

LE CHEF DES CHEFS

par Cora Miller

ELLE A ÉTÉ INVENTÉE POUR SE PROTÉGER DU SOLEIL. LA CASQUETTE NE SERT PLUS SEULEMENT À ÉVITER L'INSOLATION MAIS SURTOUT À SE MONTRER ET À FAIRE DE LA PUBLICITÉ.

ORIGINE

En 1571 en Angleterre, les hommes qui ne sortent pas couverts le dimanche sont mis à l'amende. Le port du chapeau n'est en revanche pas une obligation pour les aristocrates qui déambulent en haut-de-forme. L'ouvrier porte donc un chapeau mou et plat dont la forme va évoluer, notamment par l'adjonction d'une visière pour se protéger du soleil. Adoptée par les classes ouvrières allemande, anglaise et autrichienne au XIXe siècle, la casquette à la fois pratique, efficace et légère rejoint le paquetage des soldats des armées. Ce qui a largement contribué à la populariser.

DESIGN

La casquette irlandaise en tweed à bouton central existe toujours pour garder sa tête au chaud quand arrivent les saisons froides. Elle reste cependant l'apanage d'une bourgeoisie qui bat la campagne. En ville, c'est le modèle baseball inventé aux États-Unis vers 1900 qui part à la conquête du monde. Au point de devenir le symbole d'une culture nord-américaine hégémonique.

RAP

Pantalon de survêt, grosses baskets et casquette à l'envers : le B-Boy qui fait du break va définitivement imposer la casquette comme le couvre-chef de la génération rap. De simple accessoire pratique contre l'éblouissement, la casquette va devenir le signe de ralliement d'une tribu. Un couvre-chef tellement cool que les marques chics vont vouloir bientôt s'en emparer pour attirer à elles une clientèle plus jeune et urbaine (*lire l'entrée Luxe*).

LUXE

Comme tous les symboles de la rue que le luxe a longtemps abhorrés, la casquette est devenue un incontournable dans les collections des marques haut de gamme. Produit de grande valeur créative, il affiche un prix suffisamment populaire pour que tout le monde puisse le coiffer. Histoire de valoriser socialement celui qui le porte tout en faisant de la pub à celui qui le vend. Même si on est bien d'accord qu'une casquette Gucci ne se vend pas au même prix qu'une casquette H&M.

VISIÈRE

Faut-il porter sa casquette avec une visière plate ou légèrement courbée ? C'est la question qui agite le monde depuis qu'en 1954, la marque New Era a créé le modèle 59Fifty, l'archétype de la casquette, celle que l'on voit absolument partout. Une question hautement existentielle, mais pour laquelle il n'y a qu'une seule vraie réponse : optez pour la visière qui vous va le mieux. Le milieu hip-hop la porte plutôt plate et très large. Les autres, plutôt incurvée. Les célébrités, notamment, pour qui la forme en bec de canard dissimule mieux leurs visages aux regards.

RÉCLAME

Avec sa large surface vierge et exposée à la vue, la casquette va naturellement devenir un support publicitaire. Les marques les plus populaires font ainsi de la réclame sur les plages des vacances, sur le parcours du Tour de France et dans les stades de football. Les clubs sportifs y voient aussi un débouché économique intéressant, sachant que la casquette, bon marché, est un accessoire que l'on change souvent. Les collectivités agricoles aussi, dont les casquettes à gros logos inventent un genre en soi : la casquette *trucker*.