

LO SPORT DI MODA AL MUSEO

C'è l'America's Cup e il corredo firmato Louis Vuitton ma anche quello di Céline che prende ispirazione dalla coppa del mondo di calcio, Dior che batte ogni concorrente con i numeri sulle sue maglie. Un sorprendente fenomeno, l'unione fra lo sport e la moda che è diventato una mostra a Losanna. di Vivianne Scaramiglia



Coco Chanel in tenuta sportiva (ma d'avanguardia) alla Pausa la sua residenza estiva. Foto Chanel, diritti riservati.

Oggi la maggior parte dei creatori di moda possiede una seconda linea specializzata nei movimenti e nella libertà di essere e di agire. E anche le prime linee (quelle con i tessuti e i tagli più belli) sono largamente influenzate da questo trend che è lo sport. Cinquant'anni dopo l'arrivo del casualwear e vent'anni dopo lo sportswear, le ultime stagioni rigurgitano di tessuti che sono performanti, elastici, leggeri, resistenti cioè "proof", termoregolatori, trasformabili o magari con finizioni leggere.

Spinti dallo sforzo delle tecnologie tessili e il trionfo benessere-salute-piacere come nuova arte di vivere, la tendenza raggiunge oggi degli apici che sono aumentati con l'inizio del secolo. Mademoiselle Chanel portava i pantaloni e il jersey sportivo fin dal 1910. Quarant'anni dopo all'indomani della Liberazione, l'Europa ha conosciuto l'infatuazione per lo stile "boxeur", ispirato da Jake La Motta o Marcel Cerdan. I tessuti hanno aiutato la rivoluzione dell'allure: gabardine e whipcords piacciono perché fanno respirare e camminare meglio. Si sono accorciati gli impermeabili per via delle macchine e anche i pantaloni sono diventati più ergonomici. Velocità e movimento andavano a risvegliare il modo di vestire che sarebbe stato l'emblema dei giorni nostri.

Oggi, è con le racchette ai piedi che la sposa di Chanel va all'altare, con tacchi alti e lacci (Louboutin, Prada), con "baskets" da Dior che la moda si mostra. Gli anni 80 hanno dato il segnale della partenza della follia del vestito tecnico che da agli attributi vestimentari il valore di una sfida. Vent'anni più tardi, fi-



Dior, scarpa "Smartie", collezione inverno 2001-2002

foto Yuan Vandiel

nite le iniziali delle griffe ricamate sono state rimpiazzate da un girotondo di segni totemici, il giocatore di polo di Ralph Lauren, il felino di Puma, la virgola di Nike o le tre bande d'Adidas hanno ispirato perfino uno stilista austero come Yohji Yamamoto che proprio con Adidas ha lanciato una sua linea di ricercatissime sneakers .

E se gli sportivi salgono sul podio, diventano anche i nuovi eroi pubblicitari negli stadi: Gail Devers e le sue unghie smisuratamente lunghe, Michael Johnson e le sue scarpe color oro, Alto Boldon con due medaglie e gli occhiali dai filtri rossi o ancora André Agassi vestito di nero, Florence Griffith-Joyner eccentrica in ogni momento. E cosa dire di Ferrari e Tod's per il Natale del 2002, dell'associazione di Donna Karan e Ducati di due anni fà, di Tommy Hilfiger che avvicina David Beckham per la sua campagna pubblicitaria o ancora della linea in comune "Fashion in action" di Rossignol e Jean-Charles de Castelbajac. La lista è lunga, senza contare il successo folgorante degli accessori intelligenti (orologi digitali Seiko, Casio, Pulsar, Oakley Panerai, Swatch Scuba 2000), occhiali-mascherina, borse non più a mano...

Sotto il lustro dello chic, Venus e Serena Williams ispirano una collezione a Jeremy Scott, le borse stile equestre di Dior si comprano come pezzi da collezione, e la collezione in serie limitata di scarpe da calcio Louis Vuitton è destinata a una categoria raffinata di supporter della Coppa del mondo di Football 2002: Stesso successo dovrebbe conoscere anche il gilet zippato o il pull con cappuccio di Céline che proprio per l'occasione ha lanciato una mini collezione bianca, rossa e nera.

L'esposizione del Museo Olimpico di Losanna termina con le creazioni strabilianti della marca giapponese Descente. Fra sport, moda, virtualità e tecnologia, la designer Eiko Ishioka, (suoi i costumi per il film "Mishima", suo il Grammy Award per il lavoro artistico dell'album "Tutu" di Miles Davis), propone un altro concetto dell'abbigliamento: vestiti che danno energia e aiutavano la concentrazione. La nuova attitudine del domani?

Museo Olimpico, Quai d'Ouchy n. 1, Losanna.
Tel. 0041021 - 621 65 11. - www.olympic.org
fino al 25 Agosto



foto Frédérique Dumoulin - Java



foto Frédérique Dumoulin - Java



foto Rido/ff/Garcia



foto Bruno Pellerin

SOPRA: Dior, completo giacca "escrime", pantaloni "cavalier", prêt-à-porter primavera-estate 2000

A DESTRA DALL'ALTO: Chanel, prêt-à-porter primavera-estate 2001. Castelbajac, collezione PAP Femme Zebra 3, primavera-estate 2002. Givenchy, prêt-à-porter primavera-estate 2000.