la Rassegna.it
Fondata nel 1906

4 Marzo 2015

rve il dress code

I muscoli che tremano, le gambe molli e la certezza che per liberarmi di questi dolori dovrò aspettare almeno un altro paio di giorni. No, non sono stata malmenata. Ho solo partecipato ad una lezione di Pilates reformer, quelle con il carrello e le funi, tanto per capirci. So infatti che – oltre a fare molto bene alla mia schiena e a compensare le 9 ore passate alla scrivania – il dolore lascerà spazio ad un gran senso di benessere, ma dovrò aspettare qualche ora. E poi come si dice in inglese, no pain, no gain.

Parlo di Pilates, ma potrei parlare di un'infinita varietà di discipline che da alcuni anni a questa parte, stanno arricchendo e personalizzando il panorama del Fitness londinese. L'industria della remise en forme cresce a doppia cifra e in modo stabile da alcuni anni. La parole chiave sono due: diversificazione e personalizzazione. Dallo yoga tra le nuvole, che si fa il sabato ai piani alti dello Shard (http://www.the-shard.com/) al training che emula quello dell'esercito inglese (https://www.britmilfit.com), passando dalle lezioni sempre piene dell'americano e muscolosissimo Barry Bootcamp (http://www.barrysbootcamp.com/london/location).

La domanda per queste attività è inarrestabile: il tempo medio che un corso impiega per registrate il sold out è di soli 6 minuti. Nella città che corre sempre, chi conta, o vuole contare, si muove. Il Sunday Times ha lanciato una campagna dal titolo Fit not thin, con tanto di hashatg onnipresente e testimonials semi-famosi. I brand della moda, dopo essere entrati con grandi sforzi nel territorio del consumo di massa come i profumi, la cosmetica e gli accessori, hanno trovato un nuovo territorio da esplorare al massimo. La clientela, affluente, vede lo sport come una parte dello stile di vita, e coinvolge l'alimentazione, lo sport e quello che si indossa mentre si mangia e ci si muove. Frullati proteici e salutisti vanno a braccetto con l'abbigliamento casual chic. In pochi mesi sono infatti nati il sito net-a-sporter.com, la versione di abbigliamento sportivo del colosso dello shopping firmato on line, e hanno aperto un negozio elegante a Chelsea del marchio Lulu Lemon è stato aperto http://www.lululemon.co.uk/, che negli USA ha un seguito degno di una setta religiosa. Il negozio apre i battenti nella rinomata Chelsea con un'inaugurazione degna di una boutique di Prada. Non c'erano le modelle a sfilare, ma belle ragazze fasciate in abiti sportivi a fare yoga in vetrina. All'interno cameriere e camerieri atletici e con sorrisi americani e bianchissimi – perfetta incarnazione del brand – a servire sushi e prosecco. Se fino a qualche anno fa la maglietta larga sponsorizzata dalla falegnameria locale andava benissimo per fare sport, adesso nulla viene lasciato al caso, esiste un dress code anche per sudare, che si vada a correre al parco o a sollevare pesi in palestra.