

اشاره:

حضور موثر و گسترده طراحان در صنعت پوشاک طی سال‌های اخیر بیانگر این واقعیت بوده است که شناسایی سلايق مصرف کننده و تأمين خواسته‌های مشتري بدون سرمايه گذاري در صنعت مد غير ممكن است. پوشاک ورزشی از جمله صنایعی بوده است که در سال‌های اخیر، تحولات گسترده‌ای را هم در حوزه طراحی و مد و هم در حوزه کیفیت مواد اولیه مصرفی تجربه کرده است. فعالیت‌های تحقیقاتی در حوزه مهندسی الیاف، پارچه، دوخت، رنگرزی و تکمیل در جهت بهبود کارایی و اثر بخشی منسوجات ورزشی و همچنین به کارگیری گسترده طراحان در ایجاد تنوع در پوشاک ورزشی بیانگر بازار رو به رشد این منسوجات در دنیای امروز است. یکی از حوزه‌های جدید در صنعت پوشاک ورزشی که در سال‌های اخیر مورد توجه جدی قرار گرفته است تولید پوشاک «ورزشی گونه» (Athleisure) می‌باشد.

نظر به اهمیت موضوع و گرایش بازار به استفاده از این گونه پوشاک مناسب دیدیم گفت‌وگویی با نماینده نمایشگاه پریمیر ویژن در ایران داشته باشیم تا اطلاعات بیشتری در این خصوص در اختیار خوانندگان محترم قرار دهیم؛ با این توضیح که البسه ورزشی گونه یکی از گرایش‌های پر استقبال این نمایشگاه در سال‌های اخیر بوده است.



گرایش جدیدی در حوزه پوشاک؛ انتلاف مد و ورزش



گفت‌وگو با تهمینه مولانا - نماینده PREMIEREVISION در ایران

آیا پیشرفت‌ها و تحولات اخیر در صنعت پوشاک ورزشی محصول ارتباط مد و ورزش در سال‌های اخیر است؟
از دیدگاه من برعکس، پیوند و ارتباط میان ورزش و مد از گذشته وجود داشته و امروز به نقطه کمال رسیده و این دو تحت تاثیر یکدیگر قرار گرفته‌اند. نگاهی به مشتریان پوشاک از بازار عمده تا لوکس بیندازید، همه به لباس اسپرت یا همان ورزشی نیاز دارند. پوشاک اسپرت یا ورزشی، طوری در میان پوشش مردم جای پیدا کرده که مثلاً تلفیق کفش ورزشی با لباس عادی بسیار متداول است. اگر کسی علاقمند به شیک پوشی باشد و حداقل اطلاعاتی هم از ورزش داشته باشد ابدأ از تاثیر ورزش بر مد متعجب نمی‌شود. بسیاری طرح‌های

پوشاک «ورزشی گونه» دقیقاً به چه البسه‌ای گفته می‌شود؟
گرایش «ورزشی گونه» در کلام ساده یعنی؛ لباس‌های ورزشی در فعالیت‌های غیرورزشی، در محل کار در مدرسه یا اصولاً هر موقعیت غیررسمی پوشیده شوند. شلوارهای یوگا و بدن سازی، کفش‌های به اصطلاح کتان، تی شرت رشته‌های متنوع ورزشی همگی نمونه‌های مورد استفاده مردم هستند. این گرایش به مثابه جنبشی تازه در عرصه مد نیز وارد شده است. ناگفته نماند که صنعت نساجی هم زمینه بهبود و توسعه این فرآیند و چند کاربردی شدن پوشاک ورزشی را هموارتر ساخته است.

به نظر می‌رسد استقبال طراحان از حوزه طراحی پوشاک ورزشی در دهه‌های اخیر موجب تحولات جدی در این حوزه گردیده است دیدگاه شما در این خصوص چیست؟
الهام‌گیری و خلاقیت دو شاخصه «مد» محسوب می‌شوند و در فرآیند الهام‌گیری، خط و مرزی متصور نیست. لیکن اینکه گاه منشا الهام بخشی به گونه‌ای تاثیرگذار گردد که با روزمره مردم عجین شود نکته قابل تامل و بی‌شک پتانسیلی قابل توسعه خواهد بود. در حوزه مد و پوشاک در سال‌های اخیر نظر طراحان پارچه و لباس به سوی الگو گرفتن از لباس‌های ورزشی جلب شده و عملاً گرایش جدیدی تحت عنوان «ورزشی گونه» در دنیای مد به ظهور رسیده است.



پذیری برایشان مهم است و در نهایت اینکه به قدر کافی برای پوشیدن در انظار عمومی شیک باشند.

نوآوری‌های اخیر در پارچه سبب شده تا برندهای طراح لباس‌های ورزشی‌گونه بر تکنولوژی‌های قابل پوشیدن هم سرمایه‌گذاری‌هایی انجام دهند.

« برای آشنایی بیشتر مخاطبان با گرایش‌های ورزشی‌گونه، تعدادی از برندهای پوشاک که در این حوزه فعال هستند را نام ببرید.

برندهای مشهوری همچون Chanel، Dior، Louis Vuitton، Fendi، éCloh، èsHerm، Stella McCartney، Alexander Wang، Balenciaga، Emilio Pucci، و شماری دیگر تاکنون محصولات لباس، کفش و تجهیزات جانبی را ارائه کرده‌اند و استقبال بسیار مطلوبی هم از آنها شده است.

« قیمت‌گذاری در لباس‌های ورزشی‌گونه به چه صورت است؟

به لحاظ قیمت، حتی در سطح معمولی، قیمت با تکنولوژی به کاررفته در پارچه و مواد اولیه کاملاً توجیه‌پذیر است. همین موضوع سبب پتانسیل شگرف این حوزه می‌شود چراکه در نهایت خریدی مفید و منطقی محسوب می‌شود.

« چشم‌انداز شما در خصوص تعامل ورزش و مد در آینده چیست؟

در حال حاضر، تلفیق مد با ورزش فراتر از یک گرایش عادی رفته و شاید وارد یک نقطه‌ی اوج شده است. تصور می‌کنم که بخشی از ورزش به طوردائم در دنیای مد رخنه می‌کند. طراحان پوشاک «ورزشی‌گونه» در تلاشند تا تعادلی بی‌نقص بین عملکرد و زیبایی‌شناسی برقرار کنند. باید باور کنیم مد همانقدر که پویا و کاربردی است، آزاد و آسان‌گیرانه هم هست. مصرف‌کنندگان نسل امروز، نسلی که هم شلوار خوش‌دوخت و هم سوئی‌شرت کلاه‌دار را می‌پوشد، تناقضی میان مد و ورزش قائل نمی‌شود.

لباس که برای فعالیت‌های ورزشی استفاده دارند اکنون تبدیل به کالایی شیک و متداول برای عموم هم شده‌اند. لباس‌های تنیس و بسکتبال، انواع کفش‌های ورزشی بخشی از کمد لباس افراد عادی شده‌اند. دقت کنید؛ لباس‌ها را ابتدا ورزشکاران پوشیده‌اند، سپس طرفدارانشان آنها به تن کرده‌اند و به زودی الهام بخش طراحان مد شده و همگان مصرف‌کننده‌اش شده‌اند، به این ترتیب روند مذکور سال‌های قبل شکل گرفته است.

به نظر من، قهرمانان ورزش به‌طور مستقیم و بی‌واسطه به دنیای مد آمده‌اند. در شوهای لباس ورزشکاران مشهور در صف اول نشستند. شما بارها مشاهده می‌کنید که برندهای معتبر پوشاک برای تیم‌های ورزشی طراحی انجام می‌دهند. اگر ورزشکاری لباس، کفش یا اکسسوری یک برند را استفاده کند عملاً تبلیغ چشمگیری انجام داده و بر اعتبار آن برند افزوده است.

به نظر می‌رسد نسل جدید مدیران هنری در خانه‌های مد، علاقمند به کار با پارچه‌های فنی و موادی هستند که قبلاً خارج از حوزه ورزش از آنها استفاده نمی‌شد. در حال حاضر برعکس گذشته هاست. طراحان قبلاً با مواد اولیه متداول، آشنا و آسان کار می‌کردند، اما اکنون همان طراحان در جستجوی پارچه و متریال جدید و البته فوق‌تکنیکی هستند.

« آیا می‌توان تفکیک روشن و شفافی بین پوشاک «ورزشی‌گونه» و «لباس‌های تکنیکی Wearable Technologies» قائل شد؟

اغلب، واژه ورزشی‌گونه و البسه تکنیکی با هم اشتباه گرفته می‌شوند و در حوزه پوشاک یکی می‌شوند. لیکن در حقیقت دو بازار بسیار متمایز دارند، کاربردهای مختلف دارند، فرهنگ متفاوتی دارند، مصرف‌کنندگان آنها نیز فرق دارند. لباس‌های ورزشی‌گونه به غیر ورزشکاران فروخته می‌شوند یعنی مشتریان علاقمند به مد. مصرف‌کنندگان لباس‌های تکنیکی کسانی هستند که اول به عملکرد لباس ارزش می‌گذارند و همچنین انعطاف