

# Quand le sport inspire la mode...

CORRESPONDANCE À NICE, GAUTIER DEMOÏVEAUX



SPORT

Cet été, le Musée national du sport de Nice accueille l'exposition « En mode sport » qui retrace, à travers 400 pièces provenant d'institutions et collections privées, l'évolution de la mode à travers le sport. Une histoire entre deux univers qui – même si cela paraît étonnant – ont toujours été liés.

En septembre dernier, lors de la traditionnelle « fashion week » de Paris, le défilé Chanel a défrayé la chronique : les mannequins habillés par l'emblématique Karl Lagerfeld ont défilé en baskets, occasion pour la marque de s'inscrire dans la nouvelle tendance sportswear qui envahit peu à peu les podiums.

Le sport et la mode, un mariage récent ? Pas vraiment, comme l'explique Marie-Christine Grasse, la directrice générale du Musée national du sport de Nice : « À la fin du XIXe siècle, les tenues de sport n'existaient pas, et en pratique pour les femmes. Et la haute société, qui va commencer à pratiquer des activités en plein air, va le faire avec les vêtements qu'elle porte habituellement, comme les corsets, de grandes robes ou des redingotes, pas du tout adaptés aux mouvements amples que va demander la pratique sportive. »

Essentiellement le tennis, le golf, le ski ou encore la natation, « des sports pratiqués à l'époque par la bourgeoisie, à qui s'adresse directement la haute couture », précise Pascal Monfort, directeur de la mode pour le magazine « Sport et Style », supplément du journal « L'Équipe ».

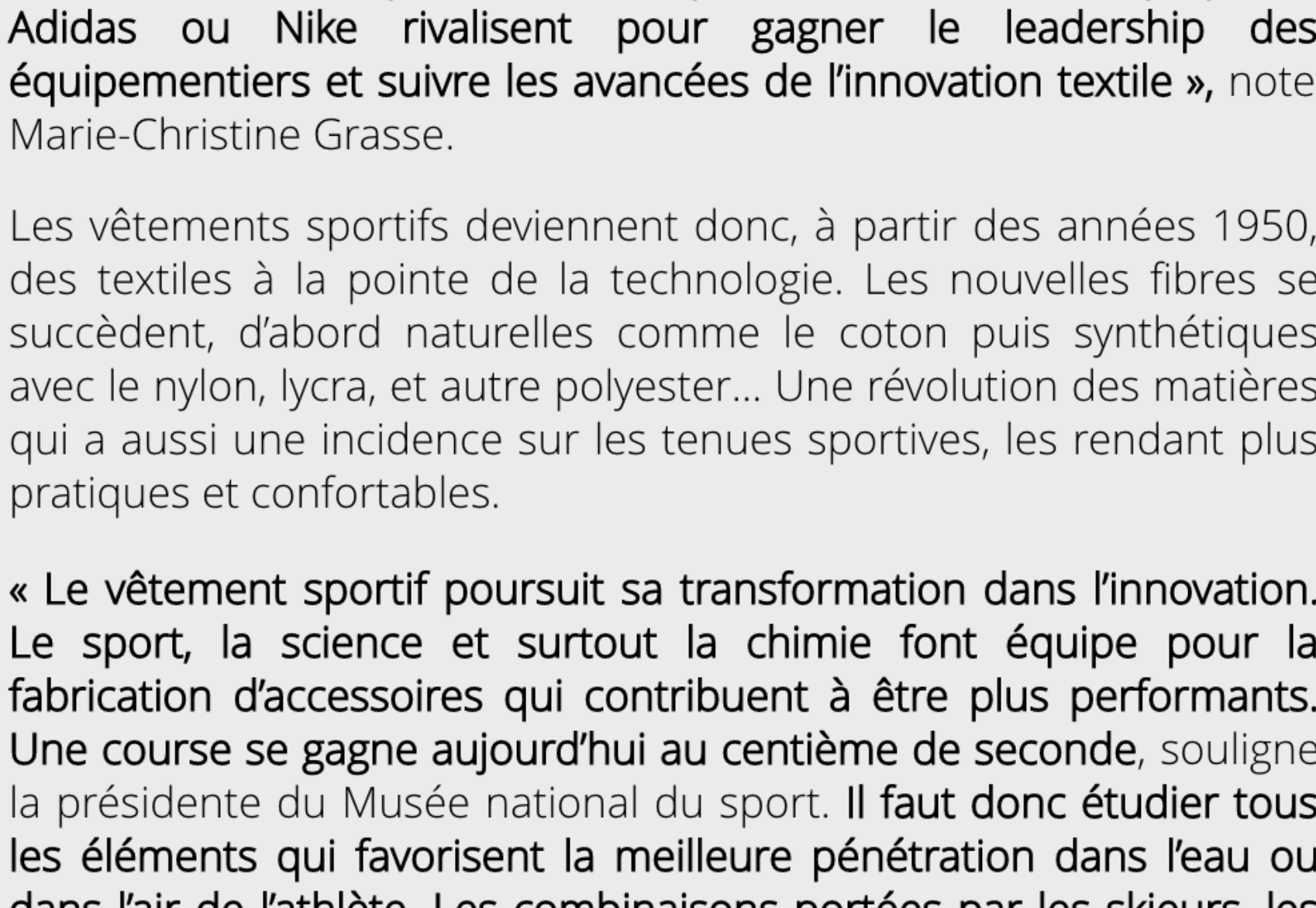


Les grandes maisons de couture ont très vite sorti des collections de sport, afin d'habiller leur clientèle, à l'époque où le sport n'était pratiqué que par une élite... Exemple ici avec la maison Hermès et ce manteau dessiné dans les années 1930. (Photo : Hermès)

## La haute couture habille le sport

« Dès le début de la haute couture, les créateurs s'intéressent au sport. Chanel, par exemple, se fait connaître par son jersey, dont la matière avait été développée pour la pratique sportive. On peut également citer Jean Patou ou Jeanne Lanvin », continue Pascal Monfort, qui a également été responsable des tendances et des comportements de consommation chez Nike.

C'est en effet Jean Patou qui, en 1921, habille Suzanne Lenglen lors du tournoi de Wimbledon. La joueuse de tennis apparaît vêtue d'une jupe plissée s'arrêtant aux genoux, d'un chandail sans manches et d'un bandeau dans les cheveux, une tenue révolutionnaire qui séduira le public féminin, poussant le couturier à proposer l'année suivante dans sa collection une gamme de vêtements dédiée au sport et au plein air. Il sera suivi l'année suivante par la créatrice Jeanne Lanvin, dont la maison de mode inaugure une ligne sport.



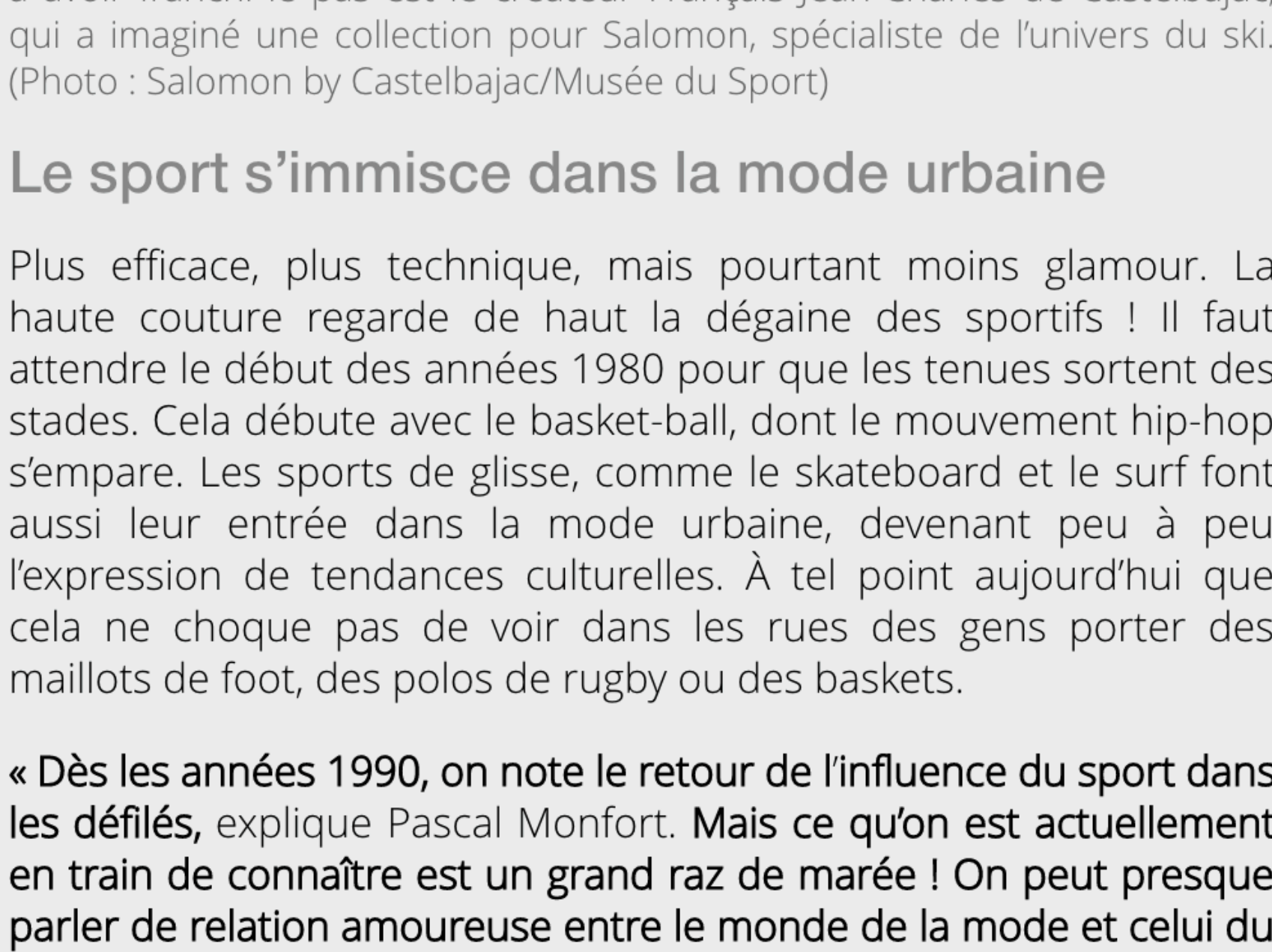
À côté de ses créations de haute couture, le Français Jean Patou sera l'un des premiers à travailler sur le sport. Il habillera notamment la joueuse de tennis Suzanne Lenglen. (Photo : Musée national du Sport)

## Le développement des textiles techniques

Pourtant, la suite verra le sport et la haute couture s'éloigner l'un de l'autre. « L'engouement du sport et l'exigence des athlètes créent rapidement un nouveau marché. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, plusieurs entreprises comme Le Coq Sportif, Adidas ou Nike rivalisent pour gagner le leadership des équipementiers et suivre les avancées de l'innovation textile », note Marie-Christine Grasse.

Les vêtements sportifs deviennent donc, à partir des années 1950, des textiles à la pointe de la technologie. Les nouvelles fibres se succèdent, d'abord naturelles comme le coton puis synthétiques avec le nylon, lycra, et autre polyester... Une révolution des matières qui a aussi une incidence sur les tenues sportives, les rendant plus pratiques et confortables.

« Le vêtement sportif poursuit sa transformation dans l'innovation. Le sport, la science et surtout la chimie font équipe pour la fabrication d'accessoires qui contribuent à être plus performants. Une course se gagne aujourd'hui au centième de seconde, souligne la présidente du Musée national du sport. Il faut donc étudier tous les éléments qui favorisent la meilleure pénétration dans l'eau ou dans l'air de l'athlète. Les combinaisons portées par les skieurs, les cyclistes ou les nageurs sont le résultat de recherches élaborées basées sur des méthodes scientifiques spécifiques. Elles prennent en compte aussi bien l'adaptation de la matière ou du support que l'étude de la forme. »



Nouvelle tendance pour les créateurs : travailler avec les marques d'outdoor, et bénéficier ainsi de leurs textiles techniques. L'un des premiers à avoir franchi le pas est le créateur Français Jean-Charles de Castelbajac, qui a imaginé une collection pour Salomon, spécialiste de l'univers du ski. (Photo : Salomon by Castelbajac/Musée du Sport)

## Le sport s'immisce dans la mode urbaine

Plus efficace, plus technique, mais pourtant moins glamour. La haute couture regarde de haut la dégringolade des sportifs ! Il faut attendre le début des années 1980 pour que les tenues sortent des stades. Cela débute avec le basket-ball, dont le mouvement hip-hop s'empare. Les sports de glisse, comme le skateboard et le surf font aussi leur entrée dans la mode urbaine, devenant peu à peu l'expression de tendances culturelles. À tel point aujourd'hui que cela ne choque pas de voir dans les rues des gens porter des maillots de foot, des polos de rugby ou des baskets.

« Dès les années 1990, on note le retour de l'influence du sport dans les défilés, explique Pascal Monfort. Mais ce qu'on est actuellement en train de connaître est un grand raz de marée ! On peut presque parler de relation amoureuse entre le monde de la mode et celui du sport. Je pense qu'il y a aujourd'hui un respect mutuel entre les deux univers. Les marques de sport sont très vigilantes sur ce qui se passe sur les podiums, et d'autre part le monde de la mode ne snobe plus du tout le monde du sport. Cela reviendrait à ne pas comprendre son époque, et un créateur qui ne ressent pas l'air du temps, c'est terrible ! »



Le maillot de Michel Platini, un collector. (Photo : Musée national du sport)

## Quand la mode s'inspire du sport

Le sport a en effet aujourd'hui pris une place prépondérante dans la vie quotidienne de l'ensemble de la population, du haut jusqu'en bas de l'échelle sociale. « C'est aussi devenu un acteur économique incontournable. Tout le monde peut aujourd'hui pratiquer et les marques de luxe, comme celles du prêt-à-porter, l'ont bien compris », précise Marie-Christine Grasse.

De plus, les jeunes directeurs artistiques, qui travaillent dans les plus grandes maisons de mode, sont issus de toute une génération qui a grandi avec les grandes marques de sport. « Toutes ces personnes, comme Phoebe Philo, à la tête de la maison Céline, ont toujours porté des Nike ; Kim Jones, en charge de Louis Vuitton Homme, est un fou de sport... Cette génération de grands décideurs de la mode a grandi avec le sportswear, et cela se retrouve dans leurs créations, ça les inspire », avoue Pascal Monfort.

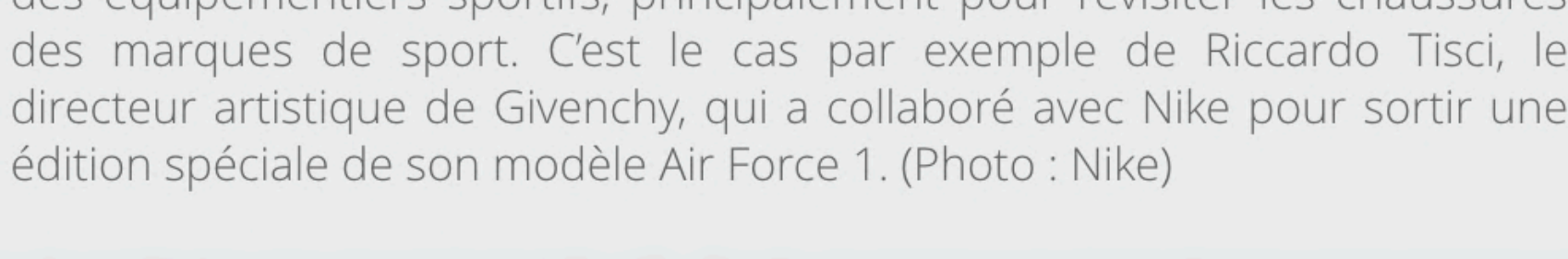


La dernière collection de Chanel imaginée par Karl Lagerfeld s'inspire largement du sport. (Photo : Chanel et Musée National du sport)

## La basket, symbole du mariage entre mode et sport

De plus en plus de créateurs s'associent à de grands équipementiers sportifs, le plus souvent sous la forme de collaboration. C'est le cas par exemple de Raf Simons avec Adidas ou encore Rick Owens et Riccardo Tisci – le directeur artistique de Givenchy – avec Nike. « Quand on parle avec les créateurs de mode, ils rêvent d'avoir accès à toutes les technologies développées par les équipementiers, auxquelles ils ne peuvent avoir accès sans collaboration. Travailler de nouvelles matières est excitant », continue Pascal Monfort.

Mais les marques de luxe ne sont pas en reste : « Les chausseurs, ceux dont c'est le métier comme Pierre Hardy, Christian Louboutin, Jimmy Choo, des marques connues pour faire des escarpins à talons, proposent aujourd'hui des baskets et dansent énormément », conclut l'ancien de chez Nike. La basket devrait donc s'installer durablement aux pieds des mannequins des plus grandes marques du luxe ! À moins qu'elles ne soient supplantées par les chaussures de randonnée, car les marques de plein air et leurs textiles innovants sont en effet les nouvelles cibles des créateurs...



Cette chaussure de foot, sortie à quelques milliers d'exemplaires, a été revisitée par le créateur japonais Yohji Yamamoto. (Photo : Adidas/Musée national du Sport)



Ces dernières années, plusieurs créateurs de mode se sont associés avec des équipementiers sportifs, principalement pour revisiter les chaussures des marques de sport. C'est le cas par exemple de Riccardo Tisci, le directeur artistique de Givenchy, qui a collaboré avec Nike pour sortir une édition spéciale de son modèle Air Force 1. (Photo : Nike)