



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAMERINO

SCUOLA DI ARCHITETTURA E DESIGN “E. VITTORIA”

CORSO DI LAUREA IN

.....DISEGNO INDUSTRIALE E AMBIENTALE.....

TITOLO DELLA TESI

.....Beyond the Pitch. L'incontro tra calcio e moda nell'era contemporanea.....

Laureando/a
Nome..... Francesco Calcaterra

Firma..... *Francesco Calcaterra*

Relatore
Nome..... Nicolò Sardo

Firma..... *Nic. Sardo*

Se presente eventuale Correlatore indicarne nominativo/i

.....
.....

ANNO ACCADEMICO

.....2023/2024.....

RICERCA

Introduzione

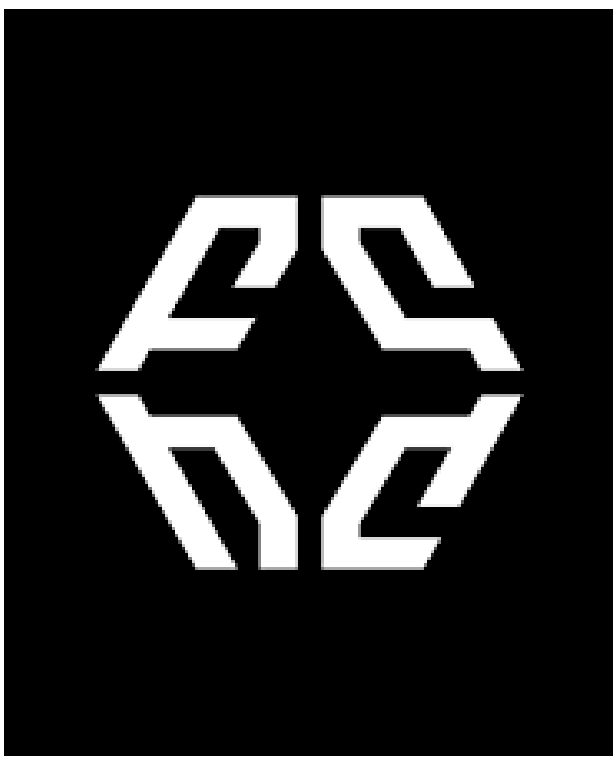
Il legame tra sport e moda è profondamente radicato nella storia, nell'evoluzione culturale e nell'influenza reciproca tra questi due mondi. Lo sport, con il suo impatto sulla cultura popolare, e la moda, espressione artistica e specchio della società, si intrecciano costantemente, plasmando stili, tendenze e identità. Questa ricerca analizza le connessioni e le intersezioni tra sport e moda, evidenziandone le dinamiche e le influenze reciproche. Inoltre, viene presentato lo sviluppo dell'identità visiva di Beyond The Pitch, un brand da me progettato. L'obiettivo è offrire una panoramica approfondita su questo rapporto complesso e in continua evoluzione, contribuendo alla comprensione delle sue molteplici sfaccettature.



F.C. DORSUM



LE BALLON



NIVELCRACK



CASI STUDIO

Ispirazione

F.C. Dorsum, Le Ballon e Nivelcrack sono tre brand indipendenti che fondono calcio, moda e cultura streetwear, ridefinendo l'estetica e l'identità del calcio contemporaneo. F.C. Dorsum, con base negli Stati Uniti, propone una visione creativa del calcio attraverso capi d'abbigliamento ispirati allo sport ma con un'estetica sofisticata. Le Ballon, nato in Francia, è più di un marchio: è un collettivo che organizza eventi, tornei e collaborazioni per connettere il mondo del calcio con la scena creativa. Nivelcrack, dalla Corea del Sud, fonde design minimalista e influenze calcistiche in collezioni streetwear di alta qualità. Il loro obiettivo comune è superare i confini del calcio tradizionale, trasformandolo in una piattaforma di espressione stilistica.



OBIETTIVO

Mission

L'obiettivo di questo dossier di ricerca è analizzare in modo approfondito il rapporto tra sport e moda, esplorando come questi due mondi si siano influenzati reciprocamente nel corso della storia e continuino a farlo nell'era contemporanea. Attraverso un'indagine dettagliata sulle evoluzioni stilistiche, le collaborazioni tra brand e squadre, l'impatto degli atleti come icone di stile e il ruolo dei social media nella diffusione delle tendenze, il dossier si propone di evidenziare le dinamiche che hanno trasformato l'abbigliamento sportivo in un elemento chiave della moda globale. Inoltre, verranno affrontati temi di innovazione e sostenibilità, per comprendere come il settore stia evolvendo verso soluzioni più tecnologiche ed eco-friendly. Lo scopo finale è offrire una visione chiara e strutturata di questa intersezione, fornendo spunti di riflessione sul presente e sulle prospettive future della moda sportiva.

SVILUPPO

Layout

Formato

210 x 250 mm

Margini

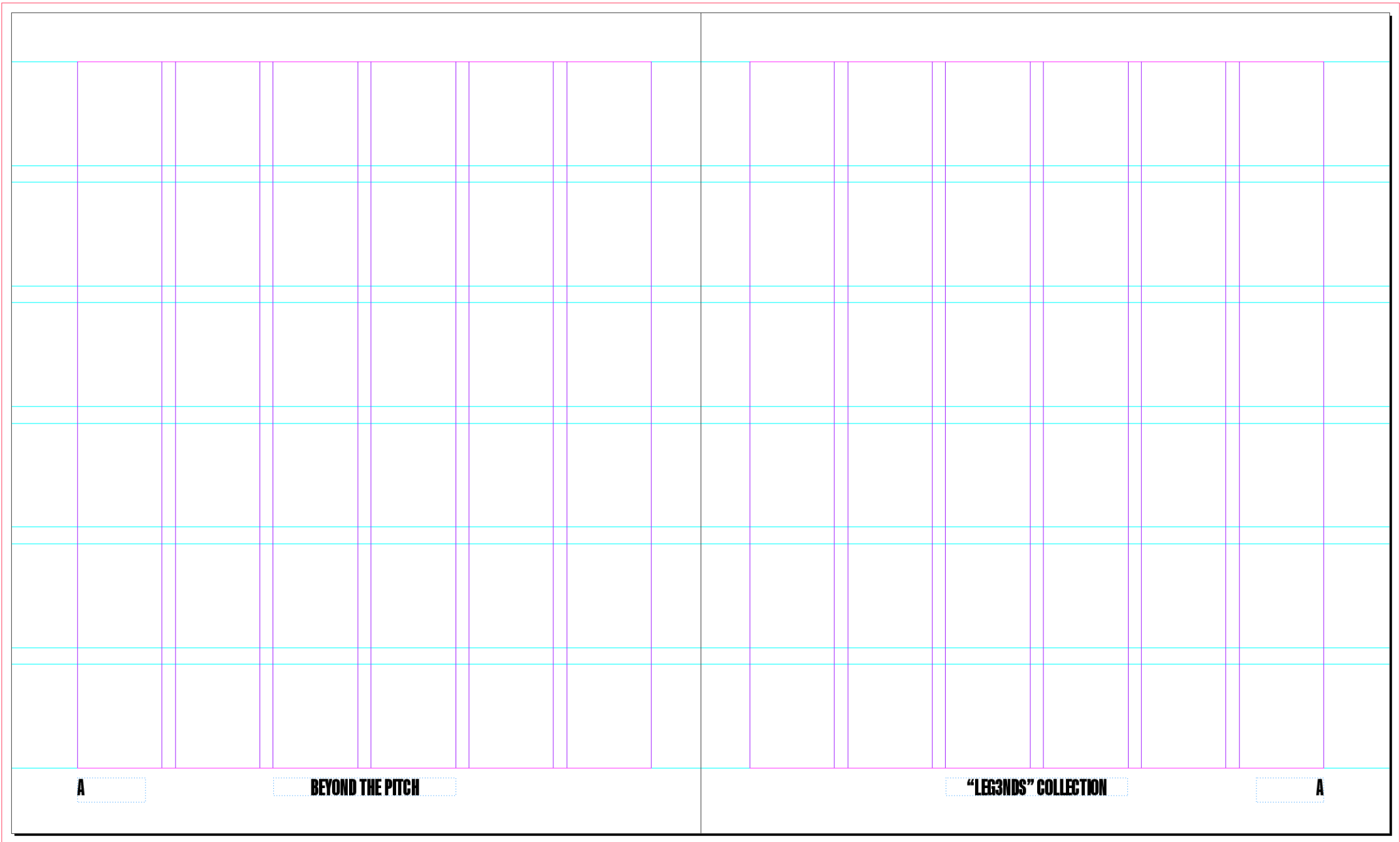
superiore 20 mm
inferiore 25 mm
esterno 20 mm
interno 15 mm

Colonne

n° 6
distanza 4 mm

Righe

n° 6
distanza 4 mm



PAGINE TIPO

Kaneda Gothic Black

Corpo 150 pt, interli-
nea 120 pt

**LAUTARO “IL TORO”
MARTINEZ**

Kaneda Gothic Black

Corpo 87 pt, interlinea
100 pt

Quando Lautaro Martinez è sbarcato a Mila-
no nel 2018, era una giovane promessa con
il fuoco negli occhi e il cuore da guerriero.
In pochi anni, il Toro è diventato il simbolo
dell'Inter, crescendo stagione dopo stagio-
ne fino a diventare un leader assoluto. Con
la sua fame di vittoria, ha guidato i nerazzurri
alla conquista dello Scudetto nella stagione
2020/21 e 2023/2024, per poi continuare a
lasciare il segno in campo nazionale e inter-
nazionale. Con le sue prestazioni straordina-
rie in Europa, è diventato il miglior marcatore
dell'Inter in Champions League, dimostrando
di essere un attaccante implacabile nel pal-
coscenico più importanti. Oggi è il capitano, il
trascinatore, l'anima pulsante di una squadra
che lotta sempre per la gloria. Lautaro non
è più solo un attaccante: è un simbolo, un
guerriero che non molla mai, pronto a scrive-
re nuove pagine di storia nerazzurra.



8

BEYOND THE PITCH

Helvetica Neue Regular

Corpo 12 pt, interlinea
14.4 pt



“LEG3NDS” COLLECTION

9

Kaneda Gothic Black

Corpo 20 pt, interlinea
24 pt

COLORI E FONT



CMYK 0, 0, 0, 100

CMYK 100, 0, 0, 0

CMYK 15, 100, 100, 0

CMYK 0, 0, 100, 0

Kaneda Gothic Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Helvetica Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

PROGETTO FINALE



**dossier di
ricerca**

Studente:
Francesco Calcaterra

Università degli Studi di Camerino
Scuola di Ateneo Architettura e Design “Eduardo Vittoria”
Unicam S.A.A.D. - Ascoli Piceno
Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale

Relatore:
Prof. Nicolò Sardo

Francesco Calcaterra

BEYOND THE PITCH

L'incontro tra sport e moda
nell'era contemporanea

Unicam S.A.A.D.

indice

1. Introduzione

Abstract	7
Contesto	8

2. La storia della moda sportiva

Bikkembergs e il fossombrone	12
L'abbigliamento nel tennis	16

3. Lo sportswear nella moda contemporanea

Da tecnico a estetico	24
-----------------------	----

4. Icone sportive e moda

Atleti come style ambassadors	28
-------------------------------	----

5. Collaborazioni iconiche

Nike x Off-white	34
Paris Saint-Germain x Jordan	36
Adidas x Balenciaga	40

6. Moda sportiva nella cultura di massa

Tik Tok e il Bloke Core

42

7. Casi studio

F.C. Dorsum

50

Le Ballon

54

Nivelcrack

58

8. Identità visiva “Beyond The Pitch”

42

9. Sitografia

90

1. introduzione

Abstract

Il legame tra sport e moda è profondamente radicato nella storia, nell'evoluzione culturale e nell'influenza reciproca tra questi due mondi. Lo sport, con il suo impatto sulla cultura popolare, e la moda, espressione artistica e specchio della società, si intrecciano costantemente, plasmando stili, tendenze e identità.

Questa tesi analizza le connessioni e le intersezioni tra sport e moda, evidenziandone le dinamiche e le influenze reciproche. Inoltre, viene presentato lo sviluppo dell'identità visiva di Beyon The Pitch, un brand da me progettato.

L'obiettivo è offrire una panoramica approfondita su questo rapporto complesso e in continua evoluzione, contribuendo alla comprensione delle sue molteplici sfaccettature.

Contesto

Negli ultimi decenni, il confine tra sport e moda si è progressivamente assottigliato, dando vita a una sinergia che ha ridefinito entrambi i settori. Ciò che un tempo era esclusivamente funzionale, oggi è diventato un simbolo di stile, mentre l'influenza della moda ha trasformato l'abbigliamento sportivo in un elemento chiave e fondamentale della cultura contemporanea. Oggi, il connubio tra sport e moda si manifesta attraverso importanti collaborazioni tra brand di lusso e marchi sportivi. Il ruolo degli atleti è di icone di stile, adottando quotidianamente il ruolo di modelli di capi ispirati allo sportswear.

Lo sport e la moda hanno da sempre influenzato il modo in cui le persone si esprimono e si identificano all'interno della società. Lo sport incarna valori come dinamismo, disciplina e innovazione, mentre la moda riflette il contesto culturale e l'evoluzione dei gusti estetici. L'interconnessione tra questi due mondi è evidente nella crescente importanza dell'abbigliamento sportivo non solo negli ambienti sportivi, ma anche nella vita quotidiana, nell'alta moda e persino nella cultura di strada.

In origine, l'abbigliamento sportivo era progettato esclusivamente per migliorare le prestazioni atletiche, attraverso l'uso di tessuti tecnici e design orientati alla praticità. Tuttavia, a partire dal XX secolo, l'abbigliamento sportivo ha iniziato ad addentrarsi nel mondo della moda, diventando un fenomeno non solo funzionale ma anche più estetico. Oggi, sneakers, tute sportive e collaborazioni tra atleti e stilisti sono elementi centrali del fashion system. Questo passaggio da funzionalità a stile è frutto di un'interazione costante tra esigenze prestazionali, volontà di espressione e ricerca di stile estetico.

L'influenza reciproca tra sport e moda è più forte che mai, alimentata da tendenze come l'athleisure, che fonde comfort e raffinatezza, e dalle strategie di marketing dei grandi brand. Atleti di fama mondiale vengono scelti come ambasciatori da case di moda di lusso, mentre marchi sportivi sperimentano con design sempre più sofisticati. Questo legame va oltre l'estetica, poiché riflette cambiamenti socioculturali come la ricerca di uno stile di vita più attivo, la sostenibilità nei materiali e l'inclusività nel design.





2. la storia della moda sportiva

Bikkembergs e il Fossombrone

Pur non essendo mai stato un grande appassionato di calcio, il designer tedesco Dirk Bikkembergs, già membro dei leggendari Antwerp Six, arrivò in Italia nel 2000 con un'idea rivoluzionaria: fondere il mondo della moda con quello del calcio. Un'intuizione audace e senza precedenti che trasformò i calciatori in modelli e i campi da gioco in passerelle, esaltando l'estetica e la fisicità dello sport più amato dagli italiani. Il debutto del suo brand Sport Couture fu un successo straordinario, aprendo la strada a esperimenti che all'epoca sembravano impensabili: una sfilata nello storico Camp Nou, la collaborazione con un colosso come l'Inter, utilizzando i giocatori come testimonial, fino all'acquisto del piccolo club dilettantistico FC Fossombrone, che si ritrovò a indossare le divise più iconiche dell'industria calcistica.



Dirk Bikkembergs,
(Colonia, 2
gennaio 1959)
stilista belga.





L'innovazione di Bikkembergs non si fermò lì. L'influenza del calcio divenne il fil rouge della sua creatività, dalle celebri sneaker ispirate alle scarpe da gioco, che nel bene e nel male segnarono un'epoca, tanto da essere riprese successivamente da brand come Gucci, Louis Vuitton e più di recente Miu Miu fino alle sue collezioni, dove i palloni e le Coppe dei Campioni stilizzate diventavano parte integrante del set. Perfino il profumo DIRK, lanciato nel 2016, portava il segno inconfondibile di questa contaminazione, con la sua boccetta a forma di pallone, un omaggio dichiarato alla passione sportiva.

C'era poi il suo flagship store a Milano, un vero e proprio tempio del brand: 1300 metri quadrati, tre piani, quindi vetrine, un ambiente total black & white che celebrava l'eleganza della sua estetica. Persino i dettagli più insoliti erano pensati per rafforzare il legame con il mondo calcistico, come il bagno, interamente tappezzato di pagine della Gazzetta dello Sport. Bikkembergs non si limitò a vestire gli atleti, ma diede loro un'identità stilistica, scolpendo un nuovo immaginario in cui la moda e il calcio non erano più mondi separati, ma un'unica, potente espressione di stile e passione.

L'abbigliamento nel tennis

Nel tennis, i primi del '900 non potevano che imporre abiti lunghi e corpetti di pizzo alle donne, che spesso portavano addirittura un cappello, persino a tesa larga. Gli uomini, invece, indossavano pantaloni lunghi in lino o flanella a seconda della stagione, camicia con delle maniche lunghe e arrotolate (ma si trattava di una concessione per l'occasione) e un gilet. Tutto rigorosamente bianco, sia in versione maschile che femminile. Non proprio comodo per muoversi rapidamente sulla terra rossa. A cambiare le cose in nome della comodità e dell'emancipazione dei costumi (è il caso di dirlo) è stata una donna. La prima rivoluzione in questo senso porta il nome di Suzanne Lenglen, negli Anni 20: lei per prima ha accorciato e alleggerito gli abiti, indossando anche un reggicalze per corsa e salti necessari nel gioco.

Negli Anni 30 i due campioni e amici Fred Perry e René Lacoste, oltre ad aver portato nelle rispettive patrie vari titoli a Wimbledon e la Coppa Davis, hanno fatto del proprio stile anche un business di portata internazionale diventando imprenditori dell'abbigliamento sportivo, tennis (e polo) in primis. Il piccolo cocodrillo francese cucito sul petto delle celebri polo e la corona d'alloro ricamata sono i due marchi che a partire dagli Anni 60 sono diventati molto popolari prima tra i giovani britannici e poi per quelli di tutto il mondo, fino a oggi. Non solo in campo.





Lea Pericoli,
(Milano, 22
marzo 1935)
tennista italiana

Fino agli Anni 40 niente shorts, né per gli uomini né per le donne. Il primo a inaugurare i calzoncini corti fu Benny Austin, a Wimbledon, mentre le donne hanno dovuto aspettare ancora un decennio, prima di scoprire le gambe in campo e correre libere verso la pallina. L'italiana Lea Pericoli, famosa anche per le sue acconciature e le sue mises iperfemminili, fu la pioniera in fatto di gambe nude. Con rouches, pizzi, grandi fiocchi e persino biancheria intima in vista. E grande apprezzamento del pubblico maschile. L'innovazione più recente non poteva che arrivare dagli Usa, durante i mitici e rivoluzionari Anni 70, con l'avvento del colore. La WCT (World Championship Tennis) autorizzò finalmente gli uomini a giocare con le magliette colorate. Questo diede il via libera alla fantasia dei tennisti in campo.

Lo stile dei tennisti è diventato negli ultimi anni sempre più qualcosa di vicino al business. Come quello di Roger Federer, per esempio, elegante e sobrio in tinta unita, che del suo stile ne ha fatto un marchio di abiti e accessori. Oppure quello a dir poco eccentrico delle sorelle statunitensi Venus e Serena Williams. Quest'ultima è finita nel mirino della critica perché nel 2012 ha indossato una fascia fucsia a Wimbledon, dove il dress code impone il bianco assoluto. Stile eccentrico, con tanto di pizzi, canotte aderenti strizzatissime tipo guepière, e poi i colori fluo e i contrasti azzardati.



Roger Federer,
(Basilea, 8 agosto
1981) ex tennista
svizzero.



"ONE DROP CAN MAKE A RAINBOW"

evian® c/o virgil abloh™



Coat
\$149

Karl Lagerfeld
for

H&M

"SCULPTURE"

"SCULPTURE"

10am - 6pm
Phone: + 4



0 5 2 5 9 2 1 1 2 7 5

TOTAL
CASH
POSTCODE:
CHANGE DUE

23

599,00

3. lo sportswear nella moda contemporanea

Da tecnico a estetico

L'abbigliamento sportivo ha smesso da tempo di essere confinato alle palestre e ai campi da gioco, diventando un pilastro fondamentale della moda contemporanea. Nell'era attuale, lo sportswear non è solo un settore dell'abbigliamento tecnico, ma un linguaggio globale che attraversa le passerelle dell'alta moda, le culture giovanili e le esigenze della vita quotidiana. Il suo successo è legato a una combinazione di funzionalità, estetica e innovazione tecnologica, rendendolo uno dei segmenti più dinamici e in crescita del fashion system. Uno dei fenomeni più rilevanti della moda contemporanea è

l'athleisure, la tendenza che mescola abbigliamento sportivo e casual, permettendo di indossare capi tipicamente tecnici anche nel tempo libero o in contesti urbani. Questo stile è esploso negli anni 2010 con il successo di marchi come Nike, Adidas e Puma, ma è stato adottato anche dai brand di lusso, che hanno reinterpretato il concetto con materiali pregiati e design sofisticati (Gucci x Adidas, Prada, Balenciaga).

Aime Leon Dore for New Balance 860v2
Spring / Summer 2023 - Queens, NY
WWW.AIMELENDORE.COM

The ALD / New Balance 860v2 Capsule Collection features a range of athletic
apparel including shorts, track suits, singlets, running tights, athletic shirts, and
a variety of accessories. The collection will be available Friday at 11:00 am ET in
store and online at www.aimeleondore.com.



La sua diffusione è legata anche ai cambiamenti culturali e sociali:



La progressiva diffusione dello Smart working ha influenzato profondamente anche il concetto di abbigliamento quotidiano. Outfit comodi ma stilosi sono diventati essenziali.



La crescente attenzione alla fitness culture negli ultimi anni ha favorito l'adozione di capi sportivi da indossare nella vita quotidiana. Tute e leggings sono utilizzati al di fuori dell'ambito sportivo.



Grazie ai social media, influencer e star come Rihanna, Kanye West e Bella Hadid hanno reso l'athleisure uno status symbol.



4. icone sportive e moda

Atleti come style ambassadors

Lo sport non è solo una disciplina atletica, ma un potente motore di tendenze che ha influenzato profondamente la moda nel corso dei decenni. Atleti, squadre e competizioni hanno dettato stili iconici, trasformando l'abbigliamento sportivo in simbolo di status, identità culturale e ribellione. Dai primi completi sportivi funzionali agli outfit streetwear contemporanei, l'influenza dello sport sulla moda è un fenomeno in continua espansione. Da anni, gli atleti non sono solo modelli di performance, ma anche style ambassadors. Alcuni sportivi hanno ridefinito l'estetica contemporanea, diventando icone fashion.

Da Michael Jordan a David Beckham, da Serena Williams a Cristiano Ronaldo, passando per Lewis Hamilton. Questi sono solo alcuni degli esempi più iconici di come una sola figura possa rappresentare al meglio un intero brand, coinvolgendo diversi spettri di pubblico che fino a poco prima erano inavvicinabili.



Jules Koundé,
(Parigi, 12
novembre
1998) calciatore
francese.

Michael Jordan

Michael Jordan non è solo una leggenda del basket, ma anche uno degli atleti più influenti nella storia della moda sportiva. Nel 1984, Nike lanciò le Air Jordan 1, trasformando per sempre il concetto di sneaker. Prima di allora, le scarpe da basket erano solo attrezzature sportive; con Jordan, divennero oggetti di culto e simboli di status. Oggi, il brand Jordan è un impero a sé stante che vale miliardi di dollari.



David Beckham

David Beckham è l'esempio perfetto di atleta che ha saputo trasformare la propria immagine in un vero e proprio brand. La combinazione tra eleganza classica e streetwear moderno, lo ha reso un'icona di stile maschile. Ha collaborato con marchi come Armani (diventando il volto della linea underwear), H&M, Adidas. David Beckham è stato un precursore nel portare il calcio nel mondo della moda.



Cristiano Ronaldo

Cristiano Ronaldo è una delle personalità più influenti al mondo, sia nello sport che nella moda. Il suo stile combina eleganza sartoriale e streetwear sofisticato, rendendolo un'icona globale. Ha collaborato con Nike per diverse collezioni di scarpe e abbigliamento sportivo, mentre il suo legame con il mondo del lusso lo ha portato a influenzare direttamente le tendenze del sistema.



Lewis Hamilton

Lewis Hamilton è stato il primo pilota di Formula 1 a imporsi come icona di stile, portando l'automobilismo nel mondo della moda. Collabora con Tommy Hilfiger, creando una linea di abbigliamento che unisce motorsport e streetwear. È spesso presente alle sfilate di marchi come Balenciaga, Louis Vuitton e Off-White, dimostrando che anche uno sport tradizionalmente lontano dalla moda può avere il suo spazio nel fashion system.





ETIHAD
AIRWAYS

NIKE
INTER
MILAN

balenciaga

OPHEL
32

OPHEL



5. collaborazioni iconiche

Nike x Off-White



Off-White™

Il rapporto tra Off-White e il calcio rappresenta una delle fusioni più interessanti tra moda e sport negli ultimi anni. Il brand fondato da Virgil Abloh ha sempre avuto un'estetica fortemente influenzata dalla cultura streetwear e dall'abbigliamento sportivo, ma è nel mondo del calcio che ha trovato una nuova dimensione di espressione. Virgil Abloh, noto per la sua capacità di reinterpretare capi iconici in chiave contemporanea, ha lavorato più volte con Nike su progetti legati al calcio. Nel 2018, in occasione dei Mondiali di Russia, Off-White e Nike lanciano l'iconica collezione "Football, Mon Amour",

che ha ridefinito il concetto di kit calcistico. Le maglie da calcio presentavano grafiche bold, numeri oversize e dettagli minimalisti. I materiali e i tagli erano un mix tra design sportivo e streetwear. Abloh ha reinterpretato anche le scarpe da calcio, introducendo le Nike Mercurial Vapor 360 x Off-White, con dettagli come cerchi colorati per evidenziare le zone di impatto della palla.

Kylian Mbappé,
(Parigi, 20
dicembre 1998)
calciatore
francese.



Paris Saint Germain x Jordan



La collaborazione tra il Paris Saint Germain e Jordan rappresenta una delle partnership più innovative e influenti tra il mondo del calcio e quello della moda. Lanciata nel 2018, questa unione ha trasformato il PSG in un'icona globale di sport e lifestyle, portando il brand Jordan oltre il basket e rivoluzionando il concetto di merchandising calcistico. Il legame tra il Paris Saint-Germain e Jordan Brand nasce dalla visione del club parigino di espandere il proprio appeal globale, combinando il calcio con la cultura streetwear e il lusso. Il PSG è sempre stato un club attento all'estetica e alla moda, grazie soprattutto

all'influenza della città di Parigi, capitale dell'alta moda. Jordan, d'altra parte, cercava di espandere il proprio mercato oltre il basket, e il calcio, con la sua enorme fanbase globale, rappresentava l'occasione perfetta. Così, nel 2018, la collaborazione ha preso vita con il lancio della prima divisa ufficiale PSG x Jordan, un evento senza precedenti nel calcio, poiché fino a quel momento Jordan era stato un brand esclusivamente legato all'NBA o alla moda streetwear lontana dal calcio. La collaborazione PSG x Jordan ha introdotto divise e abbigliamento sportivo dal design innovativo, che uniscono

elementi classici del calcio a dettagli tipici del basket e dello streetwear. La prima divisa della collezione con il Jumpman al posto dello Swoosh di Nike è diventata subito un'icona. Il design minimalista e aggressivo ha ridefinito l'estetica del calcio. Fu proprio l'uso del Jumpman al posto del classico logo Nike sulle maglie ad essere un elemento rivoluzionario nel calcio. La collaborazione si è estesa anche al merchandising lifestyle, con felpe, giacche, pantaloni e accessori che mescolano l'heritage sportivo del PSG con l'identità street di Jordan. Il progetto PSG x Jordan è oggi un fenomeno globale.

Le vendite del merchandising sono da record. Le maglie e i capi sono rapidamente esauriti ad ogni lancio, dimostrando che la collaborazione ha ricevuto un successo straordinario e una grande approvazione del pubblico. Oltretutto, numerose celebrità del calibro di Travis Scott, Justin Timberlake, Drake e Neymar hanno indossato i capi della collezione, contribuendo notevolmente alla diffusione della collaborazione tra PSG e Jordan. Oggi, il PSG non è più solo una squadra di calcio, ma un vero e proprio brand di lifestyle.





Jordan Wings x Paris Saint-Germain
Combine Football Culture and
Luxury in New Streetwear Line



Yiling

PSG Fan



Petit Philippe

PSG Fan



Jordan Wings x Paris Saint-Germain
Combine Football Culture and
Luxury in New Streetwear Line

"The Jordan Wings x Paris Saint-Germain collection marks a return to the essence of excellence, merging innovation with impeccable craftsmanship. Redefining urban fashion through bold details and timeless design, this collaboration stands as a testament to PSG's relentless quest for perfection. More than just a collection, it honors the unseen heroes — stylists, artisans and community figures — whose passion and dedication shape our identity."

Fabien Allegre
Chief Brand Officer, PSG



Adidas x Balenciaga



BALENCIAGA

La collaborazione tra Adidas e Balenciaga, presentata per la prima volta nella sfilata Spring 2023 di Balenciaga, ha segnato un'importante evoluzione nell'incontro tra sportswear e lusso. Questo progetto ha ridefinito il concetto di abbigliamento sportivo di alta gamma, portando le classiche silhouette Adidas nel mondo dell'avant-garde fashion di Balenciaga. L'unione tra i due brand è stata ufficializzata durante la sfilata Balenciaga Spring 2023, tenutasi a Wall Street, New York. La collezione ha subito attirato l'attenzione per il modo in cui ha trasformato i classici elementi Adidas attraverso la visione

distorta, oversized e destrutturata di Demna Gvasalia, direttore creativo di Balenciaga. Le passerelle hanno visto modelli sfilare in tute Adidas rielaborate, sneaker massicce, felpe oversize e accessori logati, il tutto con la tipica estetica dark e decostruita di Balenciaga. La collaborazione ha unito i codici sportivi di Adidas con l'estetica ribelle e sperimentale di Balenciaga, creando pezzi che hanno ridefinito l'idea di sportswear di lusso. Tra i capi più iconici della collezione troviamo tute oversize, felpe, t-shirt, sneaker ma anche borse e altri accessori.



6. moda sportiva nella cultura di massa

Tik Tok e il Bloke core

La tendenza più forte degli ultimi anni è anche la più facile da seguire: basta una maglia da calcio. E no, non serve neanche saperne molto di fuorigioco e classifica del campionato. Questa tendenza ha un preciso nome: Bloke Core. A lanciarla, ancora una volta, è stato TikTok, fervido incubatore di sottoculture e micro-trend: hanno fatto il resto star come Kim Kardashian e Emily Ratajkowski, ma soprattutto il sentimento di appartenenza e di euforia che i tifosi di calcio conoscono bene. Il Bloke Core è un fenomeno nato dall'incontro tra calcio, moda e cultura urbana. Il nome richiama i quartieri popolari,

spesso caratterizzati da palazzi in cemento e spazi aperti dove il calcio è da sempre uno degli elementi centrali della socialità. In questi contesti, le maglie da calcio hanno acquisito un significato che va oltre il semplice abbigliamento sportivo, diventando simboli di appartenenza, identità e status.

Negli anni '90 e 2000, i giovani delle periferie europee, soprattutto in città come Londra, Parigi e Milano, hanno iniziato a indossare maglie da calcio vintage abbinate a jeans larghi, giacche streetwear e sneakers di tendenza. Questo stile, inizialmente legato a un'estetica da strada, ha iniziato a diffondersi sempre di più grazie alla contaminazione con il mondo della moda. Il fenomeno ha trovato terreno fertile anche tra gli artisti hip-hop, che hanno adottato le divise calcistiche come elemento distintivo del loro look. Rapper come Travis Scott e Central Cee sono spesso apparsi con maglie di squadre

sportive, contribuendo a rafforzare il legame tra sport e cultura urban. Allo stesso modo, Drake ha più volte indossato divise retrò di squadre europee, rendendole parte integrante della sua estetica. Parallelamente, anche il mondo della moda ha iniziato a guardare al calcio come fonte di ispirazione. Negli ultimi anni, numerosi brand hanno lavorato a collaborazioni esclusive con club e marchi sportivi per reinterpretare l'abbigliamento calcistico in chiave fashion.



**Kim
Kardashian,**
(Los Angeles,
21 ottobre 1980)
personaggio
pubblico.

**Marcus
Thuram,**
(Parma, 6
agosto 1997)
calciatore
francese.



Negli ultimi anni, TikTok è diventato il principale motore delle tendenze globali, rivoluzionando il modo in cui le mode nascono e si diffondono. A differenza dei media tradizionali o delle passerelle, che storicamente dettavano le regole dello stile, oggi le tendenze emergono dal basso, grazie a contenuti virali creati da utenti comuni, influencer e celebrità. Il format rapido e immediato di TikTok, unito al suo algoritmo capace di amplificare contenuti in modo esponenziale, ha reso possibile la nascita di veri e propri movimenti culturali in tempi record. In questo scenario, il Bloke Core è esploso proprio

grazie ai social network, trasformandosi da una sottocultura street a un fenomeno globale che ha influenzato moda, musica e lifestyle. TikTok ha avuto un ruolo determinante nella popolarità del Bloke Core, portando alla ribalta l'uso delle maglie da calcio vintage abbinate a capi streetwear. Gli utenti hanno iniziato a mostrare i propri outfit con divise retrò, spesso legate a squadre iconiche degli anni '90 e 2000, come il Manchester United di Beckham, il Milan di Maldini o il Barcellona di Ronaldinho. Video con hashtag come #BlokeCore, #FootballFashion e #StreetwearCulture hanno accumulato milioni

di visualizzazioni, contribuendo a trasformare questa estetica in una vera e propria tendenza mainstream. Il fascino nostalgico di queste maglie, unito alla voglia di distinguersi con uno stile autentico, ha spinto migliaia di giovani a cercare pezzi vintage nei mercatini, nei negozi di seconda mano. TikTok ha reso il Bloke Core più accessibile e democratico rispetto alle tendenze tradizionali della moda. Mentre il lusso e lo streetwear di fascia alta spesso richiedono un investimento economico significativo, il Bloke Core può essere adottato da chiunque, semplicemente recuperando vecchie maglie o riadattando

quelle moderne in chiave personale. Questo ha contribuito a rendere il fenomeno ancora più radicato nella cultura giovanile, consolidando lo sport come uno dei più potenti strumenti di espressione anche nell'era digitale.





7. Casi studio

F.C. Dorsum



F.C. Dorsum è un brand con sede a Los Angeles, concepito attorno a un club di calcio fittizio, con l'obiettivo di colmare il divario tra il calcio e la moda. Il nome deriva dalla parte superiore del piede utilizzata per produrre un tiro potente nel calcio. Il logo del club si ispira al Dorsum, un genere di falene, scelto come mascotte per rappresentare i giocatori e i fan attratti dalle luci brillanti del giorno della partita. Le cinque stelle nel logo simboleggiano le cinque settimane di aspettativa di vita di una falena, rappresentando il percorso di un calciatore. Il brand ha lanciato diverse collezioni che fondono elementi culturali e calcistici. Ad esempio, la collezione "Visit Korea" comprende tre kit basati su modelli Nike:

Home Kit

Presenta una base blu navy con la scritta “Visit Korea” in evidenza nella posizione dello sponsor principale.



Away Kit “Hanbok”

Ispirato all’hanbok, l’abbigliamento tradizionale coreano, che riflette l’eredità culturale della Corea.



Third Kit “Jageh”

Ispirato alla madreperla, con motivi realizzati da frammenti tagliati dall’interno di una conchiglia di abalone, richiamando l’artigianato coreano degli anni ’60-’80.





Midnight Market



F.C. Dorsum



**Nike 96'
Dorsum
S/S Home
Shirt**



Le Ballon



Le Ballon

Le Ballon FC è molto più di un semplice brand di maglie da calcio: è un progetto culturale che fonde il calcio con la moda, l'arte e la vita notturna. Nato a Parigi, Le Ballon incarna una visione alternativa del calcio, lontana dagli stadi tradizionali e più vicina agli ambienti creativi e urbani. Più che una squadra, Le Ballon è un collettivo aperto, dove giocatori, designer, creativi e appassionati si uniscono per celebrare il calcio in modi non convenzionali. Non si tratta solo di giocare, ma di vivere il calcio attraverso eventi, collaborazioni e design innovativi. Le loro maglie e collezioni sono influenzate dalla streetwear e dalla moda contemporanea. Collaborano spesso con brand e designer emergenti per creare divise uniche che riflettono l'identità del club e la sua connessione con il mondo dell'arte e dello stile.

The FIFA 21 Ultimate Shirt

Questa maglia, inizialmente introdotta nel videogioco FIFA 21, è stata successivamente realizzata per l'uso reale. Caratterizzata da un design con trasparenze grafiche ispirate agli elementi visivi del gioco, è realizzata con un tessuto ultra leggero e traspirante.



Le Ballon x DYNE

Questa maglia è il risultato della collaborazione tra Le Ballon FC e DYNE, un brand di Portland noto per la sua innovazione nei tessuti tecnici e nelle tecnologie senza cuciture. Questa maglia è un perfetto esempio dell'approccio innovativo di Le Ballon FC, che combina estetica, tecnologia e cultura urbana in un unico capo da calcio.



Le Ballon x DYNE

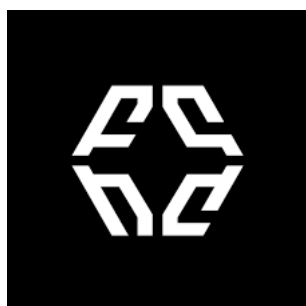
Nel 2017, Le Ballon torna a collaborare con il brand DYNE e l'azienda Avery Dennison per creare una maglia a righe con diverse tonalità di grigio. Questo design rappresenta un equilibrio tra l'estetica distintiva di Le Ballon e la funzionalità tecnica di DYNE.







Nivelcrack



NVLCRK

NIVELCRACK è un brand e studio creativo con sede a Seoul che si specializza nell'intersezione tra calcio e moda. Il nome "NIVELCRACK" deriva dallo spagnolo e significa "calciatore di altissimo livello". La filosofia del brand si basa sulla combinazione della cultura calcistica con la moda, creando prodotti e contenuti di alta qualità che ispirano sia dentro che fuori dal campo. Attraverso una reinterpretazione unica, NIVELCRACK mira a fondere l'estetica streetwear con elementi sportivi, offrendo capi come maglie leggere, pantaloncini e t-shirt che riflettono questa fusione. Il brand vanta anche una collaborazione con il Venezia, squadra di Serie A, per la quale ha realizzato una collezione dal taglio semplice e grafiche piene, con una strizzata d'occhio agli ornamenti tipici del Rinascimento presenti nella città della Laguna.

Nivelcrack x Venezia Track

Jacket

Giacca sportiva caratterizzata dai colori sociali del Venezia FC, con un design che richiama lo stile degli anni 2000. Le ampie sezioni a tinta unita e le linee pulite conferiscono un aspetto retrò ma contemporaneo.



Nivelcrack x Sevmid - Jersey

La collaborazione tra Nivelcrack e SEVMID ha dato vita a una collezione che celebra le culture calcistiche di Corea e Indonesia. Ispirata a Shin Tae Yong, attuale allenatore della nazionale indonesiana, la collezione reinterpreta la maglia del 1994 dell'Ilhwa Chunma, indossata da Tae Yong durante la sua carriera nel club.



Cafe Nivelcrack - Bangkok Jersey

La Bangkok Jersey è una maglia esclusiva creata da Café Nivelcrack, un'estensione del brand sudcoreano Nivelcrack, noto per fondere la cultura calcistica con la moda contemporanea. Questa maglia rappresenta un omaggio alla città di Bangkok e alla sua vibrante cultura calcistica.





VENEZIA FC & NIVELCRACK

Promo code 56
NIVELCRACK23VENEZIA
on shop.venezia.it



SEVMID NVLCRK



8. identità visiva

“Beyond The Pitch”

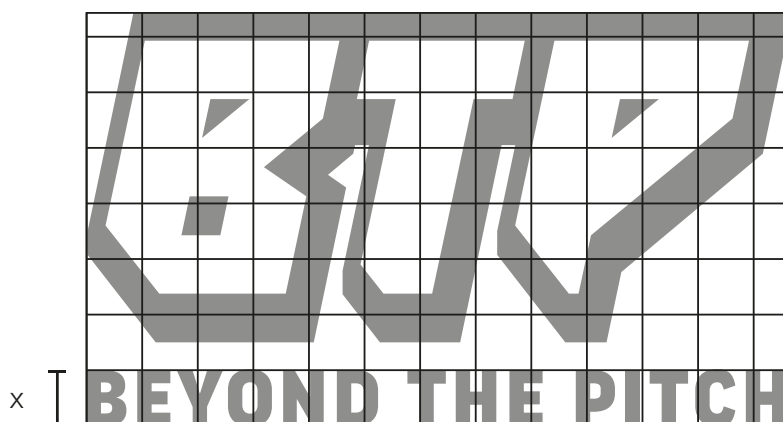
Logo



RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: 000000



RGB: 225, 225, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0
HEX: ffffff



Font look book

Kaneda Gothic Black (grandezza e interlinea variabili)

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

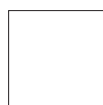
Helvetica Neue Regular (12 pt. interlinea 14,4 pt.)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Varianti base del logo

Le varianti di logo presentate sono quella nero su bianco, maggiormente usata, e quella bianco su nero.



RGB: 225, 225, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0
HEX: ffffff



RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: 000000



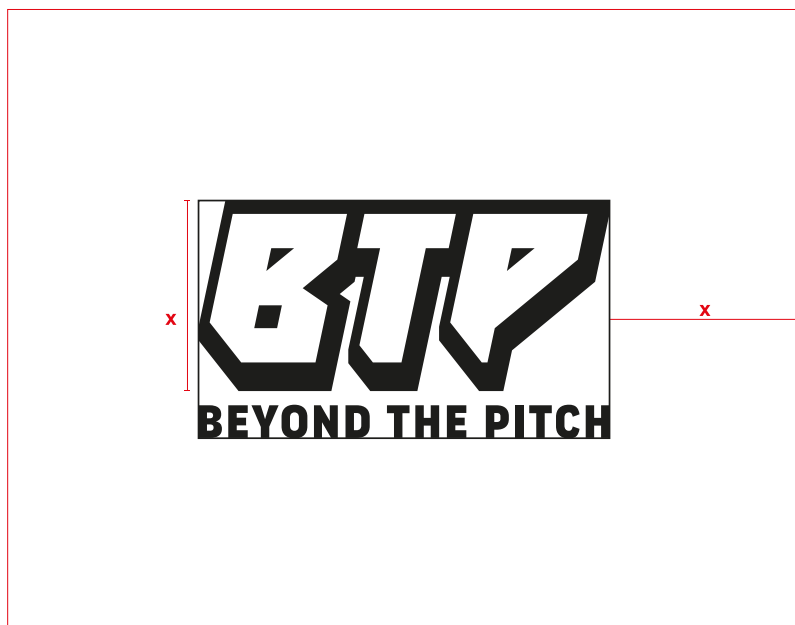
RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: 000000



RGB: 225, 225, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0
HEX: ffffff

Area di rispetto

Le dimensioni dell'area di rispetto sono state misurate prendendo come unità di misura l'altezza delle logo BTP.



Biglietto da visita

dim. 85 x 55 mm



RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: 000000

RGB: 225, 225, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0
HEX: ffffff



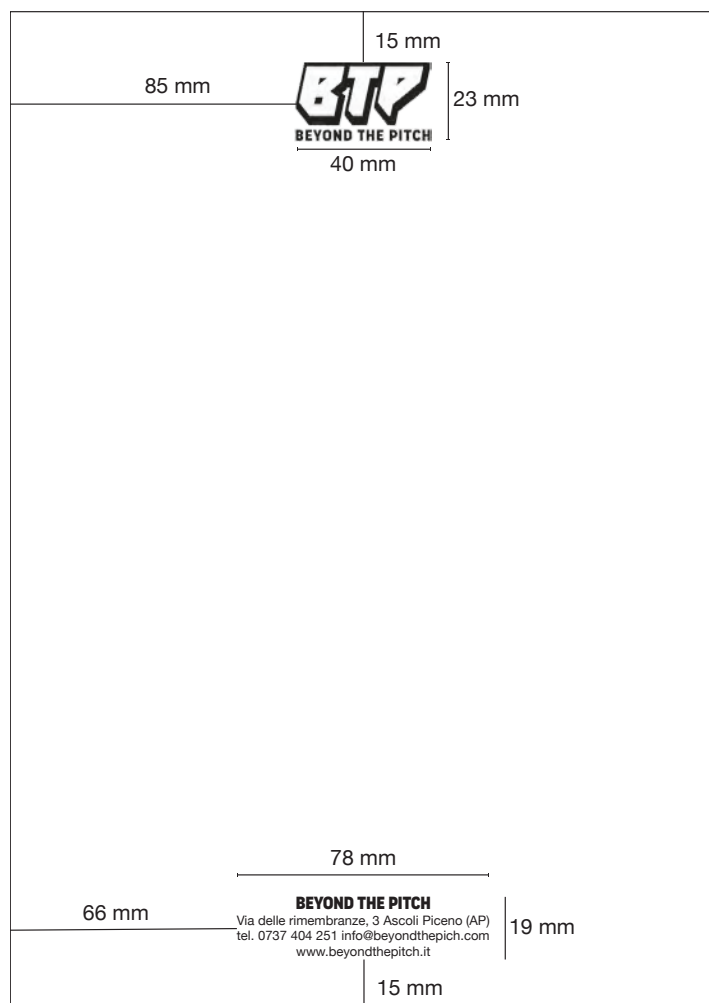
RGB: 225, 225, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0
HEX: ffffff

RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: 000000



Carta intestata

dim. 210 x 297 mm (A4)



RGB:
0, 0, 0
CMYK:
0, 0, 0, 100
HEX:
000000



BEYOND THE PITCH

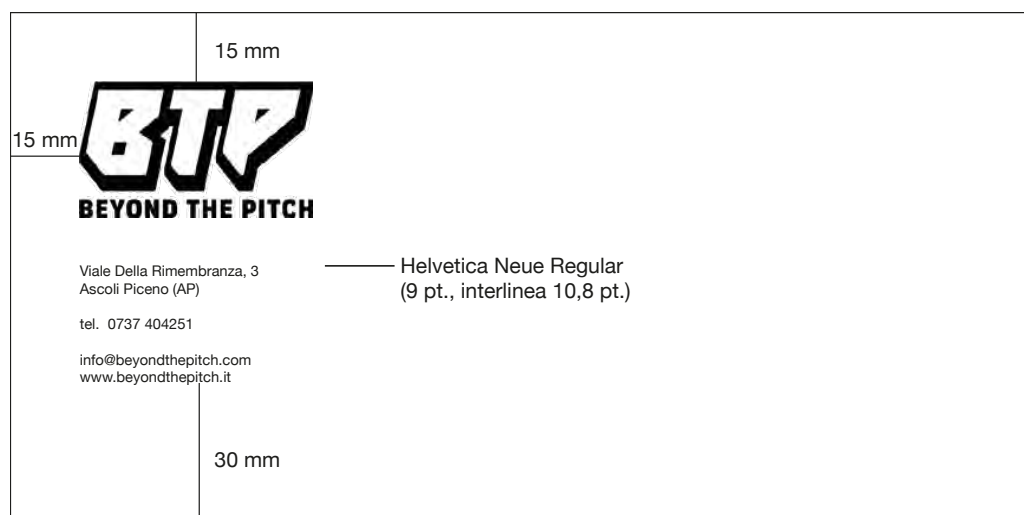
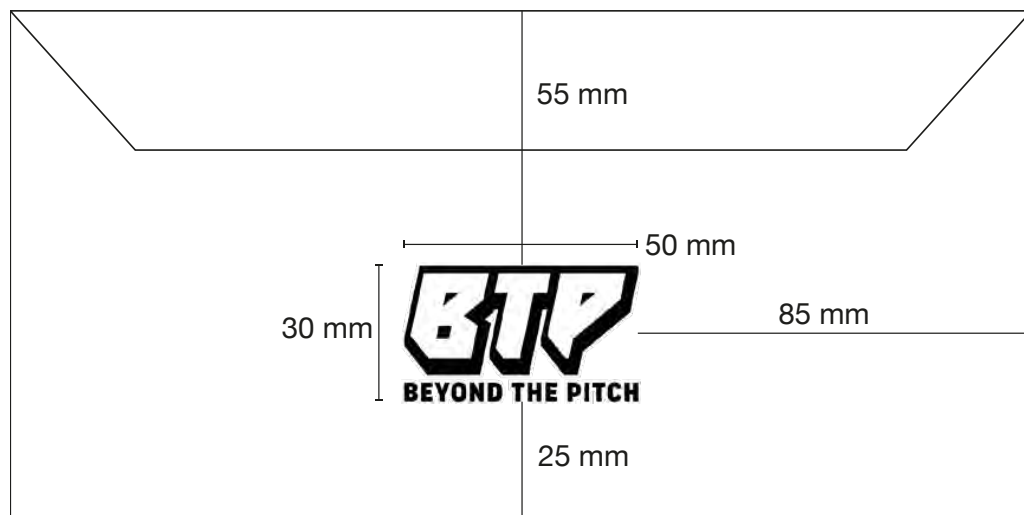
Via delle rimembranze, 3 Ascoli Piceno (AP)
tel. 0737 404 251 info@beyondthepitch.com
www.beyondthepitch.it

Busta da lettere

dim. 220 x 110 mm (DL)



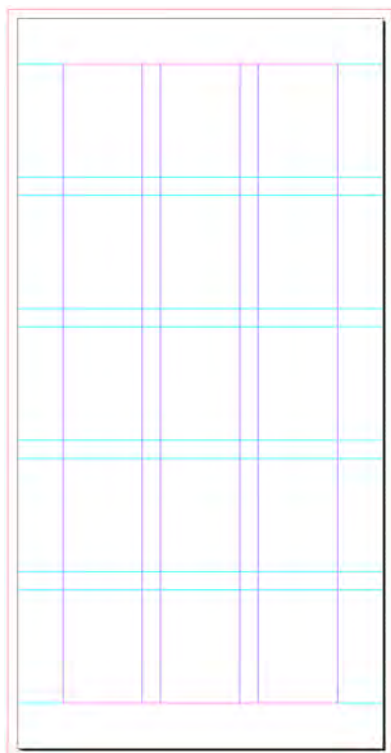
RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: 000000





Cartellino capi d'abbigliamento

dim. 40 x 80 mm



RGB:
0, 0, 0
CMYK:
0, 0, 0, 100
HEX:
000000

Formato: 40 x 80 mm
Margine sup.: 5 mm
Margine inf.: 5 mm
Margine est.: 5 mm
Margine int.: 5 mm



RGB:
225, 225, 255
CMYK:
0, 0, 0, 0
HEX:
ffffff

Numero righe: 5 (d. 2 mm)
Numero colonne: 3 (d. 2 mm)
Dimensioni griglia:
30 x 70 mm
Abbondanza: 1 mm



Progetto grafico dei capi della collezione

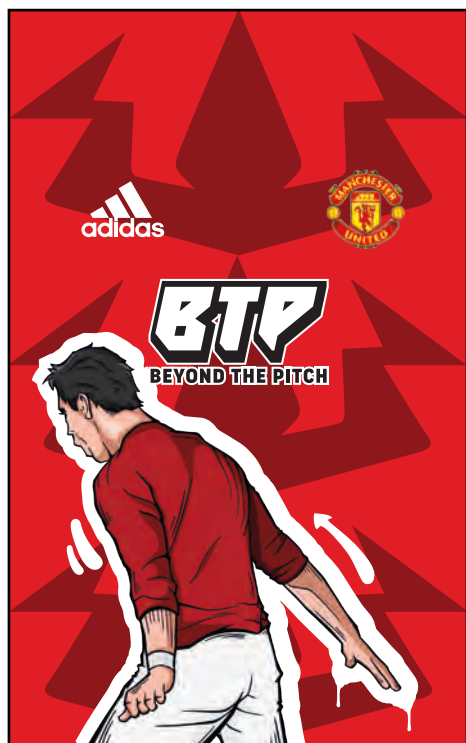
I capi da collezioni sono stati realizzati mettendo in primo piano un'illustrazione dei calciatori scelti come protagonisti della "LEG3NDS" Collection. Le illustrazioni sono state realizzate a mano. Ogni jersey realizzata è caratterizzata da una texture riguardante la squadra di appartenenza. La jersey di Lautaro Martínez è stata realizzata utilizzando una texture pitonata che richiama quella del "biscione", simbolo dell'Inter. Per la jersey di Cristiano Ronaldo invece, la grafica scelta prevede una ripetizione di un elemento a tridente, simbolo del diavolo del Manchester United. Infine per la jersey di Ronaldinho è stata inserito un pattern moderno che rievoca i tratti esotici del Brasile.



Back wild regular

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



Sectar Regular

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

0123456789





Glass Water Regular

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

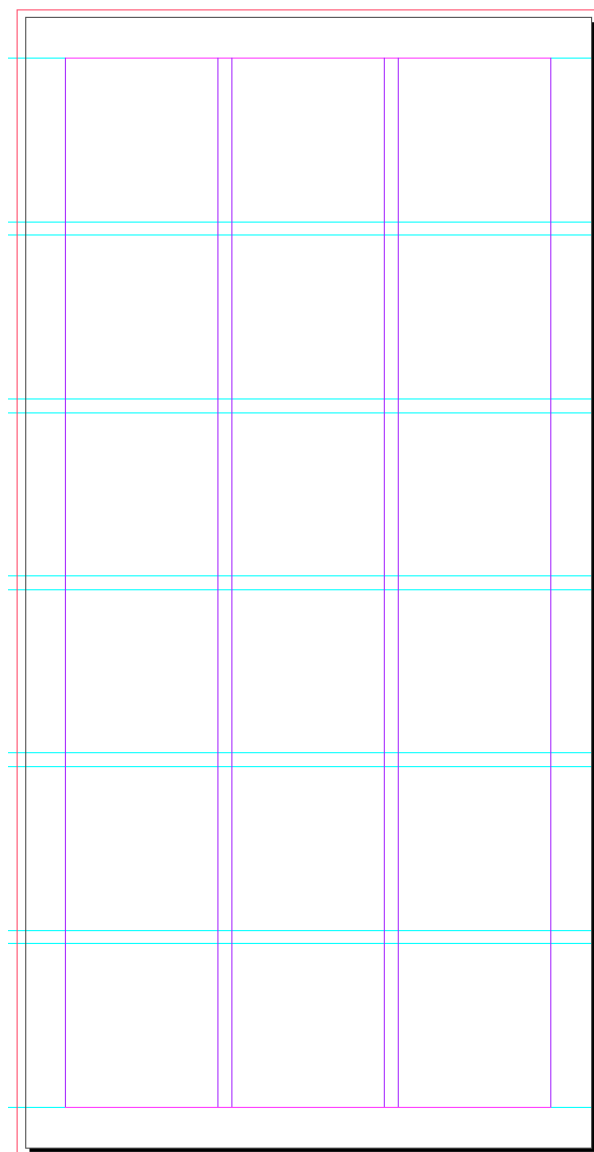








Manifesti



Formato: 210 x 420 mm

Margine sup.: 20 mm

Margine inf.: 20 mm

Margine est.: 20 mm

Margine int.: 20 mm

Numero righe: 6 (d. 5 mm)

Numero colonne: 3 (d. 5 mm)

Dimensioni griglia:

170 x 380 mm

Abbondanza: 3 mm



Pantone 6C
CMYK:
0, 0, 0, 100
HEX:
000000



CMYK:
0, 0, 0, 0
HEX:
ffffff

Kaneda Gothic Black (68 pt.
interlinea 81,6 pt.)

Kaneda Gothic Bold (30 pt.
interlinea 36 pt.)

Kaneda Gothic Regular
(30 pt., interlinea 36 pt.)

BTP
BEYOND THE PITCH



**“LEG3NDARY”
COLLECTION 2025**

9 APRILE 2025
ore 14.00

PALAZZO DEI CAPITANI
Ascoli Piceno

BTP
BEYOND THE PITCH

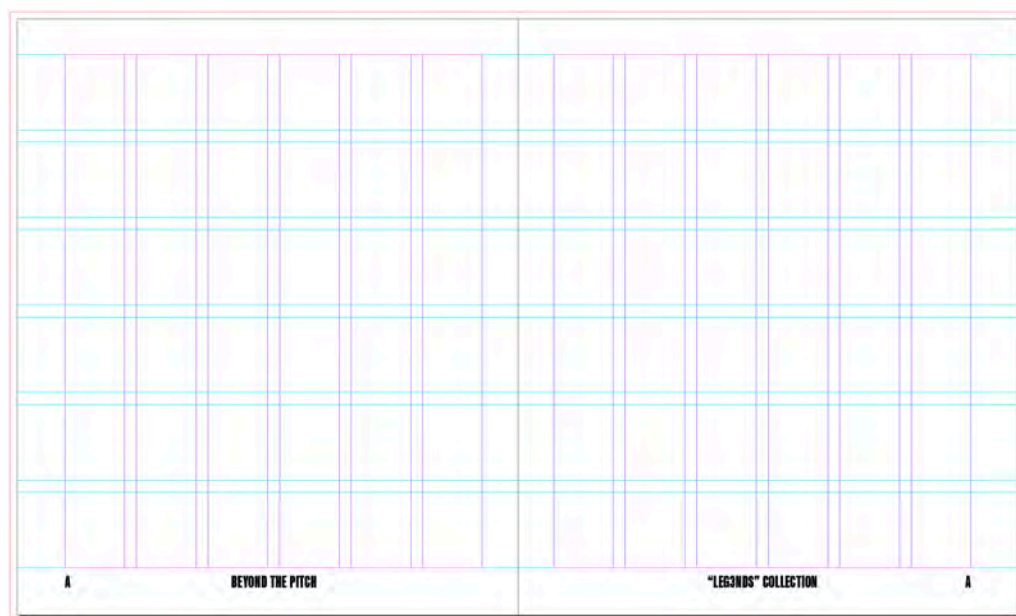


**“LEG3NDARY”
COLLECTION 2025**

9 APRILE 2025
ore 14.00

PALAZZO DEI CAPITANI
Ascoli Piceno

Progetto grafico del lookbook



Formato: 210 x 250 mm

Margine sup.: 20 mm

Margine inf.: 25 mm

Margine est.: 20 mm

Margine int.: 15 mm

Numero righe: 6 (d. 5 mm)

Numero colonne: 6 (d. 5 mm)

Dimensioni griglia:

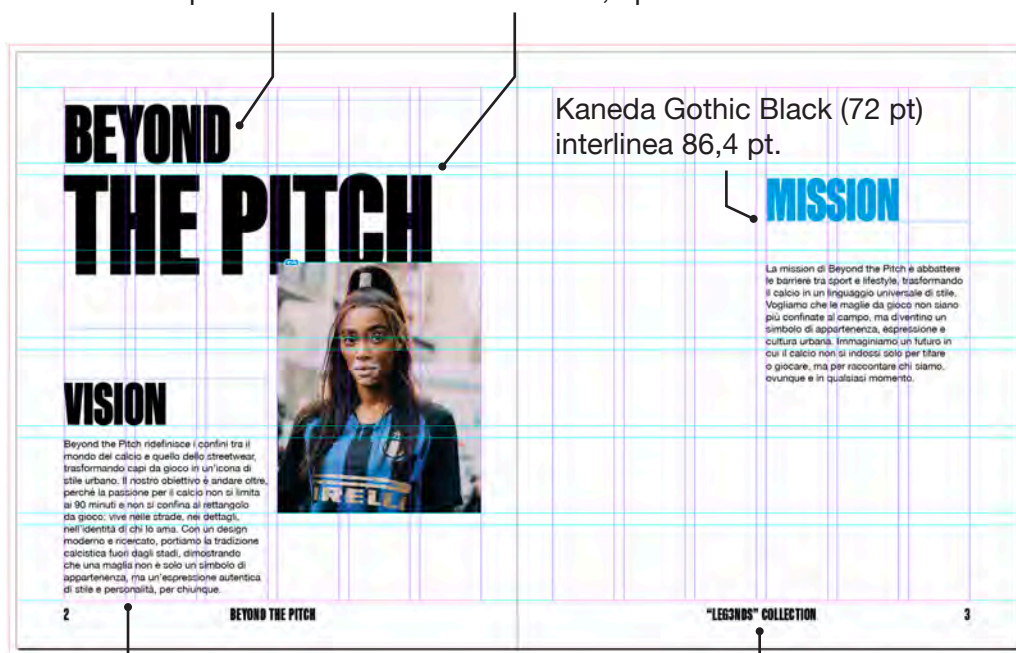
175 x 210 mm

Abbondanza: 3 mm

Kaneda Gothic Black (100 pt.)
interlinea 120 pt.

Kaneda Gothic Black (172 pt.)
interlinea 206,4 pt.

Kaneda Gothic Black (72 pt.)
interlinea 86,4 pt.



Helvetica Neue regular (12 pt.)
interlinea 14,4 pt.

Kaneda Gothic Black (20 pt.)
interlinea 24 pt.

I font utilizzati sono Kaneda Gothic Black per i titoli (grandezza variabile) ed Helvetica Neue regular per il corpo dei testi. La scelta dei due font si basa sulla combinazione di

elementi ad alto impatto visivo ad altri meno marcati ma più puliti.

Pagine affiancate

LAUTARO "IL TORO" MARTINEZ



Quando Lautaro Martinez è sbarcato a Milano nel 2018, era una giovane promessa con il fuoco negli occhi e il cuore da guerriero. In pochi anni, il Toro è diventato il simbolo dell'Inter, crescendo stagione dopo stagione fino a diventare un leader assoluto. Con la sua fame di vittoria, ha guidato i nerazzurri alla conquista dello Scudetto nella stagione 2020/21 e 2023/2024, per poi continuare a lasciare il segno in campo nazionale e internazionale. Con le sue prestazioni straordinarie in Europa, è diventato il miglior marcatore dell'Inter in Champions League, dimostrando di essere un attaccante implacabile nei palcoscenici più importanti. Oggi è il capitano, il trascinatore, l'anima pulsante di una squadra che lotta sempre per la gloria. Lautaro non è più solo un attaccante: è un simbolo, un guerriero che non molla mai, pronto a scrivere nuove pagine di storia nerazzurra.

8

BEYOND THE PITCH



"LEGENDS" COLLECTION

9

CRISTIANO "CR7" RONALDO



Quando Cristiano Ronaldo è arrivato a Manchester nel 2003, era un talento grezzo con tecnica sopraffina e ambizione sconfinata. In pochi anni, sotto la guida di Sir Alex Ferguson, è esploso fino a diventare una macchina da gol e un'icona mondiale. Con il suo mix letale di velocità, potenza e classe, ha trascinato lo United alla gloria europea e nazionale, vincendo tre Premier League consecutive e conquistando nel 2008 la Champions League, con un'annata straordinaria da 42 gol. Quello stesso anno, ha alzato il suo primo Pallone d'Oro, consacrandosi come il miglior giocatore del mondo. A Manchester, CR7 non è stato solo un fenomeno in campo, ma un'ispirazione per un'intera generazione, cambiando per sempre la storia dei Red Devils. Da giovane promessa a leggenda vivente, il suo nome resterà per sempre legato ai momenti più iconici della storia del calcio.

12

BEYOND THE PITCH



"LEGENDS" COLLECTION

13

RONALDINHO

"GAUCHO"

Quando Ronaldinho ha indossato la maglia del Brasile, il calcio ha smesso di essere solo uno sport ed è diventato puro spettacolo. Con il suo talento magico, il sorriso sempre stampato sul volto e una tecnica fuori dal comune, ha fatto innamorare il mondo intero. Il suo momento di consacrazione è arrivato nel Mondiale 2002, dove ha incantato con giocate impossibili, come la leggendaria punizione da centrocampista contro l'Inghilterra. Con gol, assist e fantasia senza limiti, ha trascinato la Seleção alla vittoria della quinta Coppa del Mondo, diventando un simbolo del "joga bonito". Ma Ronaldinho non era solo un fuoriclasse: era l'anima del calcio brasiliano, capace di unire arte e vittoria, leggerezza e determinazione. Ogni volta che toccava il pallone, trasformava il gioco in magia, lasciando un'eredità indelebile nella storia del calcio.



16

BEYOND THE PITCH



"LEG3NDS" COLLECTION

17

"LEG3NDS"

COLLECTION

Questa collezione rappresenta l'incontro perfetto tra il mondo del calcio e lo streetwear, unendo design, arte e versatilità. Ogni maglia mantiene gli elementi iconici di una classica jersey da gioco, ma si distingue per un'illustrazione che aggiunge un tocco artistico e distintivo, trasformando il capo in un'espressione autentica di stile. Più di una semplice divisa sportiva, la "LEG3NDS" Collection è un manifesto di identità, stile e cultura.



4

BEYOND THE PITCH

"LEG3NDS" COLLECTION

5

9. Sitografia

Dirk Bikkembergs e l'invenzione del calcio-moda

<https://www.nss-sports.com/it/lifestyle/18591/bikkembergs>

Tennis, il dress code dal 1902 a oggi

<https://www.amica.it/2014/10/20/tennis-il-dress-code-dal-1902-a-oggi/>

Sportswear: l'intreccio tra sport e moda

<https://www.istitutomarangoni.com/it/tribune/sportswear-l-intreccio-tra-sport-e-moda>

Tutti gli sportivi più cool che sono anche icone di stile

<https://www.iconmagazine.it/style/tutti-gli-sportivi-piu-cool-che-sono-anche-icone-di-stile/>

Le Air Jordan 1 Chicago: un'icona della moda e della cultura urbana

https://plug-shop.com/blogs/plug-magazine/le-air-jordan-1-chicago-uniconna-della-moda-e-della-cultura-urbana?srltid=AfmBOopzk_IpVfK2ZYPG9h2O_VmHzwC3SGlq99oScrtXuAA2gZTMABm5

David Beckham: dal calcio alla moda

<https://www.fanpage.it/stile-e-trend/moda/david-beckham-dal-calcio-alla-moda-diventa-designer-di-boss/>

Lo stile di Cristiano Ronaldo

<https://www.gqitalia.it/moda/trend/2018/07/16/lo-stile-di-cristiano-ronaldo>

I migliori look di Lewis Hamilton, che ha reso la F1 un evento di moda

<https://www.iconmagazine.it/style/i-migliori-look-di-lewis-hamilton-che-ha-reso-la-f1-un-evento-di-moda/>

Moda e sport non sono mai stati così uniti

<https://mowmag.com/fashion/moda-e-sport-non-sono-mai-stati-cosi-uniti-come-lo-streetwear-luxury-ha-cambiato-il-mondo-delle-collaborazioni>

Jordan Wings x Paris Saint-Germain

<https://about.nike.com/it/newsroom/releases/jordan-wings-x-paris-saint-germain-combine-football-culture-and-luxury-in-new-streetwear-line>

F.C. Dorsum

<https://www.fcdorsum.com>

Le Ballon

<https://www.leballonfc.com/look-books>

Nivelcrack

<https://en.nivelcrack.com>