

NEW MENSWEAR

SPORT-STYLE

LA PAROLA D'ORDINE È IBRIDAZIONE

Sdoganate sulle passerelle delle maison più blasonate, tute, felpe e T-shirt sono oggi parte integrante del guardaroba maschile, complici le numerose colab con marchi dello sport e il revival di etichette storiche del mondo active. La parola d'ordine è ibridazione: ossia mixare stili diversi, per ricreare un nuova nuova idea di urban. Il trend continua? Le opinioni di alcuni dettaglianti italiani

DI CARLA MERCURIO

On the catwalks of the most blazoned fashion houses, sweatpants, sweatshirts and T-shirts are now an integral part of men's wardrobe, thanks to the numerous colabs with sports brands and the revival of historical labels of the active world. The watchword is hybridization: that is, to mix different styles, to recreate a new urban concept. Is this trend still going on? Retailers tell their side.

Trainato dalle proposte degli stilisti più all'avanguardia, che hanno sdoganato felpa, tuta e sneaker anche sulle passerelle dei brand più blasonati, lo sport-style ha sbancato tra i Millennials ed è stato assimilato anche dal pubblico adulto. **Balenciaga, Gucci, Vetements, Off-White, Marcelo Burlon**, ma anche **Valentino, Louis Vuitton** e **Christian Dior** hanno fatto incursione nel mondo active, complice anche il fiorire di colab con marchi sportivi come **Adidas, Nike, The North Face** e **Converse**, per citarne solo alcuni. Una reazione a catena che ha visto scendere in campo anche brand sportivi storici alla ricerca di una nuova chance, come **Sergio Tacchini, Ellesse, Fila, Champion, Kappa** e **Diadora**. Etichette che, grazie ad accorte politiche di rilancio, sono balzate nel giro di pochissimo ai primi posti nelle classifiche di vendita dei negozi. Non c'è da sorprendersi, del resto, visto che le sneaker continuano a essere uno degli articoli di punta nelle collezioni di tutti i brand, dalle griffe alle label sul

mercato: perfette se indossate con l'abito formale o con i chino, ma ancora più coerenti se abbinate a tuta, T-shirt e felpa. La comodità è diventata un must per il consumatore, che oggi anche nella quotidianità urbana ha imparato la lezione e l'ha fatta propria, con un punto di vista inedito. Il trend dilaga nel segno dell'ibridazione, che vuol dire abbinare proposte di matrice diversa, mettendo insieme sport, tempo libero, surf, montagna e sera. «Siamo partiti qualche stagione fa con l'athleisure, con il fiorire di capi sportivi impiegati per il tempo libero - racconta **Matteo Besana**, buyer di **Maxi Sport**, insegna di negozi a Merate, Lissone e Sesto San Giovanni, in Lombardia, più un sito web -. Oggi è il momento dello "sport-chic style", che ha sdoganato la felpa crop e il pantalone in acetato



“SPORT, TEMPO LIBERO, MONTAGNA, MARE, SERA: NEL VESTIRE MASCHILE LA SCOMMESSA È SAPER MIXARE SPUNTI DIVERSI IN UN UNICO OUTFIT”

anche nella vita quotidiana e senza confini di età, interpretati nell'ottica della contaminazione». Negli store Maxi Sport, racconta Besana, «oggi vanno alla grande le proposte di Nike, le felpe "Trefoil" o i pantaloni snap di Adidas con la banda e i bottoni laterali, che le donne indossano persino con i tacchi. Modelli ripresi con successo da altri brand, tra cui Kappa, che sulla fascia laterale ha sfoderato l'iconica silhouette del ragazzo e della ragazza. Un marchio, quest'ultimo, tornato in auge, che insieme a Fila, Diadora e **Le Coq Sportif** abbiamo introdotto di recente in negozio». Capi da indossare e mixare con articoli provenien-



Lo stile active continua a conquistare il pubblico maschile e si impone anche in passerella. Nelle foto, da sinistra, proposte di Valentino (estate 2018), Marcelo Burlon County of Milan (Fall-Winter 2018), Fila, Msgm (estate 2018), Balenciaga (Summer 2018), Adidas Originals Atrix, Christian Dior (estate 2018). Sotto, a tutto logo i capi della linea Authentic di Kappa

ti da altri mondi come lo street, «firmati da brand come **Octopus** e **Iuter** - fa notare Besana - e da completare con le trainer, rigorosamente chunky, con lo zaino giusto e con un cappellino da basket americano. Uno stile che si reinventa di continuo grazie alle numerose partnership, che iniettano nuovi spunti e verve nel mercato». Sulla stessa lunghezza d'onda **Paolo Bertacchi**, titolare de **La Ferramenta** a Bologna: «Sono anni che porto avanti uno stile che miscela tempo libero, sport, sera e fashion - racconta -. Ci sono voluti gli stilisti, da Balenciaga, Vêtements, Louis Vuitton, Gucci e Valentino per dare una scossa al mercato. Nomi che

mai in passato sarebbero scesi a compromessi con il mondo della strada». «Nel mio negozio - prosegue - cerco di suggerire uno streetwear di ricerca in cui la fanno da padroni felpa e pantalone sportivo, interpretati con una visione più classica, grazie all'abbinamento con una camicia oversize indossata sulla T-shirt. Tra i brand vincenti ci sono **Stone Island** con la proposta **Alligator Pack** (magliette e felpa con o senza cappuccio in tiratura limitata), la linea **Polo Ralph Lauren Wimbledon** e la **North Face Black Label**, la più esclu-

“ LO SPORT-CHIC-STYLE ABBRACCIA UN TARGET TRASVERSALE, DAL GIOVANE ALL'UOMO MATURO, DAL CASUAL AL DRESSY ”

siva del marchio, vendita solo in una rete selezionatissima di negozi a livello internazionale. In abbinamento proponiamo etichette come **Ami Paris**, **Our Legacy** e la giapponese **Facetasm**, oltre agli inossidabili Nike e Adidas». Nei punti vendita **Fiacchini** a Forte dei Marmi, varcity jacket, jogging pant e felpa sono le proposte più gettonate di questo filone che, sottolinea il titolare **Massimo Fiacchini**, abbracciano un target trasversale dal giovane all'uomo maturo, dal casual al dressy, con vestibilità regular e oversize a spartirsi

NEW MENSWEAR



Due outfit di Diadora. Il brand è tornato prepotentemente in auge, cavalcando il successo dello stile sporty

“ FORSE IL MERCATO È GIÀ SATURO? SI ATTENDONO NUOVI SPUNTI DALLE PASSERELLE E DALLE RASSEGNE DELLA PROSSIMA SPRING-SUMMER ”

fifty/fifty la torta. Tra i brand di punta Balenciaga, Off-White, Saint Laurent, Valentino, Thom Browne, Burberry, Dundup e Amiri. Cocktail vincente anche nei negozi Galiano a Napoli, dove Rossella Galiano cita i pantaloni jogger di Valentino che si aprono sul fondo con zip o bottoni, i pantaloni ibridi di Fendi in lino con le pinces, la coulisse in vita e le bande laterali, le felpe di

Dolce&Gabbana ricamate e lavorate e le T-shirt di Diesel Black Gold, con il netto predominio di linee boxy: «Proposte perfette se ben miscelate e interpretate, per cui il cargo pant funziona bene con una felpe o il jogger sposa un chiodo in pelle», puntualizza Galiano. Secondo Gianfranco Tufano dello store Kikama sempre a Napoli, il trend sportivo ha avuto il pregio di rompere

la monotonia del nero, con un'iniezione di colori come il rosso e il blu: «Un filone che sta coinvolgendo tutte le fasce di età, complice la riscoperta di etichette come Kappa, Fila, Ellesse e anche Tommy Hilfiger, tornata in auge alla grande. Una tendenza che forse ha già espresso il suo massimo potenziale, in attesa di nuovi sviluppi». D'accordo con lui Paolo Bertacchi de La Ferramenta: «Forse siamo in dirittura di arrivo per il cambiamento. Tutto dipende da quello che succederà sulle passerelle, che dettano legge in fatto di trend e dove si attendono le mosse di Virgil Abloh, nuovo direttore artistico del menswear di Louis Vuitton e di Hedi Slimane, appena approdato al timone creativo di Céline. Due innovatori da cui mi attendo una visione originale, che di sicuro esploderà nella sua pienezza dalla stagione invernale 2019/2020, mentre la Spring-Summer 2019 sarà probabilmente una stagione intermedia». C'è ancora tempo, dunque, per le svolte: «Anche per la prossima stagione invernale lo sport-style è tra le proposte delle griffe, che sono il termometro dei trend - conferma Matteo Besana di Maxi Sport -. I negozi di ricerca lo hanno già interpretato in anticipo per la clientela più modaiola e ora viene recepito anche da un pubblico più ampio, non solo di giovanissimi». ■

LA PAROLA AI RAPPRESENTANTI
TORNANO I MITI
DEL PASSATO

Fashion agents are still betting on sport-style, under the sign of hybridization. Among techno-active brands, historical brands and street labels, the important thing is to achieve the right outfit.

Anche i rappresentanti scommettono ancora sullo stile sporty, nel segno dell'ibridazione. Gianni Klemera di Fattore K a Milano parla di contaminazione tra sport, street, classico e fashion. «Si parte dall'active più tecnico, con le proposte di The North Face, Arc'teryx e Patagonia per proseguire con le linee

heritage Kappa, Champion, Ellesse, Fila e Diadora, da abbinare con il giusto twist. Per cui oggi il chino largo o un pantalone in felpe si insossano con due felpe, una sull'altra, una T-shirt oversize al posto della camicia e con un parka di ispirazione military leggero». Un look che si completa con le sneaker, «rigorosamente chunky, mentre le versioni pulite bianche sono piuttosto in calo». Si tratta di un mercato veloce, in continua evoluzione, sottolinea Klemera, «alimentato dalle costanti uscite di capsule e colab che portano continuamente nuovi spunti e stimoli». Sulla stessa lunghezza d'onda David Sassoli di Diemmegi Contact a Firenze: «Dai teen ai soenri, oggi tutti si sentono come ed eleganti con una sneaker, un giubbotto

un pantalone da tuta in felpe, un K-way o una soft shell. Io vendo da tanti anni con successo le proposte di Happiness, che è stato un precursore in questo senso e oggi assistiamo al revival di marchi storici. In primis Diadora, un mito che si lega a protagonisti come Björn Borg, Roberto Baggio, Ayrton Senna, e Kappa. Per non parlare di certezze come Adidas e Nike. Oggi non ci sono più confini negli stili: il vintage può essere rivisto in chiave design con cuciture termosaldate, oppure in versione montagna o surf, senza trascurare le proposte più perenni, come certi articoli di Superdry o quelle pre-urban, vedi le capispalla di Grifoni, che è tornato sul mercato alla grande. (C. M.)