

Le sweat à capuche, du sportif au fétiche

Série d'été
(4/7)

Par Clément Boileau

Originellement conçu pour les jeunes sportifs américains, le hoodie a acquis ses lettres de noblesse au cœur de la contre-culture américaine (skate, rap, graffiti). Mais le vrai carburant de son succès est bien plus subtil...

Dans la galaxie de la sape passe-partout, il existe une place spéciale pour le sweat à capuche (*hoodie*, en anglais). Qu'on soit riche ou pauvre (ou entre les deux), jeune ou moins jeune, attentif ou non à son apparence, casanier ou gros sorteur, cette pièce qui fait en général la part belle au coton est portée (presque) partout, (presque) tout le temps, par à peu près... (presque) tout le monde. C'est sans doute l'acteur et rappeur américain Childish Gambino (Aka Donald Glover) qui résume le mieux le côté tout-terrain du pull à capuche dans sa chanson *My Hoodie*. «Je porte mon sweat à capuche qu'il pleuve ou qu'il vente [...] Il y a une poche à l'avant qui contient mes CD, et qui réchauffe mes mains quand il y a trop de vent.»

Bref, qu'il soit cintré ou ample, monochrome ou bariolé, bardé d'un bon gros

slogan ou pas, le *hoodie* sait rester simple, pratique. Même s'il est usé, oublié par son propriétaire au fin fond d'un placard, sa valeur sentimentale demeure intacte. Une autre petite chansonnette l'illustre, celle du groupe américain Hey Violet dans la bien nommée *Hoodie*: «Tu vas sans doute me prendre pour une dingue (si tu savais), mais je l'ai encore dans mon placard (triste mais vrai), je le mets sur mes épaules [...] Je t'ai tout donné, et tout ce que j'ai eu, c'est ça; je porte toujours ton

«Je sais que la relation amoureuse de ma fille devient sérieuse quand elle porte le sweat de son petit ami.»

sweat à capuche; mâcher les cordons me fait penser à toi, alors je le porte quand je dors, j'ai gardé la fermeture éclair cassée, et les brûlures de cigarette; bébé, même si ça fait mal, je fais toujours vibrer ton *hoodie*...»

L'amour, la nostalgie

On aurait tort de se moquer de ce sentimentalisme un poil dégoulinant. Car c'est bien l'amour qui fait du *hoodie*, ou plutôt de certains d'entre eux, un vêtement pas comme les autres: la légende veut que ce dernier ait quitté les cercles sportifs des universités et lycées américains pour lesquels il fut conçu originellement dans les années 1930 grâce aux amourettes au cours desquelles ces valeureux jeunes hommes offraient diligemment leur pull à leur petite amie. Il y a sans doute un fond de vérité: aujourd'hui encore, le *hoodie* est clairement associé à la relation intime et à ce qu'elle représente, notamment chez les post-ados et jeunes adultes. ...

Les rappeurs, comme le français Orelsan, sont friands de cette sape associée à des mouvements revendicatifs.



Sapé comme...

... «Ma fille de 17 ans est sortie avec quelques garçons au lycée. Je sais que la relation devient sérieuse quand je la vois porter leur sweat à capuche», expliquait récemment une mère de famille au site Business Insider, apparemment pas très au fait de cette pratique pourtant ancienne (l'auteur de ces lignes peut en témoigner). Questionnée, sa fille lui a répondu simplement: «C'est ce qui se fait, maman. Tu portes le sweat à capuche de ton copain.» «J'ai cligné des yeux de surprise, raconte la mère éplorée. Premièrement, elle et ce garçon étaient passés du stade de la discussion à celui de "petit ami" et "petite amie". Deuxièmement, je ne savais pas qu'il était populaire de porter le sweat de son petit copain.» Pas de quoi en faire tout un plat; l'avantage est que cette gentille mère de famille, comme elle le raconte, a ainsi trouvé le moyen de prendre le pouls de la vie sentimentale de sa fille, au rythme des pièces défilant dans sa penderie, jugeant du sérieux de la relation en fonction de la fréquence à laquelle sa progéniture arborait les mystérieux *hoodies*.

Cœur de contre-culture

Voilà pour le côté «sacré» de ce vêtement aujourd'hui, dont on considère parfois qu'il a atteint un âge d'or. «Le sweat à capuche est devenu un véritable courant dominant. Non seulement il est disponible dans toutes les couleurs, tissus, tailles et imprimés imaginables, mais vous pouvez en acheter un entre 30 dollars et 3.000 dollars», se réjouit Trishna Rikhy, spécialiste style et commerce pour le magazine *Esquire*, louant un vêtement «pour tout le monde.» Il n'en a pourtant pas toujours été ainsi. Conçu pour les jeunes hommes sportifs dans les années 1930 par la firme américaine Champion, il s'est lentement frayé un chemin au sein de la jeunesse américaine, épousant comme un gant ses fulgurances et ses aspirations.

Déjà bien populaire au début des années 1980 après avoir été arboré par des sportifs en vue, tel le champion de baseball Joe DiMaggio (et au cinéma par Sylvester Stallone dans *Rocky*), le *hoodie* s'est imposé dans l'univers de la contre-culture américaine. Paradoxalement chez les adeptes du skate, discipline alors en perte de vitesse (qui connaîtra un rebond spectaculaire quelques années plus tard), ainsi que dans le milieu du graffiti, qui



GETTY IMAGES

Coiffé comme... La boule à zéro

L'ordre autant que la rébellion, voilà ce que symbolise, par essence, la boule à zéro. Côté pile, on trouve l'obsession du contrôle, où rien ne dépasse, une coupe bien militaire. C'est ainsi que démarre *Full Metal Jacket* (1987, photo), de Stanley Kubrick, par une séance de mise à nu capillaire de jeunes recrues appelées à servir au Viêt Nam. Les uns après les autres, voilà les soldats expédiés sous l'impitoyable tondeuse, avant que ne commence leur formation sous les ordres d'un instructeur non moins impitoyable. Côté face, cette tentative d'effacement de la personnalité pour préparer au combat s'arrête là où la dualité humaine commence. «Born to kill, peace and love» (Né pour tuer, paix et amour), est-il inscrit sur le casque du personnage principal du film. Pas étonnant, dès lors, que la symbolique militaire de la boule à zéro ait été détournée. «Choisis la vie. Choisis un travail. Choisis une carrière [...] J'ai choisi de ne pas choisir la vie», scande pour sa part, dans une longue diatribe ironique et désespérée, le héros punk héroïnomane de *Trainspotting* (1996, Danny Boyle). Doc Martens aux pieds et, bien sûr, boule à zéro de rigueur.

se popularise au fil des années 1980. On comprend bien pourquoi le vêtement est prisé dans ce dernier cas: l'art de rue – comme le skate, d'ailleurs – nécessite une certaine discrétion. Quoi de mieux, alors, qu'un pull pourvu d'une capuche?

Un marché ouvert aux ultrariches

D'un point de vue commercial, chacun a bien saisi le potentiel symbolique et sentimental du *hoodie*, avec tout ce qu'il suggère de sentiment d'appartenance. A commencer par les universités américaines, où il s'est propagé au départ, et qui en produisent aujourd'hui à la pelle (de Harvard à UCLA en passant par Yale, pour ne citer que les plus prestigieuses). Les rappeurs, friands de cette sape associée à une kyrielle de mouvements revendicatifs, d'Occupy Wall Street à Black Lives Matter, y ont aussi vu une occasion de se diversifier; on citera à ce titre la marque du rappeur français Orelsan, Avnir, qui en propose plusieurs modèles.

Fatalement, le prêt-à-porter de luxe a compris qu'il y avait aussi une clientèle chez les plus fortunés: Yves Saint Laurent, à titre d'exemple, en propose à environ 800 euros la pièce; Gucci, à 2.000 euros; Balenciaga, jusqu'à près de 7.000 euros. Résultat: les nouveaux ultrariches n'ont aucun complexe à arborer leur *hoodie* préféré, même pas «cher». Le plus célèbre d'entre eux n'est autre que le magnat de la tech Mark Zuckerberg (Meta), connu (et critiqué à l'époque) pour avoir porté des pulls à capuche lors de réunions importantes avec des investisseurs ou pendant des présentations – il en mettait déjà à Harvard lorsqu'il y étudiait. Un événement de juin 2010 révèle le rapport qu'a entretenu le multimilliardaire avec le vêtement en question, et qui en dit long sur l'aura jamais démentie de celui-ci. Alors qu'il était interrogé en public sur les problèmes d'atteinte à la vie privée générés par Facebook, le jeune milliardaire est apparu transpirant et mal à l'aise sous les spots chauffés à blanc. «Vous ne voulez pas enlever votre *hoodie*?», a fini par lui demander l'intervieweuse, Kara Swisher. «Je n'enlève jamais mon *hoodie*», lui a rétorqué Zuckerberg. Une réponse qui ressemble furieusement au mantra de la jeune fille de 17 ans refusant d'expliquer à sa mère pourquoi elle porte les sweats à capuche de ses petits amis. Une réponse simple comme un bon vieux *hoodie*: c'est comme ça, c'est tout. ●