

ATHLEISURE

PLUS QU'UNE MODE, UN MODE DE VIE

L'OFFICIEL

ATHLEISURE

FOCUS

Comment le dressing sport est arrivé à la ville ?

PHÉNOMÈNE

Il était une fois l'athleisure, de Coco Chanel à Beyoncé.

DÉCRYPTAGE

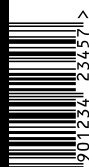
Lycra®, sweat-shirt, legging, « power suit »...

LOOK BOOK

#OOTD #ATHLEISURESTYLE Les looks incontournables.

EN PARTENARIAT
AVEC

KARIBAN
BRANDS



5 901234 123456

ÉDITO

ATHLEISURE

ATHLEISURE, LE MOT EST LANCÉ.

Comment ce mot se prononce-t-il ? Qu'est-ce que cela veut dire ? D'où cela vient-il ? Comment en parler ? Comment l'adopter ? Toutes ces questions sont légitimes ! Star de la rue, star des réseaux sociaux, et star des stars, la tendance « athleisure » est partout. Nous y avons dédié un numéro hors-série pour faire toute la lumière sur ce que vous ne pouvez pas (plus...) ignorer. Le terme athleisure vient de la contraction des mots anglais « athlete » (athlète) et « leisure » (loisirs).

Traduisez pratique et esthétique. Il s'agit d'une tendance vestimentaire qui fait le parfait combo entre style, confort et fonctionnalité. Un dress code moderne et actif qui redistribue les cartes de la mode : 1 seule tenue pour toute la journée, sans avoir besoin de se changer, même quand on enchaîne garderie du matin pour les

enfants, bureau, déjeuner business, réunions, gym et sortie entre amis. C'en est fini des costumes veste-pantalon avec cravate, le tout tiré à 4 épingles pour aller au bureau. Au placard ! Aujourd'hui il faut incarner la femme et l'homme

modernes qui jonglent entre vie pro et vie perso, qui prennent du temps pour faire du sport et prennent soin de leur santé. S'il y a quelques années encore, il aurait été impensable de porter des vêtements de sport au bureau ou dans la rue, à moins justement de se rendre à la salle de sport, aujourd'hui, cela n'a plus rien d'insensé. On les mixe avec des pièces habillées, on mise sur les accessoires, on joue la carte du « dé-formalisé ». Les hommes comme les femmes adoptent ce

**Le terme
athleisure
vient de la
contraction
des mots
anglais**

“athlete”
(athlète)

&

“leisure”
(loisirs)

style athleisure, hybride entre chic et sportswear, décomplexé des diktats d'une rigueur vestimentaire professionnelle dépassée, pour « se sentir bien dans ses baskets... ». Au-delà d'un effet de style, la tendance athleisure est même devenue un véritable phénomène de société. Plus qu'une mode, un mode de

vie. Liberté et confiance. Aucun autre style n'avait auparavant apporté un état d'esprit comme le fait l'athleisure... L'esprit athleisure souffle en vous ? Laissez-le s'exprimer et transmettez-le ! En officialisant cette tendance auprès de vos collabo-

rateurs c'est votre équipe que vous fédérez, votre marque employeur que vous installez et un coup de fraîcheur que vous donnez à votre image en externe. Et vous ne perdrez pas votre autorité pour autant.

À découvrir au fil de ce hors-série en partenariat avec les marques du groupe KARIBAN BRANDS, tout ce qu'il faut savoir pour faire régner l'esprit athleisure autour de vous.

VOTRE MEILLEUR ALLIÉ : KARIBAN BRANDS

Ce sont 4 marques nées il y a plus de 20 ans, leaders du textile et de l'accessoire brandés à votre image pour répondre à tous les besoins d'habillement, d'image et de communication... et à mixer entre elles pour véhiculer votre propre style athleisure ! Tous les articles KARIBAN BRANDS présentés dans ce magazine se personnalisent à vos couleurs et avec votre message.

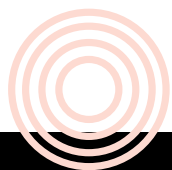
KARIBAN
BRANDS

KARIBAN
lifestyle wear

PROACT.
sportswear

kup
headwear

ki-mood
bagagerie
& accessoires



SOMMAIRE

FOCUS

Comment le dressing sport est arrivé à la ville ?

P.06

PHÉNOMÈNE

Il était une fois l'athlisure, de Coco Chanel à Beyoncé.

P.10

BUZZ DE LA RÉDAC'

Vu, lu ou entendu... ce qui nous a plu !

P.12

DÉCRYPTAGE

Les mots qui comptent pour tout comprendre de la tendance athlisure.

P.14

LOOK BOOK ATHLEISURE

Les pièces les plus désirables du moment.

P.18

INFLUENCE

Le homewear enrichit la tendance athlisure.

P.24

KARIBAN BRANDS

Coup de cœur & coup de projecteur.

P.26

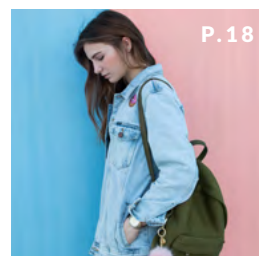
En avant la vie !

Par de nombreux professionnels de la mode, l'athlisure est défini comme le style du 21ème siècle. Le célèbre Wall Street Journal le définit comme le « Wear anywhere », littéralement « Porter

n'importe où ». Une tendance qui ne peut que s'accélérer avec le télétravail où la frontière entre vie pro et vie perso est encore davantage floutée. Enfin de la vraie vie et du style !



P.06



P.18



P.26



KARIBAN



FOCUS DU SPORT À LA VILLE

COMMENT LE DRESSING SPORT EST ARRIVÉ À LA VILLE ?

Notre perception des vêtements a changé en un siècle. Pour comprendre l'importance de ce chamboulement, il faut prendre conscience de ce que l'habit représente. Comment aujourd'hui les tenues se sont adaptées à notre façon de vivre ? La conquête athlétique ne s'est pas faite en un jour et elle est bien plus qu'une tendance. Pour comprendre ce phénomène, analysons les changements essentiels qui se sont produits dans notre société.

Résumer l'athlisure à la génération Millennials est réducteur et faux, mais marque la prise de conscience collective sur notre besoin fondamental d'être nous-même.

NOTRE APPROCHE AUX VÊTEMENTS SI PARTICULIÈRE

Au XIX^e siècle, la garde-robe reflète et indique sans équivoque le statut dans la société. Le type des vêtements, la coupe et la qualité du tissu en sont les marqueurs principaux. Plus le costume est de bonne qualité, plus la robe arbore de détails et plus le rang social est élevé. L'habit fait la personne, il est la représentation de ce que l'on veut que l'extérieur perçoive. Les plus riches s'affichent avec des vêtements faits par des couturières pour les femmes et des tailleurs pour les hommes. Les classes sociales sont fortement identifiées. Et plus encore pour les hommes car ils travaillent. Les femmes, elles, ne sont pas libérées et les robes qu'elles portent sont le symbole de la catégorie socio-professionnelle de leur mari... Et n'oublions pas, à travers l'histoire, que les femmes devaient être aidées pour s'habiller. À l'époque donc, l'habit ne ment pas.

Alors certes, les vêtements représentaient le statut social mais le confort n'était pas là. Imaginez,



pour les dames, une robe à corset lors d'une promenade estivale. Comment et quand alors avons-nous switché ces tenues d'apparat pour des tenues confortables ? Il faut attendre la loi du 13 juillet 1906 qui impose une journée de repos hebdomadaire, premier jalon d'une baisse du temps de travail hebdomadaire. Qui passera ensuite, en une génération, de 60 heures à 45 heures et verra la mise en place des congés payés, pour que le vêtement de détente fasse son apparition. Le loisir, ce fameux temps à soi, permet l'explosion du sport et avec lui, l'émergence d'habits confortables, et non associés à la classe sociale ou au statut. Un ancrage qui progressera encore pendant des décennies.

LES SPORTIFS OUVRENT LE CHANGEMENT...

Au premier tiers du XXe siècle, le développement du sport propulse des champions et des championnes sur le devant de la scène. Ces sportifs se libèrent des contraintes provoquées par les vêtements. Ils brisent les codes en vigueur pour plus de confort et de performance. Les hommes quittent les chemises pour faire de l'aviron, suppriment les cols pour faire du polo et raccourcissent les manches pour faire du cricket. Les femmes raccourcissent les jupes et quittent les corsets pour faire du tennis, portent des jupes-culottes pour faire du vélo, des shorts pour faire du golf. La compétition sportive érige des icônes, leurs tenues deviennent à la mode et toute une génération les imite en embrassant leur look. L'exemple le plus en résonance avec notre époque : le sweat-shirt ne sert plus uniquement à transpi-

rer lorsque l'on fait du sport (c'est pourtant bien l'origine de son nom, « sweat » = sueur en anglais) mais devient un vêtement que l'on porte à la ville. C'est la naissance du sportswear.

LES TISSUS RÉVOLUTIONNENT L'HABILLEMENT...

De statut social, la mode est devenue culturelle. Et ce sont les matières qui ont permis cette rupture. Des tissus modernes aux fibres synthétiques font leur apparition avec en tête de pont le nylon, en 1938, pour remplacer les bas de laine et surtout l'élasthanne, d'abord commercialisé sous le nom de marque Lycra®, en 1959, pour remplacer les équipements de sport en laine. Imaginez la révolution pour les maillots de bain qui, lorsqu'ils étaient en laine, pesaient 4 kilos une fois mouillés. Ces tissus changent également le rapport au corps : leur élasticité permet des coupes ajustées ou moulantes, sans retouches et sans overdose de coutures. Les tenues ainsi devenues confortables quittent la sphère privée et la limite entre tenue de ville et tenue de sport se floute. Un look plus décontracté en découle irrémédiablement.

DE LA TENDANCE DE MODE...

On doit aux stars du hip-hop, le bond culturel suivant et surtout au groupe américain Run-DMC. En 1986, une de leur chanson « My Adidas », qui prône le port de baskets de façon quotidienne, fait le buzz et les ventes du modèle « Superstar » explosent littéralement.

La marque aux trois bandes conclut un contrat de sponsoring avec le groupe de musique pour 1 million de dollars. C'est le premier contrat de ce type réalisé entre une marque d'habillement et des non-sportifs. À partir de ce moment-là, la jeunesse fan de hip-hop s'empare de ces accessoires sport pour les porter en ville. C'est la naissance du streetwear. Mais ce style garde une image un peu « bad boy ».

...AU MODE DE VIE !

Il faut encore attendre quelques années supplémentaires pour voir l'athlisure apparaître et se démocratiser. Des marques de retail comme Air Jordan ou plus récemment Fabletics (les fameux « yoga pants ») incitent à porter « ce que l'on veut quand on veut ». Être à l'aise dans ses vêtements, quelle que soit la situation, et en accord avec sa façon de vivre, voici le mantra absolu de la tendance athlisure. Une mode comme mode de vie. Et bien sûr, les réseaux sociaux participent grandement au boom de cette attitude lifestyle : d'une mode vestimentaire, athlisure est devenu un mode de vie. Et ce n'est vrai pour aucune autre tendance de mode. C'est globalement l'apogée de l'émancipation des diktats sociaux et encore plus à l'heure où la frontière entre vie personnelle et vie professionnelle devient ténue.



UN CHANGEMENT CULTUREL EN ENTREPRISE...

Au début des années 2000, le « Friday wear », venu des États-Unis, a été vu comme un symbole libérateur dans les entreprises. Il était enfin acceptable de mettre des jeans, des sweat-shirts et des baskets. Au fil des années, le Friday wear est devenu « Week wear ».

En effet, pourquoi ce qui était accepté le vendredi ne le serait pas le reste de la semaine ? Finalement était-on moins productif le vendredi en tenue plus décontractée ?

Puis l'athlisure est arrivé en entreprise : le confort recherché dans les tenues, les collaborateurs le veulent dans leur esprit également. L'émulation athlisure entraîne d'autres envies et d'autres besoins, comme la pratique du sport, l'envie de manger plus sain et de travailler à des projets porteurs de sens.



PHÉNOMÈNE

Le terme athleisure n'est apparu qu'assez récemment mais pour comprendre comment ce phénomène est devenu si important, il est nécessaire de remonter le temps et de rendre hommage aux personnalités sans lesquelles, l'athleisure n'aurait pas pu devenir cette mode et ce style de vie

qui anime la société d'aujourd'hui. Comme tout phénomène, il n'a pas de création datée au carbone 14, il a fallu plusieurs inspirations, inventions et changements culturels avant que cela ne prenne la forme qu'on lui connaît aujourd'hui.

DE COCO CHANEL À BEYONCÉ

PHÉNOMÈNE

En clair

“Athleisure” est le successeur de la mode “streetwear”, qui est elle-même un style dérivé du “sportswear”.

COCO CHANEL

Son histoire d'amour avec Boy Capel, joueur de polo renommé, est une source d'inspiration pour elle et la mode. Elle s'inspire des tenues de sport de son amant pour incorporer le jersey dans ses créations. Mais surtout elle adore porter les tenues de son joueur de polo favori notamment les sweat-shirts auxquels elle mêle ses créations plutôt urbaines. Coco Chanel est une pionnière dans ce look sport/ville.

SUZANNE LENGLEN

Le monde féminin du tennis lui doit beaucoup. La tenue officielle de l'époque est plus élégante que confortable, les femmes portent un chemisier à manches longues et une jupe longue plissée. Pour gagner en confort, Suzanne Lenglen décide de raccourcir sa jupe (juste en dessous du genou) pour une meilleure aisance de mouvement, d'opter pour un haut à manches courtes... et sa marque de fabrique le bandeau pour évacuer la sueur. Le magazine Vogue fait ses premières couvertures de mode inspirées des tenues de tennis.

RENÉ LACOSTE

Le tennis masculin, et la mode quelques années plus tard, lui doivent la célèbre invention du polo. À l'instar des tennismen, les hommes pratiquent, eux aussi, le tennis en chemise à manches longues. René Lacoste ne trouvant pas le textile adapté, fait la demande à un couturier de lui fabriquer un textile unique à l'image des chemises de sport des joueurs de polo en y ajoutant un col, le tout dans un matériau respirant. Le modèle fut déposé quelques années après par René Lacoste tout jeune retraité du tennis.

ELSA SCHIAPARELLI

En 1928, cette créatrice de mode installe à Paris ses ateliers nommés « Schiaparelli - Pour le sport ». Elle est renommée pour la création de maillots de bain, d'accessoires colorés et surtout pour l'invention de la jupe-culotte plissée qui fera sensation dans le monde du sport féminin. En ce début du XXe siècle, le monde de la couture s'intéresse énormément au confort des vêtements à destination des sportifs.

FARRAH FAWCETT

L'actrice iconique de la série « drôles de dames » apparaît dans un épisode, en 1977, baskets Cortez de la marque Nike aux pieds sur un skateboard, échappant aux méchants. Cette image devient culte pour la décennie sport et mode. Lors d'une exposition en 2017, pour fêter les 45 ans du modèle Cortez, Nike rend hommage à cette photo en la reproduisant avec leur égérie du moment Bella Hadid.

MICHAEL JORDAN

Comment ne pas parler de l'icône

du basketball ? Les années 80 sont celles qui ont vu naître le mythe Jordan. Nike s'associe à la légende en créant une paire de baskets à son nom. La jeunesse s'empare de ce phénomène aussi bien sur les terrains qu'en chaussures quotidiennes. Elles sont le symbole d'une attitude à la Jordan : cool, performant. La chaussure de sport devient alors urbaine !

MIUCCIA PRADA

Cette créatrice porte la marque Prada Sport, première marque de luxe à mettre sur un podium des vêtements confectionnés avec des matières techniques. Les années 90 marquent le début de l'émancipation du sportswear, il n'est pas destiné qu'à l'usage sportif, il monte désormais sur les catwalks pour inspirer un nouveau style, une nouvelle tendance. C'est le symbole de l'audace.

YOHJI YAMAMOTO

En 2001, ce créateur japonais, en véritable précurseur, contacte la marque de sport Adidas pour une collaboration sur son défilé en connexion avec la « culture jeune ». Cette collaboration entre marque de mode de luxe et marque de sport ancrée dans la culture est la première. S'en suivront d'autres toutes aussi glorieuses comme Louis Vuitton et Suprême.

BEYONCÉ

Elle représente aujourd'hui l'inspiration et l'emblème athleisure. Chanteuse de talent et créatrice de mode reconnue, sa marque Ivy Park est dédiée à ce style. Dans l'ensemble très sportswear, cependant pris séparément et associé avec des vêtements dit « de ville », l'athleisure est divinement incarné par Queen B.

BUZZ DE LA RÉDACT' CE QUI NOUS A PLU! VU, LU OU ENTENDU



Inspiration @kpatrickdesign

TENDANCE CHÉRIE

Les fashionistas le savent bien, le bon look ce n'est plus le total look. Aujourd'hui on chine, on assemble et on compose les pièces en les empruntant à tous les vestiaires : sport, urbain, chic, corporate... la tendance athleisure ne change pas les vêtements mais change la façon dont nous les portons.

Athleisure
Pour le prononcer à l'américaine avec un accent qui claque, dites [athli-jeur]

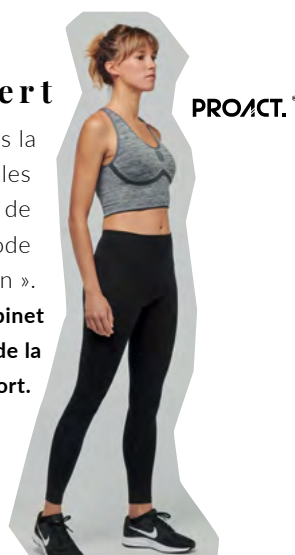
Culture US

Apparu aux Etats-Unis dans les années 2010-2011, le mot athleisure est entré officiellement dans le dictionnaire de la langue anglaise en 2016. Une seule tenue pour "work, home, gym, out" comme ils disent. Et on ajouterait bien télétravail nous ! Ah ? Oui, OK, on dit "home office".

L'œil de l'expert

« Le legging a remplacé à la fois la jupe, le collant et le jean. Et les sneakers ont irradié les ventes de chaussures chez la femme. Mode et sport font terrain commun ».

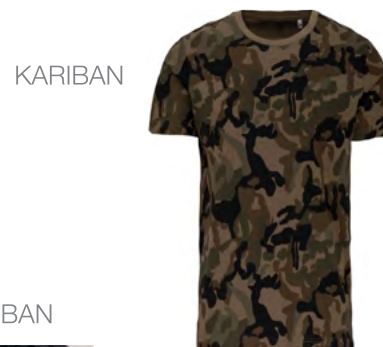
Pascal Monfort, Directeur du cabinet de tendances REC, spécialiste de la mode et du sport.



PROACT.*



KARIBAN



KARIBAN

Ki-mood



AVEC LES FEMMES DE CALCUTTA

La collection de sacs « Conscious » de la marque Ki-mood est fabriquée en Inde dans une usine reconnue par l'UNGC, le United Nation Global Compact, et récompensée pour ses initiatives exceptionnelles en faveur des femmes : crèche, soins médicaux, cours de yoga, journées sur l'environnement... Une marque aux valeurs morales, sociales et éthiques, **nous, on dit oui !**

NO

Le « No Label » c'est pouvoir personnaliser ses vêtements. Choisir sa coupe, sa couleur, sa taille, ses finitions, son marquage. Oui mais plus encore. Le « No Label » c'est quand la marque du fabricant que l'on voit habituellement au niveau du col a laissé place à la vôtre, laissant seulement apparaître une mini-étiquette pour indiquer la taille (on appelle cela une « puce de taille »). A vous de jouer désormais pour faire de ces vêtements ce que vous voulez en faire !



Message personnel

On affiche son message ou son mantra d'entreprise sur ses t-shirts, sweat-shirts, sacs, casquettes et autres textiles par une sérigraphie, un écusson ou une broderie.
Et on équipe toute sa team !



kup

Le + ?
On en profite pour les offrir en cadeau à ses clients.

H/F

Et si vous passiez à 1 vestiaire pour 2 ?
Jouez avec la tendance « No Gender »*.
Besoin d'un t-shirt long pour mettre sur votre legging ? Empruntez celui de votre amoureux pour un effet oversize. On aimera y ajouter un chouchou pour attacher nos cheveux en bun et se glisser dans nos baskets !

KARIBAN



Le + ?
Ça marche dans les 2 sens, échangez vos sweat-shirts et vos hoodies pour un look unisexe ultra-tendance !

*no gender : unisexe

ACTIF(VE)

Athlisure c'est un look pour la vie de tous les jours. Si ce courant stylistique emprunte ses codes aux podiums, chacun le traduit ensuite à sa façon et c'est tant mieux. Les femmes aimeront au choix porter un leggings avec des sneakers ou des stilettos. Les hommes aimeront porter un jogging avec des baskets ou des mocassins (tant qu'on ne met pas de chaussettes dans des claquettes).

BIEN-ÊTRE

« Un esprit sain dans un corps sain », cette citation de Juvénal est ce qui peut le mieux représenter le concept d'healthy attitude. Pour prendre soin de son esprit il faut donc prendre soin de son corps. Comment ? En mangeant sainement (oui, les craquages isolés sont tolérés) et en faisant en sorte que son corps soit en accord avec son esprit, physiquement et philosophiquement. On aurait pu le classer en W aussi pour « way of life ».

CORPORATE

Les vêtements que portent les collaborateurs sont la première image qu'une entreprise donne d'elle-même. C'est un repère visuel pour ses clients et partenaires. On appelle cela les vêtements « corporate ». La gamme se doit d'être bien choisie pour habiller son équipe avec style.

INFORMEL

Elle est loin l'idée d'un code vestimentaire imposé et formel au bureau, sous peine même d'avoir du mal à recruter. Et dans les métiers de représentation où la rigueur est encore de mise, on constate aussi une nette tendance à privilégier le confort et davantage de décontraction. Des sweat-shirts contre des chemises, des sneakers contre des talons. C'est ce qu'a voulu Air France au lancement de Joon. C'est plus branché. Avis au passage à toutes les entreprises qui ont besoin de rajeunir leur image : et si vous tentiez un dress code calé sur celui du client ?

LYCRA®

Premier nom commercial de l'élasthanne (dit « spandex » aux USA). Cette fibre synthétique révolutionnaire a été élaborée par Joseph Shivers au sein de la société DuPont aux États-Unis. Elle est capable de s'étirer sur six fois sa longueur et de reprendre sa forme initiale. Son nom de code pendant les 10 années qu'a duré son développement : la Fibre K.

SNEAKERS

C'est le nom tendance pour parler de ses baskets. À l'origine la sneaker était une chaussure de sport. Le tout premier modèle de sneaker c'est l'emblématique Converse All Star en 1917, à l'origine conçue pour le basketball ! Comme bien souvent, la basket est détournée de son usage premier pour en faire un accessoire de mode. Depuis on ne compte plus les collaborations entre les marques de sport et les créateurs : Alexander Wang x Adidas, Sacai x Nike... Et on opte pour des baskets surdimensionnées tout droit sorties des cours d'EPS des années 90. Saveur d'antan devenue summum d'un style branché...

LES MOTS QUI COMPTENT POUR TOUT COMPRENDRE DE LA TENDANCE ATHLEISURE

DÉCRYPTAGE

JOGGING

Aujourd'hui le jogging n'est plus moqué quand il est porté en société. Il faut dire que le jogging moderne a su retrouver les lettres de noblesse qu'il avait à sa création en 1930 et qu'il est désormais loin de celui qu'on a porté au collège pour faire du sport. Souvenez-vous de ce truc informe... aujourd'hui on compare le jogging au jean et il est aussi stylé qu'une petite robe noire ou une veste de blazer. Si si !

LEGGING

Le leggings, c'est la pièce maîtresse du look athlisure dans sa version féminine. Le mot leggings vient du mot anglais « leg » qui signifie jambe. Nous garderons la version anglaise du mot car la traduction « collant sans pied » ou « caleçon long moulant » ne nous paraît pas très seyante. À l'origine le leggings est réservé à la pratique du sport. Il intègre le dressing féminin dans le milieu des années 2000 grâce à une gamme de matières élargie comme le simili cuir.

POWER SUIT

Terme que nous pourrions traduire par habit de pouvoir. En 1830, Honoré de Balzac écrivait dans son livre *Traité de la vie élégante* : « La toilette est donc la plus immense modification éprouvée par l'homme social, elle pèse sur toute l'existence. [...] Elle domine les opinions, elle les détermine, elle règne ! ». Ou encore dans son autre ouvrage *Les Illusions perdues* (paru en 3 tomes entre 1837 et 1843) : « la question du costume est d'ailleurs énorme chez ceux qui veulent paraître avoir ce qu'ils n'ont pas, car c'est souvent le meilleur moyen de le posséder plus tard ». Ces 2 extraits définissent complètement ce qu'est le power suit : se mettre dans une tenue qui nous place dans les meilleures conditions psychologiques. Le vêtement donne confiance. Il donne une posture, de la puissance. Adam Galinski, psychologue et professeur à la Columbia Business School appelle cela la « cognition habillée ».

STYLE PERSONNEL

N'importe quelle tenue peut devenir #AthleisurelyApproved avec une paire de sneakers, une brassière ou des accessoires empruntés au sport. Créativité et diversité tendent les bras à ceux qui osent.

SWEAT-SHIRT

Que serait l'athlisure sans cette pièce iconique des dressings ? Qu'on le porte sous une veste, en oversize sur un leggings, zippé ou non, avec capuche ou sans, le sweat-shirt est le parfait symbole de ces vêtements qui ont une vie. D'abord créé pour le sport il est aujourd'hui porté pour son côté agréable, confortable et symbole d'une jeunesse qui réussit à l'instar de Mark Zuckerberg. Et porté comme une marque d'appartenance. Vous y voyez votre logo ? Oui tout bon ! Faites-en un élément de votre marque employeur.

LA PHRASE QUI DÉCULPA- BILISE

“

Ce n'est pas parce que
notre tenue athleisure
nous permet de faire du
sport qu'on est obligé
d'en faire.”

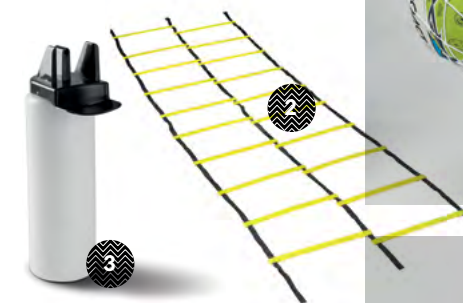
**MAIS SI L'ENVIE VOUS
EN PREND, ON VOUS A
PRÉPARÉ UNE SÉLECTION
POUR DÉMARRER EN
DOUCEUR JUSTE ICI :**

Avec son offre multisports, PROACT
est sur tous les fronts. La marque
propose une ligne complète pour
l'entraînement, les matchs et les
événements sportifs.

1. BALLONS RUGBY ET FILET PORTE-BALLONS • 2. ÉCHELLE DE
RYTHME DOUBLE • 3. GOURDE SPORT HYGIÉNIQUE 1L • 4. SER-
VIETTE RAFRAÎCHISSANTE • 5. CERCEAUX

PROACT.®

PROACT a également développé
des tenues spécifiques pour de
nombreux sports individuels : golf,
tennis, running, cyclisme, fitness...
Et même pour les enfants.



3 RAISONS D'ADOPTER L'ATTITUDE ATHLEISURE

1

Ça fait du bien
au moral

2

C'est bon pour la
santé

3

Ça nous permet
d'avoir notre
propre style

LOOK BOOK

LES PIÈCES LES PLUS DÉSIRABLES DU MOMENT

LES # INCONTOURNABLES D'INSTAGRAM : #OOTD #ATHLEISURE #ATHLEISUREWEAR #ATHLEISURELOOK #ATHLEISURESTYLE

4 LOOKS ATHLEISURE,
100 % KARIBAN BRANDS

Les indispensables du dressing et des astuces et conseils de mode pour bien accorder sa tenue. Plongez pour une immersion dans le monde athleisure !

01. ATHLEISURE GIRL
02. ATHLEISURE IN THE CITY
03. L'HOMME ATHLEISURE
04. NO GENDER*

*no gender : unisexe

LOOK N°1

SA PROMESSE

Allier confort et élégance pour une sortie entre copines directement après sa journée de travail... pas besoin d'une deuxième tenue ! Ni de vivre à L.A.

ON AIME : LA VESTE EN DENIM.

Intemporelle, indémodable, à la fois chic et décontractée. Elle existe aussi en version doublée sherpa, pour notre plus grand plaisir.

KARIBAN
LE BONNET À REVERS

KARIBAN
LA VESTE EN DENIM

KARIBAN
LA ROBE SWEAT EN COTON BIO

PROACT'
LE LEGGING

LE SAC À DOS URBAIN
Ki mood

#LASTUCEMODE

Tous les éléments de cette tenue sont personnalisables avec votre logo. Pour ce look nous vous conseillons de mettre un logo discret sur la robe, le legging et le bonnet. Un logo plus imposant sur le sac à dos. Et un logo XXL intégré dans un joli graphisme brodé au dos de la veste en denim.

Inspiration @ Blog fashion jackson

LOOK N°2

SA PROMESSE

« Chic en Athleisure » ou la meilleure tenue 2 en 1, symbole de la femme accomplie qui vit sa vie pleinement, working girl et adepte du yoga.

KARIBAN
LA VESTE



PROACT.
LA BRASSIÈRE SPORT
SANS COUTURE



#LASTUCEMODE

Le sac oversize en juco, un mélange de coton et de toile de jute. 52 litres de contenance... de quoi tout y caser, PC, lunchbox et bouteille de sport inclus !

Ki-mood
LE SAC XXL EN JUCO



COMMENT PASSER À CÔTÉ DU LEGGING ?

C'est la pièce phare du look athleisure chez la femme. On l'adore associé à une veste classique en maille interlock. L'interlock est un tricotage aux 2 faces lisses et identiques. Cela donne un tissu épais, élastique en largeur et une veste au tombé parfait.



PROACT.
LE LEGGING



Inspiration @ Instagram Noholita

#LASTUCEMODE

Placer son logo sur la visière plate sous forme d'autocollant à la façon NBA !



k-up
LA CASQUETTE
SNAPBACK

KARIBAN
LA VESTE
MATELASSÉE



KARIBAN
LE T-SHIRT
VINTAGE



SA PROMESSE

Réinventer le dressing casual de monsieur avec un look branché pour animer une formation, déjeuner avec des amis, filer à la salle, puis rentrer se poser sur son canapé !

MENTION TRÈS BIEN POUR LE T-SHIRT VINTAGE.

Son traitement spécial lui donne un aspect "délavé". On est ravis de voir le look vintage revenu à la mode. Le look athleisure permet de l'adopter sans avoir l'air dépassé.



Ki-mood
LA POCHETTE
D'ORDINATEUR

KARIBAN
LE PANTALON
UNISEXE



Inspiration @ Pinterest Deavita

LOOK N°4

SA PROMESSE

Miser sur le non-genré. C'est la tendance du moment.

KARIBAN
LE BLOUSON TEDDY
NO GENDER*

FAN DES SÉRIES AMÉRICAINES ?

Le blouson teddy unisexe est aujourd'hui une pièce incontournable des dressings homme et femme. Imaginez-le porté par toute votre équipe de collaborateurs et collaboratrices avec un beau logo façon université américaine...

Inspiration @Instagram Kevlebr



athlétique

22



PROACT.
LE MAILLOT SANS
MANCHE UNISEXE
(existe aussi en
version manches
courtes)

Ki-mood
LE SAC BANANE

#LASTUCEMODE

le flashback du sac banane, vous n'êtes pas sûrs ? Nous si ! On le pensait resté bloqué dans les années 90, on le voit désormais réapparaître sur tous les défilés de mode. Pas obligé(s) mesdames et messieurs de le porter à la taille. Sachez le ré-inventer à l'épaule ou à la main.

KARIBAN
LE CHINO
HOMME OU
FEMME

kup
LA CASQUETTE
PERFORÉE



KARIBAN

INFLUENCE

LE HOMEWEAR ENRICHIT LA TENDANCE ATHLEISURE

LE MOT À SUIVRE

“ATHFLOW”

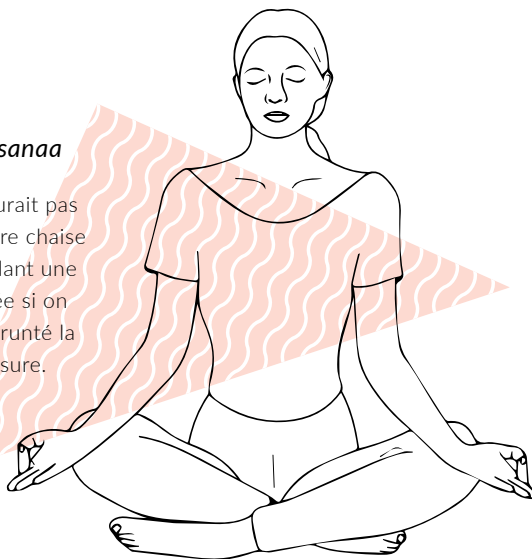
=

“athleisure” & “flow”

L'association de la tendance athleisure & des bests de notre vestiaire homewear pour chiller... mais pas que !

Sukhasana et Agnistambhasana

Ce que l'on n'aurait pas pu faire sur notre chaise de bureau pendant une réunion confinée si on n'avait pas emprunté la tendance athleisure.



Depuis tout temps, les modes s'entrecroisent, s'inspirent, héritent les unes des autres, et créent, chaque décennie environ, un nouveau style sur lequel on pose un nom et une définition. Quelle peut-être la prochaine influence qui viendra enrichir et prolonger le style athleisure ?

Pas besoin de boule de cristal, elle a déjà fait son apparition naturellement... Le monde entier a récemment eu l'occasion de l'emprunter et de se l'approprier, tout ou partie : « la mode du confinement ».

Oui, celle que l'on a adopté pen-

dant les longues semaines à la maison et que l'on commence à désigner par « homewear » dans les hautes sphères de la mode. Comprenez, la mode centrée sur la maison. Comprenez aussi une déclinaison possible de l'athleisure en ce qu'elle apporte des matières encore plus souples et surtout plus fluides. Pour des tenues toujours plus flexibles. Tout en continuant à nous permettre d'enchaîner réunions (version visio-conférences) et sport (version séance de training_confiné_sur_application) sans avoir à se changer, le homewear pousse encore plus l'athleisure vers le confort et l'emmène sur les chemins d'une décontraction casanière.

La mode dé-confinée donnera-t-elle raison à cette nouvelle influence ? En attendant les joggings, survêtements, cyclistes, shorts et même pyjamas (si tant est qu'ils aient un peu de style et qu'on ose les sortir de sa chambre) ont désormais le droit à une appellation renouvelée, stylisée et ennoblée : les « vêtements d'intérieurs ». Homewear et athleisure, même combat ! Et plus que jamais à la conquête de nos dressings !

LE DÉTAIL À COPIER

L'étiquette bleu/blanc/rouge sur le bas de manche du t-shirt bio OCS 100 « Origine France Garantie ».

Bio OCS 100 ça veut dire que ce t-shirt est 100% en fibre de coton biologique. En clair, il est plus doux et surtout hypoallergénique. Son certificat OCS 100 est délivré par Ecocert Greenlife.

Origine France Garantie ça veut dire qu'il répond à tous les indicateurs du label (encore plus exigeant que ce que requiert le label Made in France). Il est désigné dans la Haute Garonne, teint et tricoté dans la Loire, coupé et confectionné dans le Tarn. Besoin d'aide en géographie ?

On aime aussi : son emballage 100% recyclable.



LE DÉTAIL QUI FAIT CRAQUER

La doublure sherpa des chaussettes d'intérieur Lounge. Et les picots anti-glisse sous la semelle aussi !

On aime tout en fait dans ces chaussettes d'intérieur... elles sont notre atout homewear in-di-spen-sa-ble ! Et lorsque l'on ne passe pas la journée à la maison, quoi de plus doux que de les enfiler le soir en rentrant chez soi ?



KARIBAN

KARIBAN BRANDS

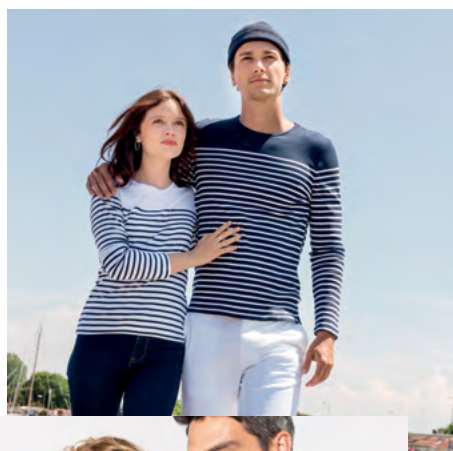
COUP DE COEUR & COUP DE PROJECTEUR



KARIBAN

LIFESTYLE WEAR

KARIBAN imagine des vêtements aux lignes épurées en digne héritier de « l'élégance à la française ». Qualité, liberté et sobriété imprègnent le vestiaire KARIBAN, depuis le bureau de stylisme, la recherche des coupes, la sélection des matières et la confection de chaque pièce. Un prêt-à-porter mode et trendy, fort d'une expérience en B2B de plus de 20 ans. Gamme Corporate, Casual, Workwear, Premium, ligne en coton biologique certifiée Ecocert Greenlife, Vintage, Bord de mer, accessoires... Des références qui vous habillent de la tête aux pieds et qui, toutes, garantissent une parfaite personnalisation à votre image de marque.



PROACT.®

SPORTSWEAR

PROACT est « LA » marque technique. Elle excelle dans les tenues et les accessoires aussi bien que dans les équipements sportifs pour la pratique des sports individuels et collectifs, de loisirs comme de compétition. Une solide expérience du haut niveau guide les designers à penser les formes et les usages.





ki.mood

BAGAGERIE & ACCESSOIRES

Ki-mood fabrique les sacs et la bagagerie. Sa collection Conscious est engagée, faite de coton biologique et dans une usine en Inde qui défend et protège l'environnement et les conditions de travail des femmes qui la produise. Un sens écologique et social pour une marque juste et durable.

KARIBAN BRANDS

k-up

HEADWEAR

Un univers éclectique et stylé de casquettes, bonnets, chapeaux, écharpes et ceintures pour K-up, la dernière née des KARIBAN BRANDS. Un stock permanent qui assure une disponibilité immédiate, comme ses marques sœurs.



KARIBAN

LA LISTE DE MES ENVIES

PAGE 4

CASQUETTE TRUCKER - [KU0212](#)

PUBLICITE PAGE 5

POLO MANCHES COURTES HOMME - [KA0572](#)
POLO MANCHES COURTES FEMME - [KA0672](#)

PAGE 12

BRASSIERE REGLABLE SANS COUTURE - [PR0669](#)
LEGGING - [PR0612](#)

PAGE 13

T-SHIRT CAMOUFLAGE NO LABEL HOMME - [KA0567](#)
T-SHIRT CAMOUFLAGE NO LABEL FEMME - [KA0667](#)
T-SHIRT COTON BIO - [KA0511](#)
HOODIE VINTAGE - [KA0563](#)
CASQUETTE SNAPBACK VINTAGE - [KU0228](#)
SHOPPING BAG EN JUTE ET COTON - [KM0262](#)

PAGE 17

SERVIETTE RAFRAICHISSANTE - [PR0214](#)
BALLONS RUGBY - [PR0240/41/42](#)
BALLONS RUGBY COMPETITION - [PR0256/57](#)
FILET PORTE-BALLONS - [PR0211](#)
GOURDE SPORT HYGIENIQUE 1L - [PR0225](#)
CERCEAU - [PR0219](#)
ECHELLE DE RYTHME DOUBLE - [PR0226](#)

PAGE 19

VESTE DENIM FEMME (existe aussi pour homme) - [KA0645/KA0545](#)
ROBE SWEAT EN COTON BIO - [KA0681](#)
LEGGING - [PR0612](#)
SAC A DOS URBAIN - [KM0225](#)
BONNET A REVERS - [KU0259](#)

PAGE 20

BLAZER - [KA0640](#)
BRASSIERE SPORT SANS COUTURE - [PR0678](#)
LEGGING - [PR0612](#)
CASQUETTE TRUCKER - [KU0212](#)
MAXI BAG EN JUCO - [KM0267](#)

PAGE 21

VESTE MATELASSEE HOMME (existe aussi pour femme) - [KA0539/KA639](#)
T-SHIRT VINTAGE 100% COTON - [KA0517](#)
CASQUETTE SNAPBACK - [KU0208](#)
PANTALON DE JOGGING UNISEXE - [KA0412](#)
POCHETTE D'ORDINATEUR - [KM0210](#)

PAGE 22

BLOUSON TEDDY NO GENDER - [KA0463](#)

MAILLOT SANS MANCHE NO GENDER (existe aussi en version manches courtes) - [PR0465/PR0468](#)
PANTALON CHINO HOMME (existe aussi pour femme) - [KA0533/KA0633](#)
CASQUETTE RESPIRANTE MICRO-PERFOREE - [KU0219](#)
SAC BANANE - [KM0279](#)

PUBLICITE PAGE 23

T-SHIRT MANCHES COURTES HOMME - [KA0520](#)
T-SHIRT MANCHES COURTES FEMME - [KA0620](#)

PAGE 25

CHAUSSETTES SHERPA - [KA0691](#)
T-SHIRT BIO ORIGINE FRANCE HOMME - [KA0530](#)
T-SHIRT BIO ORIGINE FRANCE FEMME - [KA0630](#)

PAGE 26

CABAN - [KA0668/KA0568](#)
SWEAT-SHIRT HOODIE FEMME - [KA0689](#)
MARINIERE MANCHES LONGUES HOMME - [KA0573](#)
MARINIERE MANCHES LONGUES FEMME - [KA0673](#)
T-SHIRT COTON BIO EMPIECEMENT COEUR - [KA0522](#)
SWEAT-SHIRT COL ROND FEMME (existe aussi pour homme) - [KA0622/KA0522](#)

PAGE 27

BRASSIERE REGLABLE SANS COUTURE - [PR0669](#)
LEGGING - [PR0612](#)
MAILLOT REVERSIBLE BASKETBALL UNISEXE - [PR0480](#)
SHORT REVERSIBLE BASKETBALL UNISEXE - [PR0481](#)
POIGNET EPONGE - [PR0214](#)
PARKA - [PR0536](#)
VESTE DE SURVETEMENT ENFANT - [PR0356](#)
PANTALON DE SURVETEMENT ENFANT - [PR0357](#)

PAGE 28

SAC FILET EN COTON - [KM0277](#)
SHOPPING BAG COTON ET CUIR - [KM0258](#)
SAC A DOS ANTIVOL - [KM0233](#)
SAC A DOS OUTDOOR IMPRIME CAMOUFLAGE - [KM0216](#)
BONNET A POMPON - [KU0256](#)
BONNET 3 BANDES - [KU0252](#)
BONNET EN MAILLE TRICOT - [KU0243](#)
CASQUETTE ENFANT SNAPBACK - [KU0235](#)
VESTE DENIM DOUBLEE SHERPA - [KA0542](#)

PUBLICITE PAGE 29

T-SHIRT MANCHES LONGUES HOMME - [KA0575](#)
T-SHIRT MANCHES LONGUES FEMME - [KA0675](#)

PUBLICITE PAGE 32

POLO MANCHES COURTES HOMME - [KA0518](#)
POLO MANCHES LONGUES HOMME - [KA0544](#)
T-SHIRT MANCHES COURTES FEMME - [KA0622](#)

PERSONAL SHOPPER

NOUS SOUHAITONS QUE CE MAGAZINE VOUS INSPIRE !

Nous l'avons pensé pour vous connecter avec la mode d'aujourd'hui et de demain. Pour que vous puissiez vous approprier tout ou partie de cet esprit qui souffle dans la rue comme dans les bureaux. Pour votre équipe, pour vos cadeaux, pour votre état d'esprit...

C'est en tous cas avec cette connaissance de l'univers de la mode et des tendances lifestyle que nous vous conseillons au quotidien. Pour que vos opérations marketing-communication et corporate soient toujours un succès.

Toutes les références KARIBAN, PRO-ACT, K-up et Ki-mood présentées dans ce magazine sont disponibles et personnalisables à votre image, vos couleurs ou avec votre message. Et plus encore !

Contactez-nous pour que nous puissions vous aider à trouver le style qui révélera votre image et traduira vos valeurs.

Nous sommes votre Personal Shopper et la personnalisation est notre métier !

OURS

Une publication de

BRAND
TRAMPOLINE

8 chaussée Saint-Pierre 49100 Angers

Tel : +33 2 41 22 04 80

contact@brandtrampoline.com

Brand Trampoline Éditions

Directeur exécutif : Christophe Marghier

Directrice de la rédaction : Maud Soucheleau

Département mode : Céline Onillon

Direction artistique : Jérémy Cadeau

Coulisses : KARIBAN BRANDS // KARIBAN // PROACT

// K-up // Ki-mood

RAF : Ludovic Troisgros

Publicité - Régie publicitaire : +33 2 41 22 04 80

Crédits photos : leurs ayants droit, Adobe Stock® et Istock®.

Diffusé uniquement par les membres du Cercle PMKDO.

La direction se réserve le droit de refuser toute insertion d'articles, de publicités, d'annonces, etc... sans avoir à justifier de sa décision, en application de la loi de 1881 relative à la liberté de la Presse. La reproduction de toutes les illustrations et de tous les textes même de manière partielle quelle qu'en soit la forme d'impres-sion ou de saisie pour tous les pays et pour toutes les langues est formellement interdite sans autorisation de Brand Trampoline ou des auteurs concernés par les ar-ticles.

Copyright 2020 by Brand Trampoline.

(Tous droits réservés).

Une création originale pour KARIBAN BRANDS, des marques du groupe Top Tex.

BIRLIOGRAPHIE

Conférence sport & tech Première Vision Paris (2019)

www.connect.lycra.com

Adam, H., & Galinsky, A.D., Enclothed cognition, Journal of Experimental Social Psychology (2012)

Honoré de Balzac, Traité de la vie élégante (1830), Les Illusions perdues (1837-1843)



KARIBAN