
Se l'hijab diventa hi-tech

Autore: Giulia Martinelli

Fonte: Città Nuova

La nota società sportiva ha presentato il primo hijab tecnico, in commercio dalla prossima primavera, in tempo per le Olimpiadi invernali del 2018 in Corea del Sud. Si tratta del progetto “Nike Pro Hijab”, che renderà il famoso marchio di abbigliamento e accessori sportivi ancora più competitivo nei paesi islamici

Da un anno la Nike lavora a un nuovo progetto: “**Nike Pro Hijab**”, per la realizzazione di un hijab tecnico pensato appositamente per le atlete musulmane. L’obiettivo è di mettere in commercio il nuovo velo dal prossimo anno, in tempo per le **Olimpiadi invernali del 2018** in Corea del Sud. Da sempre infatti, si legge sul sito del marchio di abbigliamento sportivo, le atlete musulmane che hanno deciso di gareggiare indossando il velo islamico hanno trovato non poche difficoltà: dalla poca traspirabilità alla pesantezza dell’indumento che rende difficili i movimenti durante gli allenamenti e le gare. Così il team della Nike, grazie anche all’appoggio di alcune atlete olimpioniche, ha cercato di creare un **hijab hi-tech**, in poliestere elastico e traspirante, studiato appositamente per alte prestazioni atletiche e in grado di adattarsi ai diversi sport praticati. Il progetto nasce quindi per richiesta di alcune atlete musulmane, sempre sul sito della Nike si legge: «Amna Al Haddad, specialista di sollevamento pesi degli Emirati Arabi Uniti, ha spiegato come il peso dell’indumento, il continuo spostarsi del tessuto durante i movimenti e la mancanza di traspirabilità le impedissero di concentrarsi sulla gara», per questo il team Nike ha iniziato a pensare a un velo “olimpionico”. A seguire le fasi di produzione sono state atlete come **Zahra Lari**, pattinatrice degli Emirati Arabi Uniti e testimonial del progetto, **Manal Rostom**, allenatrice egiziana di atletica e proprio **Amna Al Haddad**, campionessa olimpionica di sollevamento pesi degli Emirati Arabi. La campagna pubblicitaria punta tutto sullo sport come sinonimo di inclusione e uguaglianza e mentre per molte atlete si tratta finalmente di un’opportunità per poter praticare uno sport amato e contemporaneamente difendere la propria fede, non sono mancate le critiche di chi ha accusato l’azienda di lucrare sulla condizione femminile in alcuni Paesi a maggioranza islamica. Una certezza c’è: la strategia commerciale assicurerà al colosso Nike una grande fetta del mercato sportivo in Medio Oriente.