

ÉCONOMIE

11,5
EN EUROS,

le prix de base pour voir France-Russie, le premier match des joueuses françaises à l'Euro le 12 juillet, à Norrköping (SUE). Les pass pour les trois matches du premier tour (26 à 52 €) sont en vente sur le site de l'UEFA.

280
EN MILLIONS
D'EUROS,

les pertes cumulées des clubs de Serie A en 2011-2012, selon l'étude Report Calcio publiée par PricewaterhouseCoopers. Cinq ans plus tôt, en 2007, elles n'étaient « que » de 150 millions d'euros.

1,7
MILLION

de téléspectateurs ont regardé jeudi Brésil-Uruguay sur TMC. Meilleur score de la chaîne en 2013, il reste en deçà de son record absolu (2,06 millions) détenu par le film *Bodyguard*, avec Whitney Houston, diffusé en février 2012.

240
EN MILLIONS

de préservatifs par an, la production de la firme brésilienne Sex Free, qui a signé un partenariat avec Ronaldinho et son club, l'Atletico Mineiro. Ronnie est ambassadeur de l'ONU pour son programme de lutte antisida.

2,5
EN MILLIONS
D'EUROS,

l'offre annuelle de naming du stade de Lille que proposait encore récemment le groupe Partouche, sponsor et actionnaire du LOSC. Offre refusée par la municipalité, qui l'a finalement baptisé stade Pierre-Mauroy.

La Stan Smith est increvable

Lancée à la fin des années 1960 par Adidas, la célèbre paire de tennis, supprimée du catalogue en 2011, fera un retour attendu à l'automne.

On peut gagner l'US Open (1971), Wimbledon (1972), sept fois la Coupe Davis (!) et ne laisser son nom dans l'imaginaire du quidam que pour une vulgaire paire de pompes. Toutes simples en plus : un talon légèrement coloré (en vert historiquement), le reste en blanc, avec trois bandes perforées et puis c'est tout. Quarante ans après, l'emblématique joueur américain Stan Smith est, à 66 ans, une icône presque malgré lui : la vente des chaussures éponymes lui rapporte encore près de 50 % de ses revenus. En tout cas, lui rapportaient, car en 2011, Adidas décide d'arrêter la production de la fameuse « Stan Smith », lancée en 1971. « À l'époque, on avait expliqué que ce n'était pas un arrêt mais une mise en attente. Il y a des cycles », justifie Emmanuel Gaye, la porte-parole d'Adidas France. Et si la marque aux trois bandes se défend de « faire un coup », elle entoure le retour de la mythique sneaker (*) d'un halo de mystère, en ne communiquant ni les dates précises de sortie, ni le nombre d'exemplaires.

Une stratégie parfaite pour faire le buzz à l'automne prochain. « On savait qu'elle allait revenir, se souvient Julien Lacheray, rédacteur du site Commentcamion.com, référence de la mode masculine avec plus de trois cents mille lecteurs mensuels. Ou alors cela aurait été un suicide commercial ».

En surfant sur le vintage, Adidas n'est pas à blâmer. Déjà parce que d'autres marques entretiennent le fi-



lon, Nike avec la Air Jordan ou la Air Max, Reebok avec la Pump. Ensuite, parce que le consommateur est conscient. Fondateur du site Sneakers-culture.com et collectionneur de 450 paires (en vingt-cinq ans), Max Limol partage les responsabilités. « Adidas est un rouleau compresseur et Nike n'est pas une marque mais une matrice. Ils jouent avec le côté nostalgique et les gens se jettent sur les produits sans en connaître l'histoire. Avant, on avait des sneakers addicts qui entretenaient un rapport presque affectif avec l'objet, aujourd'hui, ce sont de simples consommateurs, des victimes de la mode. Demandez aux jeunes s'ils savent qui est Stan Smith, comment est née cette chaussure ? ».

La « Stan » doit sa naissance, en 1964, à un... Français, Robert Halliet. Joueur de tennis, il se voit proposer par Adidas de travailler sur un nouveau

modèle, le premier en cuir. Un joli succès sur les courts en Europe qui ne se traduit pas sur le marché américain en plein essor. Le patron d'Adidas, Horst Dassler, décide alors en 1971 d'associer sa chaussure à un sportif en vogue. Ce sera l'Américain Stan Smith, le numéro 1 mondial.

ATEMPORELLE, ELLE VA AVEC TOUT (OU PRESQUE)

La suite ? C'est la rue qui s'en empare, comme souvent, à commencer, dans les années 1980, par le hip-hop et... les hard-rockers : « La classique, la blanche, était portée par les premiers, note Limol. Les hard-rockers, eux, avaient adopté la notre comme attribut identitaire. » Deux communautés essentiellement masculines. « Un homme, s'il est bien avec un objet, peut en acheter dix exemplaires, souligne Julien Lacheray. Donc, le retour de la Stan Smith, ça va marcher. »

Chez Adidas, on ne s'inquiète pas plus et on s'appuie sur un calendrier bien pensé. « À l'automne, seuls quelques dizaines d'exemplaires, en série

limitée, seront mis en vente dans des boutiques dédiées à la mode. Les leaders d'opinion seront d'abord visés. Ce sont eux qui lancent la tendance auprès du grand public qui aura accès à la chaussure au printemps prochain. » À un tarif (entre 100 et 150 €) assez courant maintenant pour des sneakers alors que les séries limitées atteignent certainement des prix beaucoup plus élevés. Ce qui ne rebute pas le fan. « On peut la mettre avec tout, elle est atemporelle, assure Lacheray. On ne peut pas faire trop d'erreur avec la Stan Smith. On déconseille quand même de l'associer avec un jogging. » On ne plaisante pas avec les objets cultes.

YOHANN HAUTOIS

(*) Chaussure conçue à la base pour la pratique sportive et devenue accessoire de mode.

199 FRANCS
SOIT TRENTE EUROS

Le prix d'une paire de Stan Smith dans les années 1980-1990. On en trouvait un peu partout. Depuis son retrait en 2011, il n'y avait pas pénurie : des sites marchands ou d'occasion ont permis de ne pas voir les prix flamber. La paire coûte aujourd'hui environ 60 euros. À la rentrée, le nouveau modèle s'affichera entre 100 à 150 euros.



1\$

Par paire. La somme allouée à Stan Smith au début du partenariat avec Adidas. Avant que le contrat soit revu à la baisse.

40 millions

Le nombre de Stan Smith vendues dans le monde depuis sa création, selon une estimation. En 1990, elle est même entrée dans le Guinness Book avec 20 millions de paires écoulées.

26 milliards €

Le marché de la chaussure de sport dans le monde, dont cinq millions pour les seules sneakers.

LES AUTRES SNEAKERS « CULTES »



La Pump de Reebok (de 70 à 130 euros)



La All Star de Converse (de 60 à 100 euros)



La Air Jordan de Nike (de 100 à 250 euros)



La Nastased' Adidas (de 60 à 80 euros)

(Photos DR)