

Ridurre l'impatto ambientale è possibile

## LO SPORT SI VESTE SOSTENIBILE

Come il settore dell'abbigliamento sportivo ha deciso di virare sull'eco

Flavia Franceschini

Come scrive l'autrice inglese Elizabeth Wilson nel suo libro *Love Game*, lo sport è «probabilmente l'elemento che ha determinato le maggiori trasformazioni nella moda del XX secolo».

È dallo scorso secolo, infatti, che l'abbigliamento sportivo non ha solamente un valore estetico; ogni capo di successo viene dotato di caratteristiche performanti, cioè che migliorano



Primo piano di un paio di scarpe Nike

le prestazioni alleggerendo il carico fisico. Ma è solo da questo secolo che la figura del designer ha spodestato quella dello stilista, il più delle volte ignaro degli aspetti tecnici che rendono un vestito funzionale.

Tramite un incrocio di idee, lo sport stimola la moda e viceversa. Un esempio può essere trovato nei costumi da bagno, diventati nel corso degli anni sempre più sottili e dinamici, grazie anche e soprattutto alla produzione industriale di nuovi materiali. Design e comfort sono dunque le caratteristiche dello stile sportivo dove esagerazione tecnologica e cura dei dettagli decretano il successo di un capo o di un accessorio.

Dalla metà degli anni Sessanta alla metà dei Novanta, lo sport è stato consacrato come uno dei fenomeni principi che spingono la società occidentale verso la modernità e l'internazionalizzazione, ergendosi a riferimento per la classe media, con dinamiche che si allargano più lentamente a una parte del terzo mondo, mentre resta quasi impermeabile il secondo mondo, formato dai paesi dell'ex blocco socialcomunista come Russia, Ucraina, Romania, ecc.

## Total look

Il total look consiste nella « [...] produzione di una firma in tutta la varietà delle sue linee». [Garzanti]

Per quanto riguarda la sfera dell'abbigliamento sportivo, si fanno strada marche industriali quali Nike, Adidas e Puma e il total look, in parallelo ai più complessi fenomeni che irrompono nel sistema della moda.

Infine, negli ultimi decenni lo sport è stato dominato dallo stile techno-chic, pregno di protagonisti dalla forte componente mediatica ed eventi fashion sportivi, caratterizzato da un liberismo stilistico e da una post-modernità estetica nei quali

dettano legge le marche e le testate editoriali, finalizzato a imporre anche nel contesto sportivo, professionistico e ancor più amatoriale, le dinamiche della cosiddetta glocalizzazione.

Da un primo sguardo potrebbe sembrare che abbigliamento e sostenibilità siano due mondi diversi che corrono lungo piste parallele. Tuttavia, sono tanti i fattori che impattano sulla natura e sulla nostra salute, dall'approvvigionamento delle materie prime fino ai processi di realizzazione e al prodotto finito. Con il termine ambiente non si fa riferimento solo alla natura, ma anche ai gruppi di lavoratori coinvolti nella produzione dei capi di vestiario. L'abbigliamento sostenibile viene innanzitutto valutato per la qualità e la provenienza delle materie prime con cui è realizzato, di fatto trasparente.

Nel caso dei capi sintetici, la materia prima con cui vengono realizzati è perlopiù il petrolio da cui vengono ricavate le fibre rinomate per l'eccellente trasporto dell'umidità, il comfort e la resistenza. Tuttavia, tali fibre plastiche non sono biodegradabili e lo smaltimento dei vecchi capi può diventare problematico. Per questo motivo, più e più marchi si stanno adoperando nell'utilizzare fibre riciclate, talvolta offrendo lo smaltimento gratuito del prodotto.

Oltre a esercitare effetti globali, i materiali d'abbigliamento sportivo li ripercuotono direttamente anche sull'uomo e sulla natura. Affinché i capi siano impermeabili a vento e acqua e dai colori vivaci, in fase di produzione vengono utilizzati composti di carbonio e idrogeno creati in laboratorio. Nell'abbigliamento sportivo sostenibile, invece, viene fatto uso di impregnanti prodotti senza PFC (i perfluorocarburi, particolarmente dannosi per l'ambiente), eliminando sin dalla fase di confezionamento le sostanze nocive. Non è solo l'ambiente a guadagnarci, ma anche la salute:

## Glocalizzazione

Per glocalizzazione si intende «la creazione e distribuzione di prodotti ideati per un mercato globale internazionale, ma modificati in base alle leggi e alla cultura locale». [Aa. Vv., *Sport e stile. 150 anni d'immagine al femminile*, Skira, 2011.]



nessuna sostanza sospetta, infatti, entra nelle falde freatiche mediante la pioggia o viene assorbita dal metabolismo attraverso la pelle.

Non solo: alle aziende che decidono di puntare verso l'ecosostenibilità è garantito un cospicuo ritorno economico come dimostrano i dati di *statista.com* che riguardano

l'anno 2015 nel settore Sportswear & Sporting Goods.

Sostenibilità è la parola d'ordine del settore che da qui al 2020 ce la metterà tutta per arrivare al traguardo green.



Dettaglio di una felpa maschile Adidas



Dettaglio pantaloni tuta Adidas