

Quando nel 1894 lo scozzese John Barbour di Galloway iniziò a vendere giacconi in tela cerata nel porto di South Shields, la Football Association inglese e la Football League avevano rispettivamente trentuno anni e sei anni, e nessuno avrebbe immaginato il successo al quale stava andando incontro John Barbour nel mondo degli appassionati del gioco del calcio. E chissà che John Barbour stesso non fosse appassionato del Beautiful Game.

La Federazione scozzese, Scottish Football Association era nata nel 1873 e Archibald Leitch, il grande architetto degli stadi britannici, ancora giovanissimo, si stava formando negli studi e iniziava a pensare a come unire la sua passione per l'architettura e quella per il calcio.

Di lì a breve il football dall'isola d'Albione sarebbe giunto ovunque nella Vecchia Europa e nel mondo; Archibald Leitch avrebbe costruito una ventina di stadi per Football Clubs inglesi e scozzesi (ed essendo morto nel 1939 per fortuna non avrebbe visto la loro demolizione per una legge infame sulla sicurezza risalente al 1989); la reputazione dei prodotti di Barbour sarebbe così cresciuta da ottenere dalla Regina Elisabetta II, da Sua Altezza Reale il Duca di Edimburgo e da Sua Altezza Reale il Principe di Galles, la Royal Warrant of Appointment per aver fornito alla famiglia reale britannica capi d'abbigliamento impermeabili di altissima qualità; e, infine, i prodotti di John Barbour sarebbero diventati oggetti di culto nelle terraces di tutta Europa, a partire proprio da quelle disegnate da Leitch.

Negli anni '80 e '90 del Novecento, giusto un centinaio d'anni dopo la creazione dei primi capi in tela cerata della Barbour, britannici appassionati di calcio, avrebbero viaggiato in tutta Europa con i famosi treni Inter City facendo conoscere ovunque la potenza delle squadre inglesi e delle loro firms, anche nel campo dell'abbigliamento. In Italia, l'esplosione del fenomeno casual procedé quasi di pari passo.

I supporters italiani a contatto con quelli inglesi misuravano l'abbigliamento e i muscoli, rimanendo colpiti dalla sobria 'eleganza' con la quale le firms britanniche occupano lo shed, anche delle altre tifoserie. Purtroppo, dopo la sventurata finale di Coppa dei Campioni dell'Heysel tra Liverpool e Juventus, le squadre inglesi furono a lungo bandite dalle competizioni europee e i contatti si fecero meno consueti.

Qualcuno di noi, già ventenne, iniziò a viaggiare con l'Inter Rail, una forma di viaggio pensata per i giovani che, con pochi soldi riuscivano a coronare i propri sogni d'evasione dalla quotidianità. Era l'occasione buona per raggiungere località lontane e seguire squadre con le quali avevamo sognato, prima giocando a Subbuteo, e poi, dal 1977, seguendo le prime telecronache, trasmesse con il sistema Pal Color. Anni meravigliosi, fatti di calcio ancora dal sapore antico. Negli anni 90 nasce Mentalità Ultras Streetwear. Nasce a Torino, sponda granata. È il segno dei tempi. Mentalità Ultras Streetwear capisce che troppo sta cambiando nel mondo del pallone. Dentro e fuori dal campo. Per questo cerca di ridare al fenomeno del tifo calcistico un orientamento di stile.

Quello stile che negli Ottanta aveva dettato legge.

E subito Mentalità Ultras Streetwear diventa uno dei classici da terrace culture.

Oggi Mentalità Ultras Streetwear, con la felpa che presenta degli inserti in stoffa originale tratta dall'interno del Barbour, propone un capo di abbigliamento che vuole essere una citazione, proprio dedicata al grande scot man di Galloway.

Chissà se John Barbour se lo sarebbe aspettato.



Testo a cura di:
actionnow-playoldstyle.com
Ufficio stampa