

AQCUA

N.1



mountain bliss | design cities | rainbow therapy
artistic perfumery | athleisure wave | travel books

QC TERME MAGAZINE, DICEMBRE 2016 - MARZO 2017

ATHLEISURE WAVE

La contaminazione tra moda e sport invade le passerelle. Complici la ricerca tecnologica, la mescolanza della digital culture e la voglia di star bene. Con abiti pensati per unire stile e dinamismo

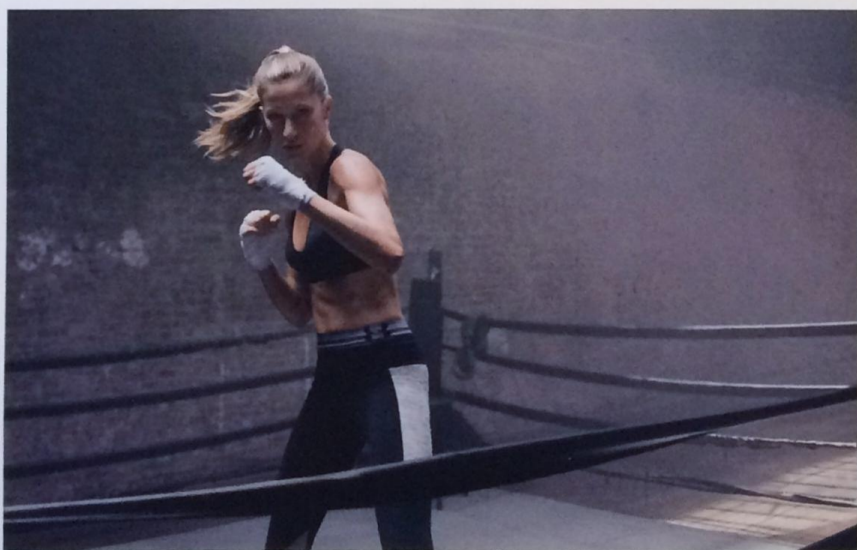
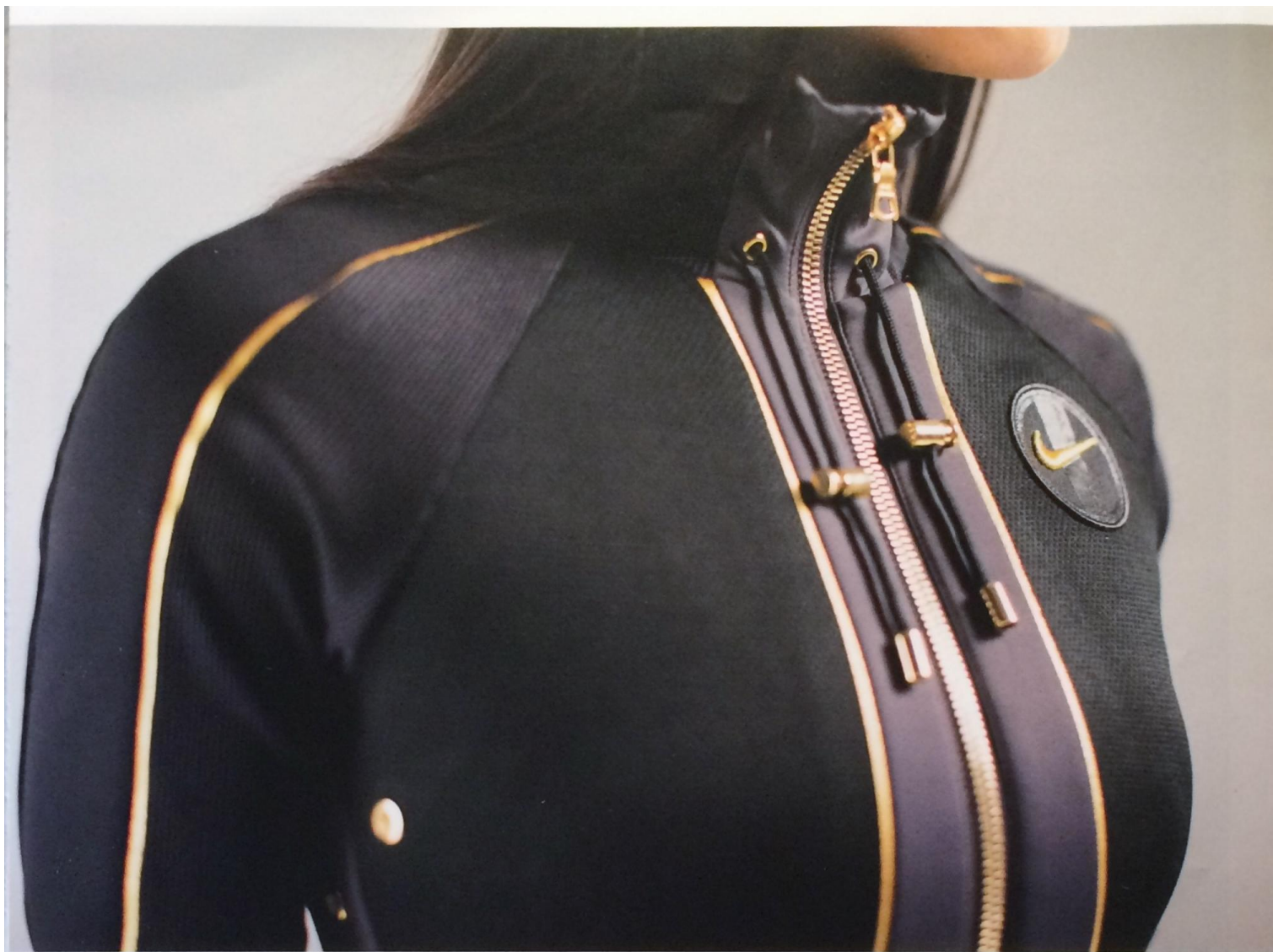
Viviamo un mondo ricco di contaminazioni, segno tangibile di una progressiva fusione, o quantomeno del contatto, tra gli ambiti e le discipline più disparate. La moda non fa eccezione: è in questo campo che prendono forma concreta – quella di un outfit, ovviamente – ibridazioni tra abiti di paesi diversi, ma anche tra differenti funzioni d'uso, generi sessuali e canoni estetici. L'athleisure è uno di questi: rappresenta l'incontro tra abbigliamento sportivo e leisurewear, ovvero ciò che si indossa nel tempo libero. E nelle ultime stagioni, in particolare, l'athleisure si è progressivamente affermato nella vita quotidiana. Non più solo sneaker indossate in ufficio ma anche tessuti tecnici – due su tutti: nylon e neoprene – declinati in abiti e accessori e forme rubate al mondo dell'atletica. Tale macroscopica migrazione non ha mancato di creare scompiglio, come sempre succede all'inizio dei nuovi fenomeni, specialmente nei manichei dello stile.

A ben guardare, però, il connubio moda-sport ha radici profonde: comincia infatti negli anni Venti, quando i vestiti si fanno più ampi e le gonne si accorciano per permettere alle giovani di andare in bicicletta – primaria necessità in un mondo senz'auto, ma anche pratica sportiva. Continua nei Trenta con la collaborazione tra René Lacoste, tennista francese che nel 1927 strappa la Coppa Davis agli Usa, e l'industriale André Giller, esperto in maglia, che insieme lanciano la primissima produzione in serie di polo, magliette in piqué di cotone oggi considerate un capo trasversale e unisex. Negli stessi anni couturier del calibro di Coco Chanel ed Elsa Schiaparelli introducono dettagli mutuati dal mondo dello sport all'interno delle loro collezioni, una scelta che rivoluziona progressivamente l'estetica femminile, rispecchiando così l'evoluzione del ruolo della donna nella società. Negli anni Quaranta tocca a Claire McCardell



A sinistra. Un look della collezione Fenty Puma by Rihanna primavera-estate 2017, presentata a Parigi. Nella pagina accanto, un outfit Versace, sempre per la primavera-estate 2017







In questa pagina, dall'alto.
Le calzature Seeulater di Adidas Original,
diventate famose negli anni Novanta,
vengono riproposte per l'autunno-
inverno 2016/17 in nabuck con colori rétro.
Un look della collezione maschile Versace
per la prossima primavera-estate 2017.
Nella pagina accanto. Un dettaglio
della collezione NikeLab firmata da
Olivier Rousteing e, sotto, Gisele Bündchen
per Under Armour.



ispirarsi alle silhouette sportive, adatte alla vita attiva di ogni giorno. Poi Courrèges, nei Sixties e nei Seventies, si spinge oltre: non solo porta sulle passerelle modelle atletiche, ma prevede l'impatto crescente dello sport sul guardaroba. Negli anni Ottanta capi e accessori per tradizione sportivi come le sneaker, le felpe, perfino i capi-spalla in nylon imbottiti di piume creati nel 1954 per riscaldare gli scalatori diretti sul K2 (leggi: Moncler) si affermano, diventando protagonisti del guardaroba casual. Oltre alla crescente, generale attenzione verso il benessere – l'allenamento e la cura del corpo diventano parte integrante di uno stile di vita che non solo è salutare, ma è anche considerato cool – tra le ragioni che rendono particolarmente appetibile l'abbigliamento degli atleti c'è infatti, innegabilmente, la funzionalità dei tessuti e i tagli più comodi.

Di sport ci si veste, e senza troppe remore, da tutti questi anni, ma nell'era del digital la relazione moda-sport ha subito un'ulteriore trasformazione. Il report "Evolution of Athleisure" di Euro-monitor International traccia infatti l'identikit di un settore nel quale i consumatori sono più informati, consapevoli del fatto che la moda debba adattarsi alle loro esigenze, e aperti alla sperimentazione.

Da qui il boom attuale dell'athleisure: negli Usa, per esempio, spopola il brand Under Armour, etichetta di athleisure stylish, mentre Puma, marchio del gruppo Kering, sta risolvendo le proprie sorti complice il legame con la pop star Rihanna che, tra il 2014 e il 2015, è stata nominata prima ambassador e poi direttore creativo delle collezioni. Non sorprende quindi che Fenty Puma by Rihanna sia sbarcata alla Paris Fashion Week. Gli incontri tra moda "alta" e sport sono, ultimamente, moltissimi: Stella McCartney firma una collezione di successo per Adidas; Riccardo Tisci, direttore creativo della maison Givenchy, e Olivier Rousteing, direttore creativo di Balmain, hanno collaborato con Nike, marchio che negli ultimi cinque anni ha contribuito in modo decisivo alla valorizzazione dell'athleisure nella moda cosiddetta "daily". Non ultimo, Reebok sarà protagonista della novantunesima edizione di Pitti Uomo, fiera del menswear che si tiene a Firenze dal 10 al 13 gennaio 2017, in collaborazione con Cottweiler, menswear label londinese disegnata da Ben Cottrell e Matthew Dainty. I due non sono gli unici ad aver creato un nuovo marchio nel quale moda e sport si fondono: Piero Righetto e Maria Elena Ghisolfi hanno lanciato l'activewear made in Italy sartoriale Sàpopa.

E le passerelle? Step intermedio tra il creativo e il consumatore, non sono certo immuni da queste influenze. Le collezioni maschili e femminili, che hanno sfilato tra giugno e settembre 2016 nelle capitali internazionali della moda, hanno chiaramente mostrato come il confine tra i due ambiti sia oggi indistinguibile anche sul fronte della ricerca e della tecnologia, con tessuti brevettati in grado di garantire performance inedite. L'uomo e la donna Prada, visti a giugno, sono globe-trotter contemporanei conditi di atletismo urbano; la collezione femminile di Versace per la primavera-estate 2017 veste supereroine la cui sensualità viene accentuata da influenze sportive. E la serie di contaminazioni, siamo sicuri, è destinata a continuare. Perché bellezza e salute, da sempre, formano un binomio indissolubile.



Sopra. Un outfit della sfilata Max Mara primavera-estate 2017. Sotto. Un look della collezione autunno-inverno 2016/17

Adidas by Stella McCartney.

Nella pagina accanto. Il menswear primavera-estate 2017 di Sàpota, giovane brand italiano di luxury activewear.



