



Des filles chics, Nike aux pieds

Elena Vasconcelos | Le 20 mars 2014



Les baskets de l'équipementier imposent leur allure technique dans les vestiaires pointus et inspirent les designers nourris à la culture de rue, tel Riccardo Tisci.

Vous les avez sans doute remarquées, **ces trentenaires et quadragénaires BCBG**, glissant leurs pieds nus aux ongles laqués, dans des **sneakers griffées Nike**, leur sac Céline posé à la saignée du poignet, battant le pavé des rues chics de Paris, de Londres ou de New York.

Qui eût cru que la marque à la virgule trouverait une place de choix dans les **power dressings** des femmes d'influence en pleine explosion de l'hyperluxe? Et non pas à travers des modèles féminisés mais bien avec des chaussures à l'origine sportive assumée et à l'allure foncièrement technique. «À l'inverse du très grand public qui préfère des codes dilués, déjà assimilés, les vrais connaisseurs de mode recherchent des produits authentiques dotés d'une forte identité, analyse Pascal Monfort, directeur de création et rédacteur en chef mode du magazine *Sport & Style*. La force de Nike est justement de n'avoir jamais cherché à impacter la mode. À l'exception de ses collaborations avec Jean Touitou, le fondateur d'**A.P.C.**, la marque reste ancrée dans sa spécialité: le domaine du sport et de la performance. C'est le consommateur qui, en portant la basket de sport dans la rue, en fait un produit citadin. Ce n'est pas la démarche de Nike.»

Malgré sa défiance face à tout ce qui touche à la mode, le label a proposé à **Riccardo Tisci**, par ailleurs directeur artistique de **Givenchy**, de revisiter l'un de ses musts, la classique Air Force 1... Le résultat, à l'opposé de ce que l'on imaginerait de la part d'un créateur de ce calibre, tient davantage de l'hommage respectueux d'un fan à son idole - une chaussure de basket-ball devenue icône mondiale du streetwear, célébrée par des rappeurs comme Jay-Z. « Je porte l'Air Force 1 depuis quinze ans, j'ai voulu exprimer ce qu'elle représente, dans le plus profond respect. De même que si le Vatican m'invitait à visiter son patrimoine architectural, je ne ferais que le restaurer sans intervenir outre mesure, plaisante Tisci. J'ai juste changé quelques détails, en adoptant une inspiration tribale.»

À la croisée de la mode et du streetwear



Nike + RT. Lo 2.RT pour Riccardo Tisci
Photo Nike

Simplement habillée de blocs de couleurs vives juxtaposées au blanc ou au noir, emblématique de l'univers sombre et romantique du designer, la basket conserve l'essentiel de son design originel. Si le créateur signe la chaussure, ses initiales, R.T., s'effacent en ton sur ton derrière le swoosh, logo de Nike dont la pointe se prolonge à l'infini sur des formes montantes inédites (à mi-mollet ou au genou).

Une telle déférence pourrait surprendre, d'autant que l'équipementier marque sa différence avec des couleurs toujours plus audacieuses, des formes toujours plus futuristes, des matières toujours plus légères. Ce serait oublier à quel point l'amour du design s'ancre chez Nike dans une éthique de l'authenticité et du fonctionnalisme : «Notre capacité à innover dans le domaine du design nous permet de résoudre les problèmes rencontrés par nos athlètes, argumente Ian Ginoza, Global Footwear Director de Nike Sportswear (NSW). C'est ainsi que nous les aidons à réaliser les meilleures performances possibles. L'innovation technique détermine l'esthétique et impulse de nouvelles expressions stylistiques.»

Lignes fuselées, textures inédites... le style technologique et ultracontemporain des baskets Nike se révèle le parfait complément des volumes purs et des color blocks impulsés ces dernières années par le néominimalisme. «L'évolution récente du prêt-à-porter permet de porter des baskets avec une tenue même très chic, ce qui est assez nouveau, confirme Sarah Lerfel, acheteuse du concept store Colette, qui propose la collection Nike+ R.T. Air Force 1 à la vente. Mais on assiste, de façon plus souterraine, à l'émergence d'un phénomène nouveau, qui ne porte pas encore de nom, à la croisée de la mode la plus pointue et du streetwear.» Longtemps inconciliables, ces deux univers n'ont cessé de se rapprocher depuis que des designers tels que Christopher Kane ou Nicolas Ghesquière, époque Balenciaga, ont fait défiler des sweat-shirts sur leurs podiums. Brodés, frappés de graphismes d'une finesse extraordinaire, déclinés en Néoprène, ces produits atteignent aujourd'hui un degré de sophistication important tout en conservant, dans leurs déclinaisons simplifiées vendues en boutiques, des prix très démocratiques. Une démarche dont Riccardo Tisci est justement le fer de lance: «Dans mes collections haute couture, je m'efforce de démontrer qu'une robe couture peut être cool, précise le créateur. De même qu'un T-shirt peut être chic. Le sportswear, le streetwear font partie de moi. Comme de nombreux Européens, je suis fasciné par le mode de vie américain. Et à mes yeux, Nike l'incarne à merveille.»

“

L'innovation technique détermine l'esthétique

”