

La mode fait équipe avec les sports américains

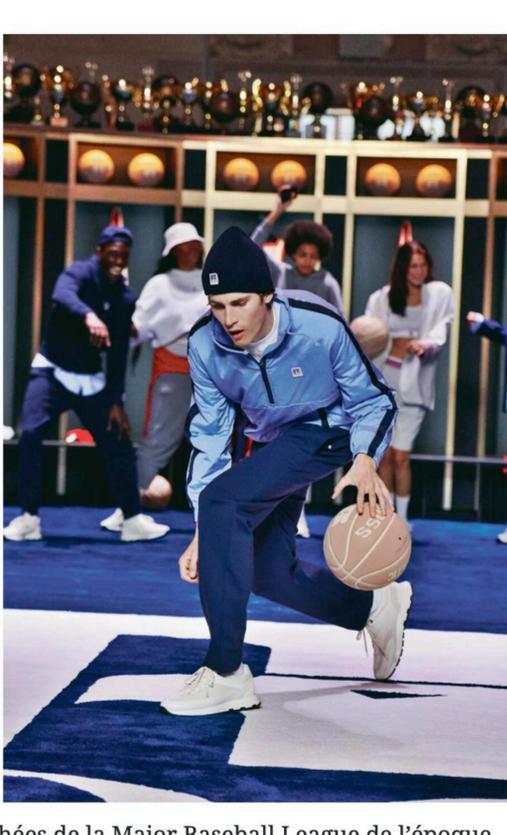
À travers le blouson de football US, le short de basket et la casquette de baseball, c'est «l'american way of life» qui fascine la jeunesse. Et qu'importe si l'on ne saisit pas toujours les subtilités du jeu.



Ralph Lauren x MLB BMG_PHOTOGRAPHY

GUÉDON, VALÉRIE

Connaissez-vous Mickey Mantle ? Il est fort probable que cet illustre inconnu ne vous dise rien, mais, pour Ralph Lauren, c'est une légende. Une légende du baseball. Comme des millions d'Américains, le créateur entretient une véritable passion pour cette discipline incontournable au pays de l'Oncle Sam. « J'aime les sports et ce qu'ils représentent, explique-t-il. Quand j'ai créé ma société, j'ai pensé à l'appeler Baseball ou Basketball. À la place, j'ai choisi Polo. » Enfant, ce petit gars du Bronx admire les stars des Yankees, l'équipe culte de ce quartier du nord de New York. Mantle, donc, mais aussi Babe Ruth et Joe DiMaggio (qui n'est pas seulement le premier mari de Marilyn Monroe) raflent tous les trophées de la Major Baseball League de l'époque. Quelques décennies après, Ralph Lauren, qui a construit son empire sur les mythes de l'Amérique, annonce son association avec la MLB, la ligue américaine de baseball. Ce 10 mai, il lancera en boutique et sur son e-shop, trois collections spéciales revisitant l'attrait de plusieurs clubs prestigieux, les Yankees de New York, les Dodgers de Los Angeles, les Cubs de Chicago et les Cardinals de Saint Louis, pour ne citer qu'eux.



Pourtant, si les joueurs comme les règles de ce sport ultrapopulaire aux USA restent obscurs de ce côté-ci de l'Atlantique, nos compatriotes devraient reconnaître, au premier coup d'œil, la casquette emblématique de la formation new-yorkaise. Qui n'a pas rapporté d'un voyage dans la Grosse Pomme le fameux couvre-chef orné d'un large NY blanc, que l'on trouve à chaque coin de block ? « Finalement, peu de Français savent qu'elle fait partie de l'uniforme des Yankees, analyse Benjamin Simmenauer, enseignant à l'IFM. Elle a fini par devenir l'emblème de la ville, comme la tour Eiffel pour Paris. Ces baseball capset autres blousons varsity sont passés dans nos mœurs européennes, à travers le filtre de la culture pop américaine, des films, du rap, etc. »

Si ses couleurs officielles sont le bleu marine et le blanc, la casquette y aurait dérogé un beau jour de 1996, grâce au réalisateur Spike Lee, devenant ainsi un objet de mode. « Pour assister à un match des World Series, j'avais une doudoune rouge et je voulais que ma casquette des Yankees y soit assortie, a-t-il raconté au journal anglais *The Guardian*. J'ai appelé le fabricant officiel de l'équipe, New Era, pour qu'il m'en fabrique une. À ce moment-là, elle n'était disponible que dans les couleurs du club, et je voulais absolument le modèle officiel. New Era a dû demander l'autorisation au grand et regretté propriétaire des Yankees, George Steinbrenner. C'était un traditionaliste, alors ce n'était pas gagné ! Je n'ai jamais su pourquoi, mais il a finalement accepté. J'ai porté ma version rouge pour le match. Le reste appartient à l'histoire. » Depuis, New Era n'a cessé de décliner l'objet dans de multiples coloris, souvent en collaboration avec des créateurs. Le cinéaste n'a pas que contribué à l'aura du baseball. Fan de basket et des Knicks de New York, il y a souvent fait référence, de *Do the Right Thing* (1989) à *He Got Game* (1998).

Aujourd'hui, c'est sur Netflix que les plus jeunes fantasment le rêve américain par le sport. En témoigne le succès planétaire du documentaire *The Last Dance* sur la dernière saison de Michael Jordan chez les Bulls. « J'ai grandi dans les années 1990 à Chicago, une époque où Jordan avec les Bulls, l'équipe locale, est devenu cet athlète exceptionnel, se souvient Virgil Abloh, directeur artistique de Louis Vuitton, qui dévoile ces jours-ci le deuxième volet de sa collaboration avec la NBA. Ces exploits m'ont donné la motivation de devenir un designer. Pour moi, la mode ne s'est jamais résumée à ce qui se passe sur les podiums. C'est avant tout une question de culture. Cette collection en est le reflet... Quand vous observez la rue, il est facile de voir que notre façon de nous habiller est influencée par le mélange de références culturelles au-delà de la mode pure. »

Pour sa première collaboration avec la ligue américaine en octobre dernier, Abloh avait mélangé le monogramme de Louis Vuitton et le logo de la NBA, le fameux joueur miniature sur fond bleu et rouge. Aujourd'hui, il lance un vestiaire complet qui va des vêtements aux chaussures, aux sacs et aux bijoux s'inspirant du style de vie des joueurs professionnels. « Ils sont des inspirations pour les gens, reprend-il. Des modèles à suivre pour les jeunes générations dans le monde entier, les stars des parquets, de LeBron James à Russell Westbrook et Rudy Gobert, font l'objet de centaines de comptes sur Instagram qui recensent et décryptent leurs looks en dehors des terrains. « Ce sont les idoles des idoles », résume Pascal Monfort, fondateur de Rec, cabinet de conseil en tendances et en marketing. Pas faux, quand on sait que, de Kanye West à Jack Nicholson, toutes les célébrités s'affichent au premier rang des matches.

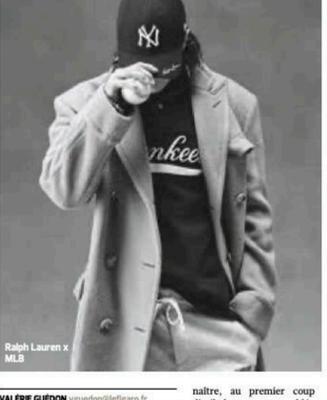
« Habiller un joueur de basket américain est le meilleur moyen de percer le marché aux États-Unis tout en donnant un bon coup de jeune à son image », reprend l'expert. Ainsi, quand le leader du costume Boss veut sortir de sa zone de confort, il collabore avec l'inventeur du sweat-shirt Russell Athletic sur le thème du basket et lance une capsule avec la NBA (en vente sur hugoboss.com). Les champions de la National Basketball Association y prennent la pose... loin de l'image du beau gosse à mèche blonde en complet noir qui fit jadis le succès de la griffe allemande. « Les États-Unis, c'est "le" pays que l'on adore détester en France, conclut Pascal Monfort. Mais nous avons tous grandi devant les blockbusters hollywoodiens où les héros finissent invariablement par taper quelques balles avec un gant de baseball, avachis sur leur canapé devant le Super Bowl ou à tâter du panier devant la porte du garage. Même si le mythe américain a pris du plomb dans l'aile, il est encore et toujours associé à la victoire, l'énergie, le spectacle. Et personne n'a envie de ne plus y croire. »

hardi 10 mai 2021 | LE FIGARO

34 | STYLE

LA MODE FAIT ÉQUIPE AVEC LES SPORTS AMÉRICAINS

À TRAVERS LE BLOUSON DE FOOTBALL US, LE SHORT DE BASKET ET LA CASQUETTE DE BASEBALL, C'EST «L'AMERICAN WAY OF LIFE» QUI FASCINE LA JEUNESSE. ET QU'IMPORTE SI L'ON NE SAISIT PAS TOUJOURS LES SUBTILITÉS DU JEU.



Ralph Lauren x MLB

VALÉRIE GUÉDON | vguedon@lefigaro.fr

Connaissez-vous Mickey Mantle ? Il est fort probable que cet illustre inconnu ne vous dise rien, mais, pour Ralph Lauren, c'est une légende. Une légende du baseball. Comme des millions d'Américains, le créateur entretient une véritable passion pour cette discipline incontournable au pays de l'Oncle Sam. « J'aime les sports et ce qu'ils représentent, explique-t-il. Quand j'ai créé ma société, j'ai pensé à l'appeler Baseball ou Basketball. À la place, j'ai choisi Polo. » Enfant, ce petit gars du Bronx admire les stars des Yankees, l'équipe culte de ce quartier du nord de New York. Mantle, donc, mais aussi Babe Ruth et Joe DiMaggio (qui n'est pas seulement le premier mari de Marilyn Monroe) raflent tous les trophées de la Major Baseball League de l'époque. Quelques décennies après, Ralph Lauren, qui a construit son empire sur les mythes de l'Amérique, annonce son association avec la MLB, la ligue américaine de baseball. Ce 10 mai, il lancera en boutique et sur son e-shop, trois collections spéciales revisitant l'attrait de plusieurs clubs prestigieux, les Yankees de New York, les Dodgers de Los Angeles, les Cubs de Chicago et les Cardinals de Saint Louis, pour ne citer qu'eux.

Enfant, ce petit gars du Bronx admire les stars des Yankees, l'équipe culte de ce quartier du nord de New York. Mantle, donc, mais aussi Babe Ruth et Joe DiMaggio (qui n'est pas seulement le premier mari de Marilyn Monroe) raflent tous les trophées de la Major Baseball League de l'époque. Quelques décennies après, Ralph Lauren, qui a construit son empire sur les mythes de l'Amérique, annonce son association avec la MLB, la ligue américaine de baseball. Ce 10 mai, il lancera en boutique et sur son e-shop, trois collections spéciales revisitant l'attrait de plusieurs clubs prestigieux, les Yankees de New York, les Dodgers de Los Angeles, les Cubs de Chicago et les Cardinals de Saint Louis, pour ne citer qu'eux.



Boss x Russell Athletic

mais il a finalement accepté. J'ai porté ma version rouge pour le match. Le reste appartient à l'histoire. » Depuis, New Era n'a cessé de décliner l'objet dans de multiples coloris, souvent en collaboration avec des créateurs. Le cinéaste n'a pas que contribué à l'aura du baseball. Fan de basket et des Knicks de New York, il y a souvent fait référence, de *Do the Right Thing* (1989) à *He Got Game* (1998).

Aujourd'hui, c'est sur Netflix que les plus jeunes fantasment le rêve américain par le sport. En témoigne le succès plané-



Louis Vuitton x NBA

de sa collaboration avec la NBA. Ces exploits m'ont donné la motivation de devenir un designer. Pour moi, la mode ne s'est jamais résumée à ce qui se passe sur les podiums. C'est avant tout une question de culture. Cette collection en est le reflet... Quand vous observez la rue, il est facile de voir que notre façon de nous habiller est influencée par le mélange de références culturelles au-delà de la mode pure. »

Pour sa première collaboration avec la ligue américaine en octobre dernier, Abloh avait mélangé le monogramme de Louis Vuitton et le logo de la NBA, le fameux joueur miniature sur fond bleu et rouge. Aujourd'hui, il lance un vestiaire complet qui va des vêtements aux chaussures, aux sacs et aux bijoux s'inspirant du style de vie des joueurs professionnels. « Ils sont des inspirations pour les gens, reprend-il. Des héros des temps modernes. » Modèles à suivre pour les jeunes générations dans le monde entier, les stars des parquets, de LeBron Ja-

mes à Russell Westbrook et Rudy Gobert, font l'objet de centaines de comptes sur Instagram qui recensent et décryptent leurs looks en dehors des terrains. « Ce sont les idoles des idoles », résume Pascal Monfort, fondateur de Rec, cabinet de conseil en tendances et en marketing. Pas faux, quand on sait que, de Kanye West à Jack Nicholson, toutes les célébrités s'affichent au premier rang des matches.

« Habiller un joueur de basket américain est le meilleur moyen de percer le marché aux États-Unis tout en donnant un bon coup de jeune à son image », reprend l'expert. Ainsi, quand le leader du costume Boss veut sortir de sa zone de confort, il collabore avec l'inventeur du sweat-shirt Russell Athletic sur le thème du basket et lance une capsule avec la NBA (en vente sur hugoboss.com). Les champions de la National Basketball Association y prennent la pose... loin de l'image du beau gosse à mèche blonde en complet noir qui fit jadis le succès de la griffe allemande. « Les États-Unis, c'est "le" pays que l'on adore détester en France, conclut Pascal Monfort. Mais nous avons tous grandi devant les blockbusters hollywoodiens où les héros finissent invariablement par taper quelques balles avec un gant de baseball, avachis sur leur canapé devant le Super Bowl ou à tâter du panier devant la porte du garage. Même si le mythe américain a pris du plomb dans l'aile, il est encore et toujours associé à la victoire, l'énergie, le spectacle. Et personne n'a envie de ne plus y croire. »