DOSSIER DE PRESSE

EN *mode* SPORT

EXPOSITION TEMPORAIRE

12 JUIN > 20 SEPTEMBRE 2015

ALLIANZ RIVIERA, NICE

LE SPORT, LA MODE, TOUTE UNE HISTOIRE

Contact Presse : Thomas FANARI
Téléphone : 04 89 22 44 03 – 07 76 06 58 00
E-mail : thomas.fanari@museedusport.fr

ÉDITO

« Moins d'une année après avoir ouvert ses magnifiques galeries permanentes à Nice, le Musée national du sport nous propose aujourd'hui une exposition temporaire ambitieuse sur le thème inattendu du sport et de la mode, deux univers a priori bien distants l'un de l'autre.

C'est donc à une découverte passionnante que nous conduit « En mode sport » tout au long de son riche parcours : une véritable histoire d'amour entre la mode et le sport, née dès la fin du XIXe siècle avec les sports d'élégance, affichée des décennies plus tard lorsque le style sportif quitte l'enceinte du stade pour entrer dans la vie quotidienne, amplifiée de nos jours par une interaction féconde entre les deux univers, phénomène de société aussi bien populaire qu'élitiste, phénomène économique porteur d'innovations technologiques et de développements commerciaux…

Cette exposition n'aurait pu être aussi ample et documentée, aussi vivante, sans la collaboration et les prêts de grande qualité de collections publiques mais aussi de partenaires privés qui viennent abonder le fonds déjà riche du Musée, qui n'avait jamais été présenté au public.
Je leur exprime ma vive reconnaissance.

Je souhaite grand succès à cette première exposition d'été à Nice qui participe à la saison Promenades des Anglais organisée par la Ville et témoigne ainsi de l'insertion réussie du Musée national du sport dans le paysage local tout en contribuant à affirmer sa vocation nationale et internationale. »

ANNIE LHÉRITIER
Présidente du conseil d'administration
Musée national du sport

L'exposition « En mode sport » a été conçue et réalisée par le Musée National du Sport.

Présidente du conseil d'administration	Annie LHÉRITIER
Président du comité d'orientation	Denis-Michel BOËLL
Directrice générale	Marie-Christine GRASSE

COMMISSARIAT D'EXPOSITION

Commissariat général	Marie-Christine GRASSE
Commissariat scientifique	Pascale BALLESTEROS, Claude BOLI, Nadine CHABOUD, Marie-Laure GUTTON, Sandrine JAMAIN-SAMSON, Hélène BARBIERO

Les partenaires et prêteurs de l'exposition :

Ministère chargé des Sports - Association des Gladiateurs du Musée national du sport, Armani, Castelbajac, Chanel, Hermès, Jean Paul Gaultier, Lanvin, Patou, Adidas, Aquaman, Fusalp, Lacoste, Lafuma/Eider, Le Coq Sportif, Lycra, Millet, Montant, Nike, Picture, Polartec, Rossignol, Uniqlo, Le Stade Français, Surya Bonaly, Nathalie Péchalat, Centre européen des textiles innovants, château de Montpoupon, château musée de Dieppe, conservatoire d'Art et d'Histoire de Haute-Savoie, Annecy, École de la Chambre syndicale de la couture parisienne - Paris, Institut français du textile et de l'habillement Interfilière, Istituto Europeo di Design - IED Moda, Milan, magazine Sport&Style, Maison des jeux Olympiques d'Albertville, MuCEM - Marseille, musée d'Art et d'Histoire de Provence - Grasse, musée de la Mode de la Ville de Paris, palais Galliera - Paris, musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode - château Borély à Marseille, musée des Arts décoratifs - Paris, Musée national Picasso - Paris.

PARCOURIR L'EXPOSITION « EN MODE SPORT »

PAR MARIE-CHRISTINE GRASSE

DIRECTRICE GÉNÉRALE ET CONSERVATRICE EN CHEF DU PATRIMOINE MUSÉE NATIONAL DU SPORT

Au cours du XXe siècle, la couture adopte sous des formes diverses un certain esprit « sport » et intègre ces habits dans l'univers citadin. Les Années folles sont celles des stades, de la boxe, du golf, du tennis…

Dès les années 1910, Coco Chanel porte des vêtements en tricot proches de ceux utilisés dans les milieux sportifs mais lance les pyjamas de plage dans les années 1930 alors que René Lacoste fait de ses tenues de sport des objets d'élégance et d'exploits sportifs. À la même époque, Elsa Schiaparelli débute dans la couture en imaginant sweaters et vêtements de sport… Jean Patou s'attache à créer une véritable ligne de vêtements pour la compétition. Il habille Suzanne Lenglen à la ville et sur les courts.

L'impact de la culture américaine transparaît rapidement dans la mode urbaine. Dès les années 1940 les États-Unis puis quelques décennies plus tard l'Europe, constituent les principales zones historiques du *sportswear*, mode dérivée du monde sportif qui bouleverse aujourd'hui encore les codes de l'apparat et des gestes vestimentaires (on ne boutonne plus, on enfile). Il correspond à l'apparition d'un style de vie rapide, pratique, efficace…

Les années 1960-1970 jettent les bases d'un nouvel esprit sportif et vestimentaire avec l'essor de sports alternatifs tels que le surf et le skate-board. La culture hip-hop des années 1980-1990 sert de point de ralliement à la mode des baskets qui, elles aussi, passent de la salle de sport au défilé de mode.

La mode sportive conquiert véritablement les mœurs dans les années 1990-2000 et devient l'expression de tendances culturelles à tous les niveaux.

Parallèlement à l'évolution socioculturelle du sport s'ajoute l'évolution permanente de la compétition et donc de la performance. L'élaboration de nouvelles fibres (naturelles puis synthétiques, Nylon, Lycra®…) constitue une révolution des matières qui a également son incidence sur la tenue sportive et sur son évolution. L'engouement du sport et l'exigence des athlètes créent rapidement un nouveau marché.

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, plusieurs entreprises rivalisent pour gagner le leadership des équipementiers et suivre les avancées de l'innovation textile (Le Coq Sportif, Adidas, Nike…). L'invention des matières synthétiques procure plus d'aisance et de confort aux tenues. 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 1/100e de seconde. 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 qui prennent en compte autant l'adaptation de la matière ou du support que l'étude de la forme.

Enfin, l'évolution du sport spectacle a permis l'introduction de matières plus riches et plus spectaculaires avec une palette de coloris beaucoup plus large – tenues dans le patinage artistique ou baskets fluo des joueurs de foot.

En 2011, Jean Paul Gaultier introduit la discipline dans ses défilés de mode. Des maisons telles que Gucci ou Versace puisent leurs nouvelles idées de collections dans le sport. Chanel crée des baskets ou des sacs à dos, Hermès poursuit ses lignes golf, tennis… Le développement des sports de risques et extrêmes étendent des marques comme Quiksilver, O'Neill, Converse, Salomon, etc.

L'EXPOSITION « EN MODE SPORT » SUIVRA LE PARCOURS SUIVANT

1/ SPORTS D'ÉLÉGANCE (1880 - 1940)

Nocturne spectacle vivant

Noblesse oblige !

Modèles d'hiver

Le chic balnéaire

Focus Promenade des Anglais

L'ère du changement

2 / QUAND LE SPORT S'EN MÊLE, LA TENUE DE SPORT UN OBJET TECHNIQUE ET COMMERCIAL (1950 - 2015)

L'ère du changement

Place à la performance

Plus performant, plus responsable

Le match des marques

Les sportifs de marque

Stylés en sport

3 / LA MODE URBAINE, SUR LES TRACES DE VÊTEMENTS SPORTIFS DEPUIS 1980

De la glisse à la rue

Le streetwear

Le sport au quotidien

4 / QUAND LA HAUTE COUTURE SE MET AU SPORT DEPUIS 1990

Les sportifs égéries de marques

Chic et sport

Le chic nonchalant

Nouveau monde, nouvelle tendance

L'avenir de la Haute Couture

« On me fait peut-être plus de compliments encore sur mes toilettes que sur mon jeu : c'est presque vexant ! Il est certain que le succès de Patou n'est pas moindre que le mien »

Suzanne Lenglen, 1926.

SPORTS D'ÉLÉGANCE

FOCUS SUR

Le chic balnéaire

Modèle d'hiver

L'ère du changement

LE SAVIEZ-VOUS ?

QUELQUES REPÈRES DU SPORT

1872

Création du Havre Athlétique Club tout premier Club sportif en France .

1889

Année de création de l'Union des sociétés françaises de sports athlétiques, qui régit notamment l'athlétisme, le football, le rugby, la natation et le tennis. Pierre de Coubertin en sera secrétaire général. En 1894, il invoque la fraternité entre les peuples par le biais du sport pour rétablir les Jeux modernes et instaurer un esprit olympique.

1900

Les corsets commencent à disparaître et la jupe-culotte permet aux femmes de pratiquer du vélo, de la randonnée ou encore de l'escrime.

Corset de sport 1870-1875

Panoplie d'un jeu de tennis – 1890.

Selle d'amazone – Fin 19ème – Début 20ème

Affiche 1912

? Définition du sport

Mot français, règlements anglais et passion mondiale

« Desport » : mot français du Moyen Âge désignant des activités physiques de divertissement ; ce terme renvoyait aux jeux traditionnels : concours d'archers, luttes et jeux de balles. Le mot voyage avec les Normands au XI^{e} siècle lors de la conquête de l'Angleterre où il deviendra « sport ». Au milieu du XIX^{e} siècle, les prestigieuses institutions éducatives (Oxford, Cambridge) en donnent les règles du jeu, les codes et les valeurs. Faire du sport constitue aujourd'hui une pratique compétitive (championnat national, Jeux olympiques, Coupe du monde) ou ludique (courir pour le plaisir).

LE CHIC BALNÉAIRE

La Côte-d'Azur commence sa mutation de station hivernale en station estivale. Pour exemple, Juan-les-Pins est rebaptisé « pyjamapolis » du fait des costumes de bain qui envahissent les plages ! Parallèlement, les premières stations de ski élégantes attirent la bourgeoisie. Le sport joue un rôle majeur dans la société. Il n'est plus réservé aux élites et les compétitions nationales et internationales se multiplient.

Les notions de voyage et de sport se mélangent. Le nautisme et l'aviation guident un certain nombre de tendances et le sport-spectacle commence à célébrer ses champions.

Les plus grands maîtres n'échappent pas à cette tendance ! Pablo Picasso est inspiré par les baigneuses de Dinard. Lanvin, Patou, Chanel modernisent les tenues de bain… La société se dévoile toujours élégante et prête à profiter pleinement de la douceur de vivre sur les rivages français.

Les baigneuses de Pablo Picasso – 1918

Photo Mannequin en maillot de bain Jean Patou

Pyjama de plage Lanvin, 1930-1939

Dans les années 1920, **Jeanne LANVIN** (1867-1946) imagine une garde-robe pour chaque moment de la vie des femmes.

Cette ligne sport figure à ses yeux le confort et le progrès de la technique moderne. Tenues à la fois simples et fantaisistes, les matières utilisées sont plus souples, parfaites pour le sport, pratique de plus en plus populaire. On y retrouve des costumes de bain, des vêtements de ski, de golf ou de tennis. L'aisance devient synonyme d'élégance.

C'est aussi une occasion de présenter des ensembles veste-pantalon pour les femmes, à l'allure garçonne. Rien n'échappe au génie de Jeanne Lanvin.

Maillot de Bain – Jean Patou

MODÈLE D'HIVER

En 1910, seuls quelques privilégiés se rendent l'hiver à la montagne. A Saint-Moritz, Chamonix ou Megève, on pratique les sports en costume de ville accompagné de lainage ou en tenue de bicyclette, d'équitation ou de chasse ! La démocratisation des sports d'hiver amène la décontraction et la couleur. Les grandes maisons diversifient leurs collections et proposent rapidement des vêtements de ski pour toute la famille.

HERMÈS

Chez HERMES, Lola Prusac conçoit dès 1929, des ensembles de laine graphiques et colorés et lance la première collection « Pour les sports d'hiver » de la maison.

Femmes souriantes sur les pistes de ski, 1924 ©Hulton-Deutsch Collection/Corbis

Portrait de skieurs, XXe siècle

À la fête de la glace, piscine Molitor, organisée au bénéfice de l'Union des Artistes : un modèle gracieux de costume de sports d'hiver, 1930

? Le saviez-vous

En 1930, Armand Allard crée le premier fuseau à Megève. C'est le premier vêtement technique du skieur.

L'ÈRE DU CHANGEMENT

LE STYLE SPORTSWEAR PAR JEAN PATOU

Le style Sportswear proposé par Jean PATOU dès les années 1925 va dominer la mode pendant des années.

Jean PATOU
« La silhouette sportive, c'est le chic absolu ! »

Le couturier français ouvre « Le coin des sports » en 1925 qui accélère l'engouement du public pour les vêtements de sport. Les parisiennes sont au cœur de sa cible.

Elles répondront plus que favorablement à ce principe grâce aux nouvelles matières, à la modernité de la proposition de célèbre couturier.

Les jupes sont plissées, frôlant les genoux et d'un haut de la même matière tombant sur les hanches. Ce nouveau tailleur sport, d'un chic indéniable s'adapte finalement à toutes les disciplines sportives.

En 1933, Jean PATOU présentera une collection pour les sports d'hiver adaptée aux skieuses professionnelles.

Deauville 1928. Jean Patou - 1928 DR/Archives Jean Patou

SUZANNE LENGLEN

La tenue de Suzanne Lenglen (1889 – 1938).

Surnommée « La divine », elle est la toute première star du tennis féminin. Multiple médaillée sur toutes les grandes compétitions : JO, Grand Chelem, elle fut l'égérie de Jean PATOU qui créa pour elle la mythique jupe blanche plissée, exposée au Musée National du Sport !

Lors de sa première victoire à Wimbledon en 1919, sa tenue signée Jean PATOU surprend autant que la puissance de son jeu. Elle a 20 ans, ne porte ni corset, ni jupon, mais une robe de soie plissée aussi courte de manche que d'ourlet, qui laisse au public, lorsqu'elle se jette sur la balle, tout loisir d'observer ses bas blancs ! Elle fut l'une des meilleures ambassadrices de la marque avec les autres grandes joueuses Helen Wills et Ruth Elder. Ces championnes portent le phénomène du « Sportswear » symbolisé par l'association du chic et du décontracté qui va bientôt séduire toute la haute société !

« Nous aimons mélanger les influences du monde du sport et de la mode pour explorer de nouveaux territoires et inciter les consommateurs à suivre la marque sur de nouveaux chemins. »

Melody Harris Jensbach, vice-présidente de Puma International.

(Le Monde – Avril 2009)

EN *mode* SPORT

QUAND LE SPORT S'EN MÊLE

LA TENUE DE SPORT OBJET TECHNIQUE ET COMMERCIAL

FOCUS SUR

Place à la performance

Le tennis

Équipementiers et créateurs

PLACE À LA PERFORMANCE

La quête de performance devient une motivation pour les athlètes et le vêtement s'en trouve modifié. L'évolution des matières pour chaque discipline sportive mobilise les savoir-faire des équipementiers qui rivalisent de communication et de marketing pour s'imposer non seulement auprès des sportifs professionnels mais également auprés du public le plus large possible.

Dans tous les sports, les textiles utilisent pleinement la technologie qui, de fait, s'impose aux tenues et aux objets : natation, football, ski, tennis. Les marques s'affichent et célèbrent leurs sportifs et leurs performances ! **Le marché se mondialise.**

On estime que le taux de croissance du marché des équipements de sport est le double de celui de l'économie mondiale.

Maillot de l'Equipe de France de Football dit « La Marinière », 2014 © Nike

Ensemble d'athlétisme Le Coq Sportif porté par Colette Besson aux Jeux Olympiques de Mexico, 1968

Combinaison de skeleton Rossignol portée par Philippe Cavoret, années 2000

Patrice Martin réalisant une figure corde au pied, années 1970

Présentation de la tenue de Maria Sharapova pour Roland Garros, 2014 © Nike

Tour de France 1955 : Louison Bobet dans le Ventoux, 1955

ZOOM SUR TENNIS

Surnommé « Le basque bondissant », Jean Borotra est l'un des 4 Mousquetaires, membre de l'équipe de France de tennis dans les années 1920 et 1930. Son plus grand rival fut le joueur américain Bill Tinden (1893 – 1953), considéré jusqu'aux années 1950, comme le plus grand joueur de tous les temps et ami des grandes stars hollywodiennes comme Charlie Chaplin ! Le Musée National du Sport expose l'une des raquettes de ce joueur exceptionnel !

Béret de Jean Borotra

Portrait devant le filet de Borotra, Perry, Bernard et Hughes à Roland-Garros, années 1920-1930

SPORTIFS DE MARQUE, LACOSTE (1904 – 1996)

« La presse américaine m'a surnommé « Le crocodile », à la suite d'un pari que j'avais fait avec le capitaine de l'Equipe de France de Coupe Davis. Il m'avait promis une valise en crocodile si je remportais un match important pour notre équipe. Le public américain a retenu ce surnom qui soulignait la ténacité dont je faisais preuve sur les courts de tennis, en ne lâchant jamais ma proie ! Mon ami Robert George me dessina alors un crocodile qui fut brodé sur le blazer que je portais sur les courts. » René Lacoste.

René Lacoste avec son célèbre blazer en 1990 © Fouli Elia/Elle/Scoop/Lacoste

Aujourd'hui de nouvelles marques issues de la mode intègrent le tennis. C'est par exemple le cas d'UNIQLO ou de H&M qui équipent respectivement Novak Djokovic (photo) et Tomas Berdych.

Novak Djokovic, tennisman, habillé en Uniqlo pour un shooting Sport et Style, 2012 ©Sport&Style

ÉQUIPEMENTIER ET CRÉATEURS

Depuis les années 2000, les équipementiers recherchent des collaborations régulières avec les créateurs. Une alchimie gagnant-gagnant : les créateurs et couturiers s'offrent une dynamique sportive et profitent de la force de frappe marketing des grands groupes de sport tandis que ces derniers y gagnent une aura d'exclusivité et de luxe.

Quelques exemples

Adidas travaille avec Stella McCartney depuis plus de 10 ans et vient de lancer en janvier 2015, une nouvelle collection Stella Sport. Récemment PUMA a multiplié ses associations avec des créateurs tels qu'Alexander MacQueen ou Hussein Chalayan. Nike a collaboré avec le designer de Givenchy Riccardo Tisci. On a également vu J.C de Castelbajac avec Kappa, Le Coq Sportif, Rossignol ou Raf Simons de Dior signer une gamme pour Fred Perry, Asics, Adidas ou encore Eastpak.

Combinaison intégrale Rossignol pour l'hiver 2015-16 par Jean Charles de Castelbajac, 2015 ©Rossignol/Jean-Charles de Castelbajac/Sonny

Chaussures de football Adidas Adizero F50 par Yohji Yamamoto pour le Real Madrid, 2014 © Adidas/ Yohji Yamamoto

Nike x Sacai © Nike

Ensemble Adidas par Jeremy Scott pour la collection printemps/été 2014 © Adidas/Jeremy Scott

Chanel disait

« Il n'y a pas de mode si elle ne descend pas dans la rue. ».
Le streetwear est aujourd'hui incontournable. Il a ses propres codes que l'on retrouve pourtant dans toutes les grandes capitales mondiales, influencé par la musique, le sport ou le design.

EN *mode* SPORT

LA MODE URBAINE

FOCUS SUR

L'influence américaine

Les sports de la glisse

Histoire de la basket

L'INFLUENCE AMÉRICAINE

L'impact de la culture américaine transparaît à travers plusieurs aspects du quotidien. La mode urbaine constitue l'un des lieux les plus représentatifs du poids conscient et inconscient de mœurs vestimentaires venues des États-Unis.

Les années 1960-1970 fondent les bases d'un nouvel esprit sportif et vestimentaire. L'essor des sports alternatifs tels que le surf, le skateboard ou le snowboard prisés dans les villes de mer ou proches des montagnes (San Francisco, Los Angeles) modifie profondément les habitudes vestimentaires. Dans les années 1980-1990, les courants musicaux des métropoles urbaines introduisent de nouveaux codes d'appartenance.

La culture hip-hop (rap, smurf, break, tags…) sert de point de ralliement à la vague d'un objet emblématique d'affirmation sociale : les baskets. Prisé à la fois par les catégories aisées et les couches les plus modestes, le vêtement sport, américanisé en sportswear, devient en quelques décennies l'expression la plus parlante de l'esprit sport.

Giorgio ARMANI

« Le sportswear apparaît comme une évolution naturelle pour le luxe. Il doit exprimer une recherche élégante du confort. J'ai été l'un des premiers à le faire entrer dans mes collections. C'est probablement l'avenir de la mode ».

Les Echos week-end

Tayshaun Prince, vers 2004 © Piotr Sikora/Corbis

Lebron James portant une veste homme Nike Tech Aeroshield Windrunner, 2014 © Nike

Nike Tech Pack women Parks © Nike

SPORT DE GLISSE

« La glisse conjugue également le sentiment du vertige avec celui du contrôle physique de la situation. Elle prodigue la dépense et l'ivresse et repose sur la confiance en ses ressources personnelles. »
(Le Breton 1991)

Les sports de glisse commencent à être plus largement pratiqués dans les années 1970. Leur pratique engendre des sensations fortes quasiment antinomiques avec les disciplines plus classiques : la liberté et le Fun ! Les techniques et la sécurité imposées par ces sports et la communion quasiment immersive avec les éléments naturels vont, de fait, créer de nouvelles tendances, de nouvelles attitudes et de nouveaux codes vestimentaires.

© Redbull

Ces sports auront également leurs héros ambassadeurs de ces styles : Robby Naisch, Kelly Slater, Tony Hawk…

Et là aussi, les codes vestimentaires sont descendus dans la rue !

Stand Up Paddle avec Robby Naish à Hambourg, 2014 © Christian Charisius/ dpa/Corbis

© Aleksander Rubtsov/Blend Images/Corbis

? Le saviez-vous

Expérimenté dès les années 1920 en France, c'est en 1949 que Juan-les-Pins est le théâtre des 1ers Championnats du Monde de ski nautique !

Le wakeboard fait également ses premières apparitions sur la Côte-d'Azur dans les années 1980.

ZOOM SUR
HISTOIRE DE LA BASKET !

La photo a fait le tour du monde. Jean-Marie Gustave Le Clézio, prix Nobel de littérature en 2008, assis sur une chaise à paillage, vêtu d'un costume sombre, d'une chemise à carreaux et d'une cravate à fleurs. Il porte des baskets.

Le contraste est saisissant ! Parti des États-Unis dans le milieu des années 1980, l'usage ordinaire de la basket (ici, terme qui comprend toutes les chaussures à semelle en caoutchouc) pénètre aujourd'hui toutes les couches sociales. L'histoire a négligé cette pièce remarquable de la vie quotidienne perceptible dans tous les continents, alors que la basket permet de déceler l'influence du vestiaire sportif dans l'expression des mutations des modes vestimentaires.

L'histoire de la basket découle de l'invention du caoutchouc. En 1839, le chimiste américain Charles Goodyear met au point le procédé de vulcanisation (action de la chaleur sur un mélange de caoutchouc et de souffre) qui donne à la gomme des caractéristiques plastiques. S'ensuit au milieu du XIX^{e} siècle un usage du caoutchouc dans diverses activités, notamment la fabrication de chaussures.

En 1917, l'entreprise américaine Converse (fondée en 1908) lance la première chaussure dédiée à la pratique du basket-ball, une discipline en plein essor depuis la création d'un championnat en 1898. Converse associe la chaussure avec le nom d'une vedette sportive. En 1923, à côté de la marque étoilée s'ajoute le nom du basketteur Chuck Taylor. Ainsi naît la Converse Chuck Taylor All Star. Elle est appréciée par les basketteurs pour sa forme (tige montante, protège-talon et cheville) et plaît aux ouvriers d'usine pour sa robustesse.

La scène artistique (cinéma, théâtre, musique) contribue à sa popularité au-delà des frontières américaines. L'Europe ne reste pas en-dehors de cette mode. Adidas, la marque allemande (fondée en 1948), se positionne avec la Stan Smith.

Chuck Taylor All-Star Converses

Depuis sa sortie en 1964, 40 millions de paires ont été vendues dans le monde. Un record !

Chaussure de tennis Adidas Stan Smith dédicacée par le joueur

La renommée s'accroît deux décennies plus tard. En 1985, l'usage de l'Adidas Superstar par le groupe de hip-hop Run-DMC, complété par leur chanson « My Adidas », renforce la renommée de l'équipementier auprès de jeunes américains et européens. L'année 1985 correspond aussi au coup de force de Nike (fondée en 1972) avec l'Air Jordan. La marque surfe sur la popularité de la star du basket-ball du moment, Michael Jordan, et sur une médiatisation mondiale de ses exploits via la télévision (Canal+). La paire au logo du joueur qui smashe sort rapidement des parquets de basket-ball

ZOOM SUR
HISTOIRE DE LA BASKET !

Baskets Air Jordan XX9 © Nike

pour devenir un attribut d'appartenance à la culture black. Le réalisateur Spike Lee lui rend hommage à travers le personnage taiseux de Radio Raheem dans le film « Do The Right Thing ». Culture urbaine et Nike semble lié. À côté d'équipementiers globalisés et hyper-médiatisés par la sollicitation de stars pour promouvoir leur marque, se trouve New Balance (fondée en 1906). Elle tient à deux principes : ne jamais délocaliser ses usines américaines et européennes, et ne jamais engager une star pour la publicité de ses produits. L'entreprise réussit à prendre place dans le marché des sneakers, avec notamment la promotion indirecte faite par des célébrités « non bling bling » : Dustin Hoffman, Steve Jobs, Gwyneth Paltrow.

Dans les années 2000, la haute couture instille un nouveau souffle aux baskets. Les équipementiers se rapprochent des créateurs pour lancer de nouvelles créations ou renouveler certains modèles. Stella McCartney, Yohji Yamamoto créent leurs lignes avec Adidas. A Bathing Ape, créateur japonais, signe une nouvelle version de la Superstar. Alexander McQueen dessine de singulières paires chez Puma. Marc Jacobs revisite la Vans Slip On, Chanel crée Fury…

Nike Air Max

Le chic nonchalance s'installe progressivement dans les moeurs vestimentaires. Le rendez-vous entre le sport et la mode produit des œuvres remarquables. Dans la rue, la basket est devenue un objet ordinaire. Grâce à la haute couture, c'est un objet extraordinaire.

Claude BOLI.

Responsable département recherche du Musée National du Sport

« Le sport fait partie de notre vie quotidienne
et, qu'on le pratique ou non, il exerce
une influence certaine sur la vie moderne »

John Galliano (Maison Dior)

EN mode SPORT

QUAND LA MODE SE MET AU SPORT

FOCUS SUR

Sportifs et égéries de la marque

Hermès

Chic et sport

L'avenir de la haute couture

SPORTIFS ET ÉGÉRIES DE MARQUES

Les maisons de haute couture et les puissantes enseignes de vêtements trouvent dans les célébrités sportives une façon de faire fructifier leur produit et leur image. Des sportifs sont érigés en ambassadeurs de marque. L'esprit sport s'installe sur le terrain du chic et redessine les contours de l'élégance.

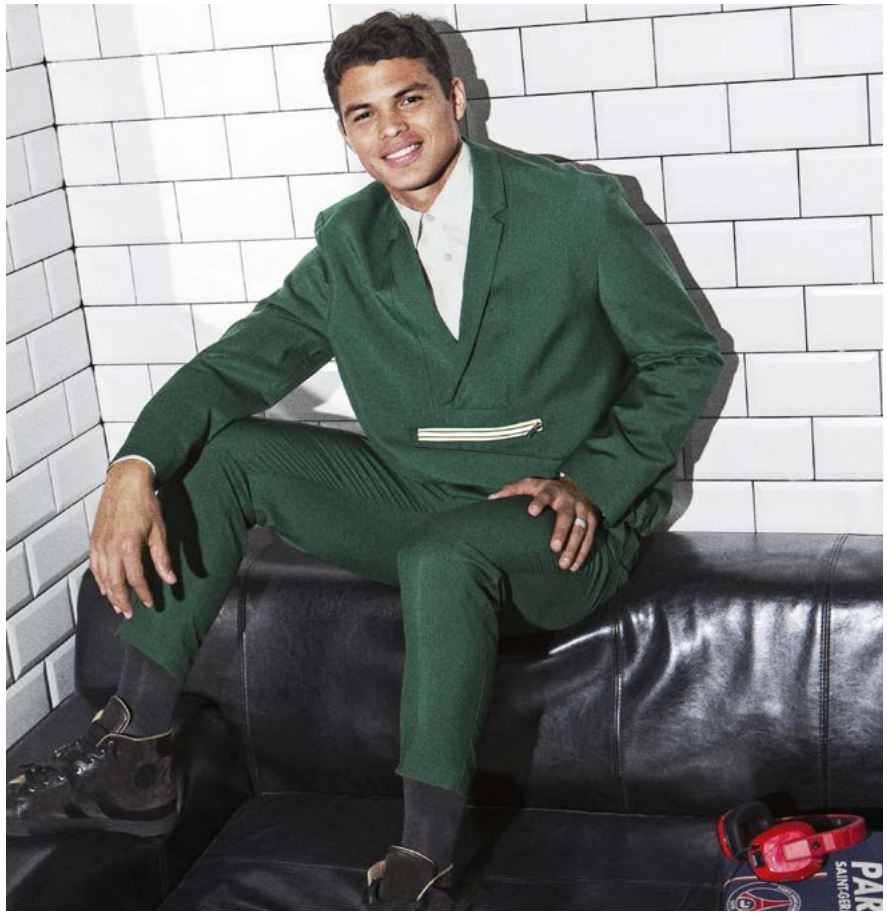
Accessoires, lignes de vêtements, produits de beauté, les marques et les athlètes ont bien compris le pouvoir de leur association tant en terme d'image que de marketing.

De Tiger Woods à Roger Federer en passant par Lewis Hamilton ou Usain Bolt, tous les sports bénéficient de ces alliances.

Les footballeurs ne sont pas en reste. En effet, le public retrouvera régulièrement Zinedine Zidane, David Beckham, Cristiano Ronaldo, Lionel Messi pour des campagnes de publicité pour de grandes marques de mode ou Maisons de luxe.

Carl Lewis en Armani, 2013 © Sport & Style

Olivier Giroud, 2014 © Sport & Style, n° 54, avril 2014



Thiago Silva, 2014 © Sport & Style, n° 56, juin 2014

ZOOM SUR HERMÈS

Le coffre pour tapis et selle d'équitation homme ainsi que des bombes et leurs étuis des années 1920 HERMES, une petite sellerie qui a bien grandi !

Coffre pour selle, selle et tapis de selle Hermès, Vers 1920
Conservatoire des créations Hermès, inv. CMA-016

Etui à bombe et bombe d'équitation Hermès de la Maison E.Motsch, Vers 1920
Conservatoire des créations Hermès, inv. CET-060

Chez HERMES tout commence en 1837. Thierry Hermès fabrique des selles et des harnais de luxe. Ce métier était en plein développement.

A la fin de la 1ère Guerre Mondiale, les transports se modernisent et la famille Hermès se dirigent vers la fabrication de bagages et de malles adaptables sur les voitures de l'époque.

« Précurseur, Thierry mise immédiatement sur le luxe et les produits d'exception car Paris, déjà synonyme de qualité, de finesse et d'élégance, accueille une clientèle d'élite »
Ménéhould de Bazelaire, Directrice du patrimoine culturel chez HERMES. (Extrait Economie magazine – 2015).

Carré Joueurs de polo Hermès

Tenue d'équitation Hermès de l'équipe américaine des Jeux Olympiques de 2008 à Beijing (Chine), 2008
Prêt Conservatoire des créations Hermès

Look Equitation Hermès, collection printemps 2011
Prêt Conservatoire des créations Hermès

CHIC ET SPORT

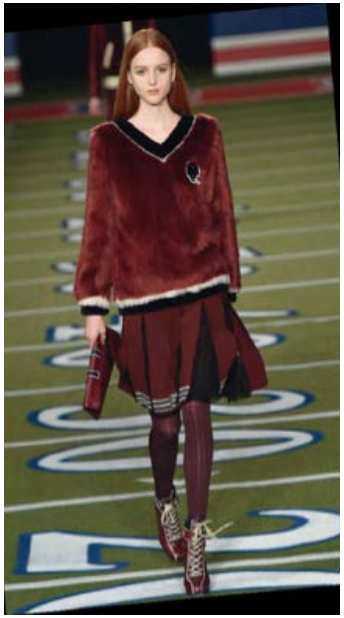
Les années 2000 voient l'explosion des connexions entre l'univers du luxe, celui des tenues plus abordables, et du champ sportif. Désormais, le sport s'inscrit dans les inspirations artistiques et les ambitions commerciales des créateurs de tendances vestimentaires. La rencontre n'est plus un effet de mode mais témoigne de la prise en compte des valeurs sportives et de la nécessité de conquête d'un marché qui prospère. La création s'invite dans le monde du sport afin d'en extraire des images valorisantes, qu'elle renvoie dans la société. La mode vestimentaire est alors marquée par la silhouette virile, le corps désirable ou la confusion des genres.

EN CE MOMENT

En 2014 - 2015 : Mary Katrantzou signe avec Adidas ; la top modèle brésilienne Giselle Bündchen s'affiche en vêtements de sport Under Armour ; Karl Lagerfeld revisite les sacs Vuitton en punching-ball ; les mannequins défilent sur les podiums chaussées de baskets signées Dior, Gucci ou Chanel.

Collection Haute Couture printemps-été, défilé Chanel de la Paris Fashion Week, 2014 © Chanel

Défilé Paul Gaultier collection automne 2010 Menswear, Paris Fashion Week, 2010 © Fairchild Photo Service/Condé Nast/Corbis



Défilé Tommy Hilfiger collection automne 2015 RTW © Fairchild Photo Service/Condé Nast/Corbis

Le créateur Alexandre Vaulthier photographié par Boris Diaw © Nike, la silhouette blanche

Karl Lagerfeld pour CHANEL, Collection Prêt-à-Porter Automne/ Hiver 2014 Collection CHANEL

L'AVENIR DE LA HAUTE COUTURE

LES ACTEURS DE LA MODE S'ASSOCIENT À L'EXPOSITION « EN MODE SPORT »

L'ÉCOLE DE LA CHAMBRE SYNDICALE DE LA COUTURE PARISIENNE L'ÉCOLE DE MILAN DESIGN ET COUTURE

Afin de poursuivre la démarche de création entre ces deux disciplines représentées par le Sport et la Mode, le Musée National du Sport a proposé à l'Ecole Syndicale de la la Mode à Paris et l'Ecole de Milan – Design et Couture d'engager leurs élèves de fin de cycles dans un processus de création. L'idée était qu'ils s'inspirent des tenues de sports pour réaliser des vêtements de créateurs et les accessoires. Les projets les plus intéressants seront donc à l'honneur au cœur de l'exposition « En mode sport ».

École de la Chambre syndicale de la couture parisienne

«Fencing» par Aleksandra DRIBNOKHOD de l'Istuto Europeo di Design IED Mode, Milano'

LE SALON DE LA MODE INTERFILIÈRE

Le Musée National du Sport s'est également associé au salon de la Mode Interfilière qui se déroulera du 4 au 6 juillet 2015 à Paris. Les organisateurs et les exposants ont permis aux élèves des écoles de la Mode de Paris et Milan de bénéficier des matières pour concevoir leur création. Certaines d'entre elles seront présentées lors du salon en compagnie d'une scénographie de l'exposition « En mode Sport » qui sera présentée dans le même temps au Musée.

Maquette de le section « sport et mode » du Salon Interfilière Paris

UN PERSONNAGE, UNE DATE, UNE TENDANCE.

LE SPORT, LA MODE TOUTE UNE HISTOIRE.

Dans la campagne d'affichage, pensée façon collection, un footballeur international, habillé du maillot officiel des Bleus de 2011 directement inspiré par la célèbre marinière de Jean-Paul Gaultier, croise le combatif Cantona de 1992 et son maillot col relevé, l'intemporelle marque de fabrique de la rebelle attitude, ou encore la « divine » Suzanne Lenglen de 1920, toujours très élégante sur les courts de tennis, jupe plissée au genou et bandeau vissé sur le célèbre carré court de la génération Charleston.

Un dialogue intergénérationnel et transculturel entre la mode et le sport, mettant en exergue les interactions entre deux mondes. Une porte ouverte sur une évolution sociologique et sociale au travers de sportifs emblématiques, de stylistes influents et au-delà de notre société des XX^{e} et XXI^{e} siècles. La campagne parle aux hommes et femmes de tous les âges, évoquent ces souvenirs, que l'on y voit la marque d'un sportif, d'un couturier ou d'une époque, autant de clins d'œil hauts en couleurs à ces moments d'émotion que chacun se remémore à façon.

UNE EXPOSITION ASSOCIÉE À NICE 2015 - PROMENADE(S) DES ANGLAIS

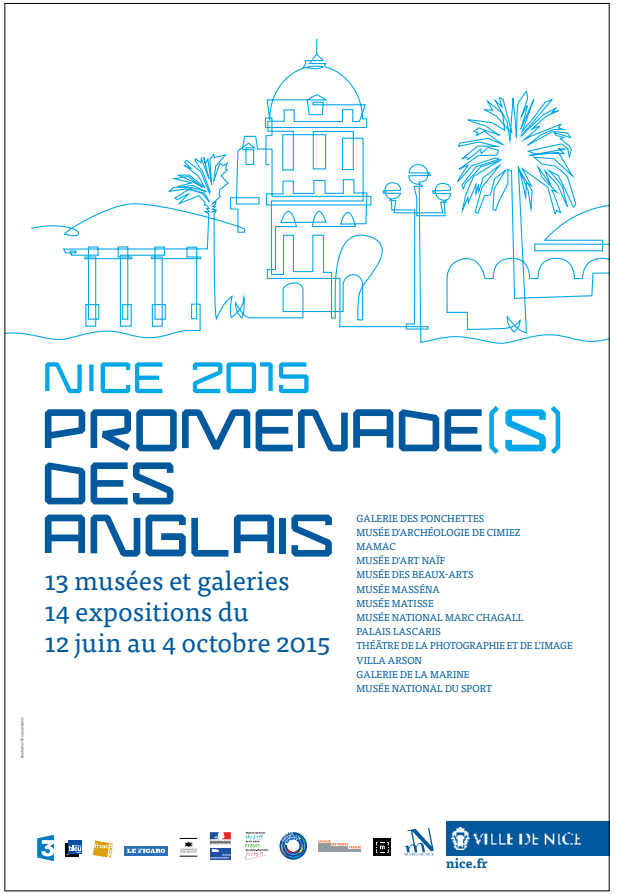
La Ville de Nice organise cet événement d'envergure dans la perspective de la Candidature de « Nice, Capitale d'hiver et sa Promenade des Anglais » à une inscription sur la liste du patrimoine mondiale de l'UNESCO. 13 musées et 14 expositions à travers toute la ville du 12 juin au 4 octobre 2015 traiteront de cette thématique.

A travers l'exposition « En mode Sport », le visiteur pourra mesurer comment le sport, particulièrement marqué par les aspects de la mondanité qui l'entourent à la fin du XIXe siècle, dépasse dès son origine le terrain de jeux pour devenir un espace d'élégance formidablement puissant.

L'exposition proposera un focus sur la manifestation de ces réalités sur le territoire niçois et plus particulièrement sur la Promenade des Anglais, terrain d'étude rêvé car accueillant d'innombrables événements sportifs, mondains, culturels et touristiques depuis le début du XIXe siècle.

Ironman France-Nice

Exercice de culture physique sur la plage devant le palais de la Méditerranée, 1920-1930



EN *mode* SPORT

LES ANIMATIONS DE L'ÉTÉ

UN PROGRAMME D'ANIMATIONS TOUT AU LONG DE L'ÉTÉ

NOCTURNE CINÉ SPORT

NOCTURNE SPECTACLE VIVANT

NOCTURNE COLLECTION

NOCTURNE ENTRETIENS « AMIS DE CLAUDE BOLI »

Tout au long de l'été, le Musée National du Sport proposera une série de rendez-vous « en mode after ».

Ces nocturnes sont programmées tous les Jeudis soirs du 25 juin au 24 septembre. Elles verront des performances de danse, de théâtre, de street-art, des projections, des ateliers de dessins « Mode et Sport », photos, customisation et initiations diverses, des rencontres appuyées de dédicaces, des tables rondes sans oublier des performances gaming ! Outre les animations tout à fait ludiques, ces nocturnes seront également l'occasion de sensibiliser le public aux métiers liés au Musée : des rendez-vous seront organisés pour visiter les réserves, dialoguer avec des restaurateurs d'œuvres, comprendre les techniques de préservation des objets…

A VOS AGENDAS !

AU PROGRAMME

JEUDI 18 JUIN

Nocturne collection - Mannequinage

Visite des réserves, sortie de textiles et présentation de conditionnement de textiles, atelier de mannequinage et toucher de matières.

JEUDI 25 JUIN

Nocturne entretiens

«Amis de Claude Boli »

Ironman Nice – Rencontre avec organisateurs et athlètes

JEUDI 2 JUILLET

Nocturne ciné-sport - Haute couture

Diffusion d'un documentaire sur la Maison Hermès, Animations

JEUDI 9 JUILLET

Nocturne spectacle vivant

Mode, danse & fitness

Spectacle de danse par l'Association
Entretien avec des coachs sportifs, conseils en nutrition et en mode.
Relooking : coiffure et maquillage
Stand Do it yourself : Atelier customisation baskets, totebag et bandeaux

JEUDI 16 JUILLET

Nocturne collection

Collection haute couture

Visite des réserves
Sortie de vêtements féminins stylés et designés
Studio photos avec buste Stockman « Jouez aux gravures mode »

JEUDI 23 JUILLET

Nocturne entretiens

«Amis de Claude Boli »

Bloggeuses et couturières

JEUDI 30 JUILLET

Nocturne spectacle vivant

Mode, danse & fitness

Défilé de maillots de bain et de combinaisons de sports aquatiques
Présentations d'objets sportifs
Simulateur de surf
Projection vidéo et performance DJ

JEUDI 6 AOÛT

Nocturne ciné-sport

Sport, mode et Streetwear

Projection du film « Wild Style »
Atelier de customisation bombe/Skate

JEUDI 13 AOÛT

Nocturne spectacle vivant

Mode américaine et sport

Performances sportives et initiations
Pompom girl/basket/Baseball/Football américain
Projection de vidéos sportives
Performance artistique : visite de l'expo temporaire avec des artistes et performance graphique

JEUDI 20 AOÛT

Nocturne collection

Collection Street et Rider

Visite des réserves
Présentation de la collection Skateboard
Cusmomisation de skates

JEUDI 27 AOÛT

Nocturne entretiens

«Amis de Claude Boli »

Sports Outdoor

JEUDI 3 SEPTEMBRE

Nocturne Apéro-Mix - MuséoMix

Visite de l'Expo « En mode Sport »
DJ

JEUDI 10 SEPTEMBRE

Nocturne spectacle vivant

En mode Streetwear

Performances sportives : danse krump et hip hop
BMX/Skate : infinity street
Performance électro
Défilé Streetwear
Performance Street art graffiti
Performance gaming : jeu vidéo Tony Hawk

JEUDI 17 SEPTEMBRE

Nocturne collection

Qu'est-ce-que la restauration ?
Visite des Réserves
Rencontre avec 2 restaurateurs :
Florence Feuardent (restauratrice de peinture)
et Magali Bonnet-Funel (restauratrice sur Bois)

JEUDI 24 SEPTEMBRE

Nocturne entretiens

«Amis de Claude Boli »

Intervenant à définir

LE MUSÉE NATIONAL DU SPORT FÊTE SA PREMIÈRE ANNÉE À NICE !

Le Musée National du Sport célèbrera à travers la programmation estivale sa première année d'existence à Nice !

En effet, il a ouvert ses portes le 27 juin dernier au cœur du stade Allianz Riviera à Nice sur le territoire qui accueillera, dans les prochaines années, le futur quartier de « l'Eco-vallée », axe de développement économique et sportif de la Ville de Nice.

Le Musée National du Sport, initialement baptisé Musée du Sport français, situé à Paris et créé à la demande de Maurice Herzog en 1963, présente une immense collection d'objets de sport. Il compte aujourd'hui près de 45 000 objets et 400 000 documents, conservés à l'identique des œuvres plus classiques, puisque ce musée bénéficie de la labellisation « Musée de France ».

Installé à Nice depuis une année dans un ensemble architectural imaginé par Jean-Michel Wilmotte, le musée propose une scénographie dynamique, un graphisme audacieux et une muséographie qui se décline selon un parcours composé autour de 4 défis : Défi sur soi, d'homme à homme, collectif et au-delà des limites. Il présente l'histoire du sport de l'Antiquité à nos jours à travers un parcours initiatique organisé autour de la découverte du sport, de ses richesses et de ses valeurs.

Que voir au Musée National du Sport ? Des affiches, peintures, dessins et aquarelles, estampes, lithographiques et gravures, films, vidéos, livres, médailles, trophées, récompenses, photographies, sculptures, tenues et objets de sport.

Le Musée National du Sport dispose également d'un Centre de Recherche et de Ressources Documentaires du Sport (C2RDS) qui est accessible aux chercheurs et aux étudiants.Des espaces de location sont également disponibles.

Après 12 mois d'ouverture plus de 40 000 visiteurs ont pu découvrir les trésors de ce Musée et s'approcher de la performance physique et sportive des plus grands champions et athlètes : Jesse Owens, Marcel Cerdan, Jacques Anquetil, Michel Platini, Raymond Kopa , Jean-Claude Killy, les Mousquetaires de l'équipe de France de tennis, Yannick Noah, Roger Federer, Laura Flessel, David Douillet, Tony Parker, Jacqueline Auriol…

Pour cette nouvelle année, l'objectif est de donner des rendez-vous réguliers au public afin qu'il puisse découvrir les évolutions du monde du sport, démultiplier les rencontres avec les sportifs, sensibiliser le plus grand nombre aux métiers des Musées et faire en sorte qu'il devienne un lieu de rendez-vous incontournable tant pour les azuréens que pour les touristes !

TARIFS

Plein tarif : 1 exposition : 5€/ Exposition permanente + temporaire : 7€
Tarif réduit : 1 exposition : 2,50€ / Exposition permanente + temporaire : 3,50€
Entrée gratuite pour les moins de 18 ans.
Entrées incluses dans le French Riviera Pass et la Côte d'Azur Card.

HORAIRES

De mai à septembre : 10h - 18h - Nocturne le Jeudi jusqu'à 21h
D'octobre à avril : 11h - 17h
Fermeture le Lundi.

ACCÈS

Le Musée National du Sport est situé à proximité de l'aéroport Nice Côte d'Azur
En voiture : Parking Gratuit.
A8 - Sortie 52 Saint Isidore, suivre Stade Allianz Riviera
Ou
suivre Route de Digne, puis Allianz Riviera
(compter 15 minutes de la Place Masséna)

En bus de Nice : Lignes 11 et 59 - Saint Isidore

En train (Chemins de Fer de Provence - Train des Pignes)
Gare de Nice - Saint Isidore.

CONTACT PRESSE

Thomas FANARI
Tel : 04 89 22 44 03 - 07 76 06 58 00
thomas.fanari@museedusport.fr
WWW.MUSEEDUSPORT.FR

Musée National du sport - Stade Allianz Riviera - Bd des Jardiniers - 06200 Nice

Tel : 04 89 22 44 00 - contact@museedusport.fr