Marni, Max Mara, Medea, Miu Miu, Moncler Genius, Adrian Appiolaza per Moschino, MSGM, Miuccia Prada per Prada e Raf Simons per Prada, Priscilla Anati, Rick Owens, Hedi Slimane per Saint Laurent, Anthony Vaccarello per Saint Laurent, Daniel Roseberry per Schiaparelli, Stone Island, Thom Browne, Pierpaolo Piccioli per Valentino, Alessandro Michele per Valentino, Versace, Viktor & Rolf e Virgil Abloh x Ikea.

racconti

Dalla dimensione performativa della sfilata al museo, e ritorno. I look memorabili in mostra si raccontano sul piano d'ascolto della musica, evocando il ruolo che il sound design assume in modo sempre maggiore nel definire le atmosfere dei fashion show. L'aspirazione a diventare memorabili passa anche per le onde basse, medie e alte che contribuiscono alla composizione e narrazione di un'idea. Una playlist, in collaborazione con Spotify, da ascoltare mentre si attraversa la mostra, rigorosamente in modalità shuffle, alla ricerca di sintonie e dissonanze tra abiti e suoni.

In occasione della mostra, l'Ufficio Educazione propone un articolato programma per scuole secondarie di primo e secondo grado, famiglie e adulti, tra cui visite-esplorazione, i laboratori del programma "MAXXI in famiglia", pensati per famiglie con bambini dai 5 agli 11 anni, e le visite guidate per gruppi da prenotare scrivendo a edumaxxi@fondazionemaxxi.it.

Il **catalogo** - edito da Marsilio e con i testi di Judith Clark, Emanuele Coccia, Dylan Colussi, Maria Luisa Frisa, Alexander Fury, Alessandro Giammei, Saul Marcadent, Silvano Mendes, Gabriele Monti, Marco Ricchetti, Nick Rees- Roberts, Silvia Schirinzi, Luis Venegas - è concepito come una galleria multimediale, un volume ricco di testi, immagini e un'antologia di interviste che racconta e sviluppa i temi presentati in mostra promuovendo nuovi spunti critici sulla moda contemporanea. Testi di docenti, giornalisti, curatori, scrittori, ricercatori e fashion director si intrecciano a immagini di sfilate, copertine di riviste e vedute di allestimenti dando vita a una narrazione in divenire che rende l'esperienza della moda "memorabile".

MAXXI A/R è l'edizione speciale del PCTO, ideata da Federico Borzelli e da Susanna Correrella e nata grazie al sostegno di **Cassa Depositi e Prestiti**. Con MAXXI A/R, per la prima volta, l'edificio di Zaha Hadid a Roma e il Palazzo Ardinghelli a L'Aquila sono il punto d'incontro per studentesse e studenti che attraverso le mostre *Memorabile*, *Ipermoda* e *Terreno*. *Tracce del disponibile quotidiano* (a cura di Lisa Andreani, che inaugura 7 dicembre) scoprono il dietro le quinte delle professioni museali, in un'esperienza che mette insieme formazione, sperimentazione e orientamento e che fa dei ragazzi i veri protagonisti e non semplici fruitori del museo. Il PCTO del MAXXI ha il patrocinio del Comune di Roma e del Comune de L'Aquila.

Info e immagini
maxxi.art/area-riservata

Ufficio stampa MAXXI
press@fondazionemaxxi.it +3906324861

Ufficio stampa HF4
press@hf4.it

Ufficio stampa Camera Nazionale della Moda Italiana
beatrice.rossaro@cameramoda.it

Ufficio stampa Karla Otto
Paola.Giannini@karlaotto.com
Marco.Peruzzo@karlaotto.com

Ufficio stampa Bvlgari
Rosaria.Rapali@bulgari.com - Patrizia.Panni@bulgari.com

in collaborazione con



Camera Nazionale della Moda Italiana

main sponsor

FONDAZIONE
BVLGARI

sponsor



sponsor tecnico

NEW WAT.

informasistemi

BONAVERI

media partner

URBAN VISION

mobility partner

