

PAMBIANCO MAGAZINE

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA MODA E DEL LUSSO

ANNO XIII - N°4 - 22 FEBBRAIO 2017 - 5 EURO

Poste Italiane - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi

2017: ENIGMA MONDO

Trump e Brexit. Ma fa paura la Cina

QUEL TENNIS CHE VESTIVA ITALIANO

Le aziende che hanno firmato la storia

CODICE ROSSO

Precollezioni AI 2017

FASHION WEEK A CONFRONTO NUOVA PARTITA

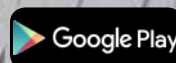
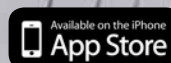
ISSN 2421-7174



9 177242 171700 3

SAFWAN DAHOUL

COVER BY SAFWAN DAHOUL





PRIMA DI ADIDAS, NIKE E PUMA

Quel **TENNIS** italian-style

Tra gli anni 70 e 80, i campioni della racchetta erano griffati da aziende made in Italy. Alcune di queste realtà sono sparite, altre sono finite in mani straniere.

di Rossana Cuoccio

Come dimenticare il look di **Björn Borg**, a cavallo tra gli anni 70 e 80, quando scendeva in campo? Fisico atletico, capelli biondissimi portati lunghi fin sulle spalle, maglietta attillata, pantaloncini corti, polsini e fascetta sulla fronte. Lo stile del tennista svedese, tra i migliori al mondo, contribuì senza dubbio al suo successo quanto le sue vittorie. Borg vestiva il marchio **Fila**.

Erano gli anni in cui i brand italiani dettavano legge sull'abbigliamento dei campioni di tennis nei tornei di mezzo mondo. Aziende come **Sergio Tacchini**, **Maggia**, **La Font**, **Ellesse** e **Australian** decisero di investire nel tennis accaparrandosi quei talentuosi giocatori che diventarono poi i loro testimonial. Erano le decadi in cui non era ancora imperante lo strapotere dei colossi Adidas, Nike e Puma che, da lì a poco, avrebbero mutato lo scenario mondiale del tennis, il primo sport, si può dire, in cui l'immagine dell'atleta si sia legata a doppio filo a un brand. È proprio da qui, infatti, che presero origine le spon-

sorizzazioni milionarie di oggi che caratterizzano il mondo sportivo.

Da Borg, l'uomo impenetrabile e gelido del nord, al folle e geniale **John McEnroe** fino allo scorbutico **Jimmy Connors**, quasi tutti i campioni vestivano in campo activewear made in Italy. Basta scorrere le classifiche ATP (Association of Tennis Professionals, quelle che riuniscono i giocatori professionisti maschi di tennis di tutto il mondo) di quegli anni per scoprire questa tendenza. Per esempio, in quella del 1982, in vetta al ranking c'era McEnroe. L'acerrimo rivale di Borg è stato uno dei primi tennisti a firmare un

contratto di sponsorizzazione con Sergio Tacchini. In suo onore era stata disegnata, nei primi anni 80, la "Polo Super Mac" caratterizzata dalle righe colorate tracciate orizzontalmente sul petto. A seguire, lo statunitense Connors indossava nei suoi match capi firmati **Cerruti 1881**, ritenendoli addirittura dei veri e propri portafortuna. Nella top 3 di quell'anno c'era anche il campione ceco **Ivan Lendl** che indossava polo bianca a righe blu con il canguro, stemma del marchio milanese Australian, mentre **Guillermo Vilas** vestiva Ellesse. Dato che il forte argentino era mancino, l'azienda perugina decise addirittura di invertire la posizione del logo sul petto della sua t-shirt in modo che i gesti tecnici non lo coprissero. E se il lituano-americano **Vitas Gerulaitis** giocava sempre elegantissimo e coloratissimo con maglia e calzoncini firmati Maggia, l'argentino **José Luis Clerc** era griffato **Silvy Tricot**. Cerruti, negli anni 80 ha firmato anche i set di **Mats Wilander**, fuoriclasse svedese dal memorabile fair play, mentre Sergio Tacchini vestiva, tra gli altri, il new-yorkese bimane **Gene Mayer** e l'australiano **Pat Cash**.



A sinistra, John McEnroe in Sergio Tacchini che trionfa a Wimbledon nel 1984 (foto by Gianni Ciaccia)

Sotto da sinistra, Guillermo Vilas che indossa Ellesse in uno scatto del 1977 preso dal profilo Twitter del brand e Vitas Gerulaitis in Maggia

In apertura Björn Borg vestito Fila in un'immagine del 1976

STELLE E METEORE

Trascorsi gli anni ruggenti di quell'epoca che fine hanno fatto oggi queste aziende? Molte di loro, negli anni, hanno affrontato momenti di crisi e sono state acquisite da grandi gruppi stranieri.

La **Fila**, nata a Coggiola (in provincia di Biella) più di cento anni fa come 'Maglificio Biellese F.lli Fila - Maby', produttrice di maglieria intima, nel 1973 diversificò debuttando nell'abbigliamento sportivo grazie all'intuizione che il tessuto elastico a costina che veniva utilizzato per la biancheria intima era ottimo per assecondare i movimenti sportivi. Su questi capi comparve per la prima volta il logo "F-Box" rosso e blu. Nel 1974 nacque la "White Line", linea che rivoluzionò l'abbigliamento tennistico nel mondo, un concetto nuovo, tutto coordinato, dal colletto della polo ai calzini. La polo di Björn Borg a sfondo bianco con la linea verticale stile gessato e il colletto blu, era en pendant con il proprio calzoncino. Dopo una storia tortuosa di passaggi di proprietà, che iniziò nel 1988, dal 2007 Fila è a tutti gli effetti un'azienda coreana guidata dall'imprenditore Gene Yoon con una sede europea a Biella dove c'è anche la



FENOMENI

Fondazione Fila Museum che racchiude tutto il preziosissimo patrimonio storico dell'azienda.

Sergio Tacchini, il mitico brand della 'T', fondato dall'omonimo tennista nel 1966, rivoluzionò l'abbigliamento sportivo introducendo il colore nelle divise e divenne simbolo di un nuovo modo di vestire nel tennis che prima di allora prediligeva il colore bianco. Dopo un momento di crisi, la Sergio Tacchini è passata, nel 2007, per 42 milioni di dollari, alla H4T del cinese Billy Ngok, presidente del gruppo Hembly International Holdings. Nel 2013 è stata creata la Wintex Italia Srl, società che, con l'obiettivo di valorizzare il brand, gestisce il marchio e le licenze della Sergio Tacchini tramite affitto del ramo d'azienda. Nello stesso anno ha trasferito la sua sede a Milano, in via Savona, da Bellinzago Novarese.

Ellesse, brand rosso arancio il cui nome deriva dalle iniziali di **Leonardo Servadio** che la fondò nel 1959 a Perugia, iniziò la sua attività nel campo dell'abbigliamento sportivo, principalmente in campo sciistico. Il primo logo era infatti un pinguino poi sostituito dal mezzo pallone da basket. A metà anni 70, fece il suo ingresso nel tennis attraverso la sponsorizzazione delle maggiori tenniste del mondo, fra le quali la numero uno del mondo, l'americana **Chris Evert**. Nel 1993, Ellesse è stata ceduta alla holding inglese Pentland Group di Stephan Rubin.

Fondata nel 1946 da **Leardo Gabrielli**, l'Alpina Maglierie Sportive Spa di Milano entra in maniera rivoluzionaria nel mercato della maglieria con nuovi tessuti e filati e debutta poi anche nel mondo del tennis con capi caratterizzati dal canguro, simbolo del brand **Australian** che rimane ancora oggi di proprietà italiana.

La trevigiana **Lotto**, fondata dalla famiglia **Caberlotto** nel 1973, alla fine degli anni novanta, in seguito alla morte del fondatore, viene rilevata (giugno 1999) da una cordata di imprenditori capeggiata dall'attuale presidente Andrea Tomat, e viene ribattezzata **Lotto Sport Italia Spa**. Mantiene radici nella nostra penisola anche **Diadora**, nata come ditta veneta specializzata in scarponi da montagna dall'idea di **Marcello Danielli**. Diadora, che si impone nel mondo dello sport negli anni 70, nel 2009 è stata ceduta alla holding montebellunese Geox.

All'epoca scendevano in campo anche i



completi sportivi **Cerruti 1881**, marchio casual del Lanificio Fratelli Cerruti, realtà biellese iniziata appunto nel 1881, ma che affonda le sue origini nel 1770 e che deve il suo successo allo stilista e imprenditore **Nino Cerruti**. Nel 2001 Cerruti Holding vende il marchio Cerruti 1881 al gruppo di Hong Kong Trinity per concentrarsi sul Lanificio Fratelli Cerruti dove Nino lavora ancora oggi ricoprendo il ruolo di presidente.

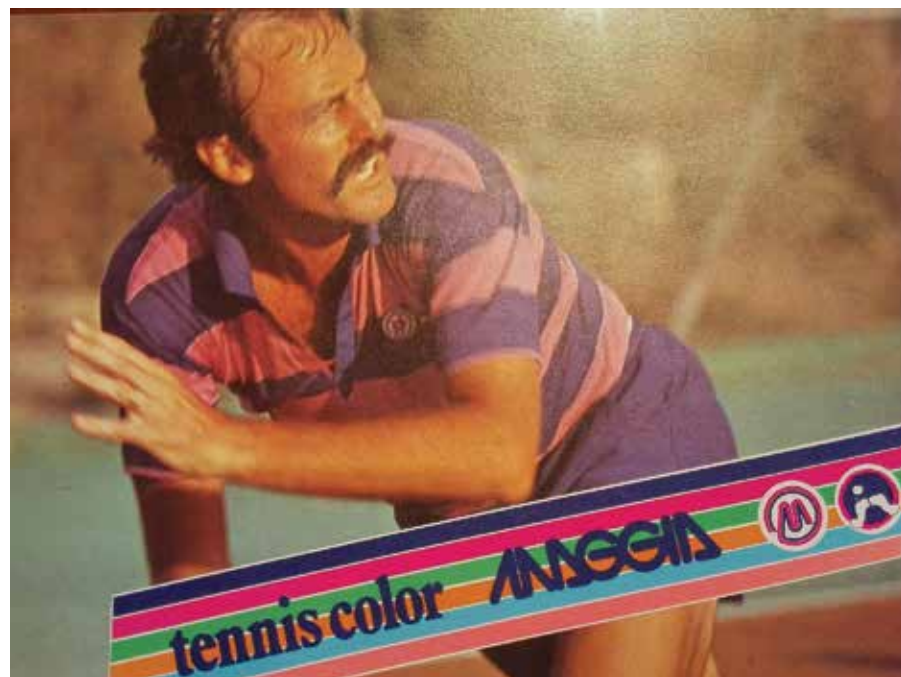
Nel 1966 la Fisi (Federazione Italiana Sport Invernali) commissionò alla **Silvy Tricot**, brand della bolzanina **Silvana Spadafora**, i maglioni per la nazionale di sci in partenza per i Mondiali di Portillo in Cile. Dai maglioni di sci la produzione di Silvy Tricot aveva preso piede e si era poi estesa alle tute da tennis e ad altri capi di abbigliamento sportivo. Il marchio passa alla storica azienda tesina Bailo specializzata in abbigliamento per la montagna e poi nel 2013 al gruppo svizzero Albiro Holding che però non l'ha più rilanciato.

Il **Maglificio Maggia** sorse alle origini del XVIII secolo nel paese biellese di Pettinengo, spostandosi a Occhieppo Superiore nel 1916 dove già sorgeva il Maglificio di Occhieppo di Elzeviro Vigna. Questa realtà a conduzione familiare negli anni 70 e 80 sfondò nel tennis.

La "emme" stilizzata di colore arancione, rosa e blu venne presto affiancata alla



In alto Pat Cash in Sergio Tacchini vincitore di Wimbledon nel 1987 (foto by Gianni Ciaccia) e qui sopra Mats Wilander, sempre in Sergio Tacchini, al Roland Garros nel 1988 (foto by Gianni Ciaccia)



Dall'alto John Newcombe vestito Maggia e qui sopra a sinistra lo stesso tennista in Lotto e a fianco Björn Borg con scarpe Diadora

“VG”, sigla del campione Vitas Gerulaitis, il più importante testimonial dell'azienda con il fenomeno australiano John Newcombe. **Olmes Carretti**, designer legato ai più significativi fenomeni internazionali dell'abbigliamento giovane degli anni 80 e 90, ha disegnato tutte le divise che Vitas, in quel periodo, ha utilizzato in campo e fuori. Oggi il maglificio è ancora una realtà familiare e 100% biellese, sotto la guida di **Umberto Maggia** a cui, da un paio di anni, si è affiancato il figlio Ludovico. Dopo Piacenza e Barberis Canonico il Maglificio Maggia è la terza realtà tessile più antica del Biellese.

Ora, dopo essere stato un marchio prevalentemente orientato alla produzione di articoli sportivi, il Maglificio Maggia è tra i fornitori delle più grandi eccellenze italiane ed estere, come Cucinelli, Etro, Berluti e Armani.

Un altro brand famoso nel tennis e tanto amato oggi dai collezionisti è lo storico **Lafont** della Sacse Società Azioni Confezioni Sportive Ellera Spa di Perugia, passato poi nel 1993 nelle mani della In Sport Spa di Piacenza, che oggi però non è più sul mercato.

Oggi di quel tennis italian-style, nostalgia a parte, non c'è quasi più traccia, la palla è ormai passata ai big internazionali dell'abbigliamento sportivo che l'hanno trasformato in un affare milionario.