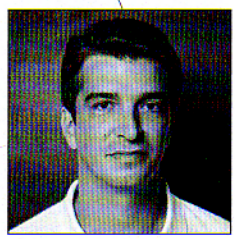
Avec/with **Philippe Lacoste**

directeur des relations extérieures de Lacoste et petit-fils du fondateur /Director of external relations and the founder's grandson.



Lacoste un crocodile plein de style /Crocodile style

Par/by **Sandrine Briclot.**

LE CROCODILE LACOSTE EST SANS DOUTE LE SAURIEN LE PLUS CONNU DE LA PLANÈTE. SYMBOLE D'UN « LUXE ABORDABLE », L'EMBLÈME DU CHAMPION DE TENNIS RENÉ LACOSTE FÊTE SES 75 ANS. ET S'OFFRE UNE CURE DE JOUVENCE QUI NE PASSE PAS INAPERÇUE...

LACOSTE'S CROCODILE IS PROBABLY THE BEST-KNOWN LIZARD IN THE WORLD. THE SYMBOL OF "AFFORDABLE LUXURY", TENNIS CHAMPION RENÉ LACOSTE'S MASCOT TODAY CELEBRATES ITS 75TH BIRTHDAY WITH A FACE-LIFT THAT'S ATTRACTING LOTS OF ATTENTION...

Totalement décomplexé, le « Croco » se fait lifter ! À 75 ans, Lacoste ose le relooking avec une ligne épurée aux matières nobles qui mise sur le noir et le blanc, deux couleurs chics et intemporelles. Et son logo brodé adopte le ton sur ton. En hommage au fondateur de la maison, René Lacoste, Christophe Lemaire, directeur artistique depuis 2000, revisite les codes de la marque dont le célèbre polo « 12.12 » qui, pour l'occasion, prend du galon avec des biais contrastés pour mieux souligner encolure et manches. « Christophe Lemaire a rendu l'offre plus sexy, il a apporté de la mode », se félicite Philippe Lacoste, directeur des relations extérieures de la marque.

NAISSANCE D'UNE LÉGENDE

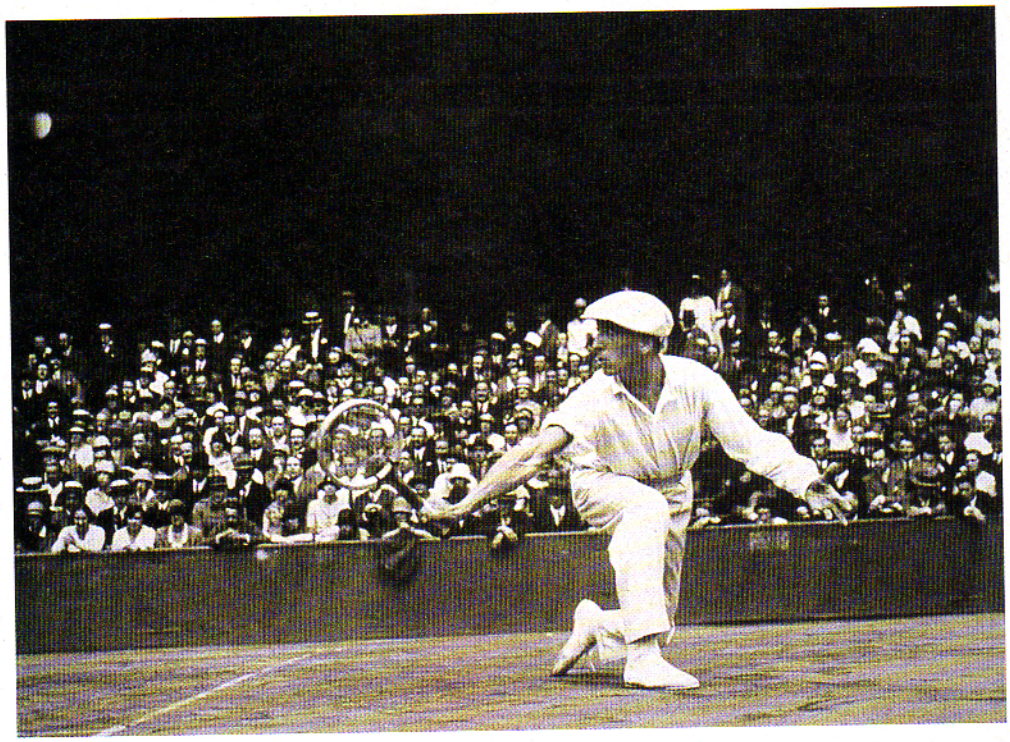
C'est aux États-Unis, en 1925, qu'est née la légende du Crocodile. Cette année-là, les « Mousquetaires » français - René Lacoste, Henri Cochet, Jacques Brugnon et Jean Borotra - sont venus se battre pour remporter la Coupe Davis. « La presse américaine m'avait surnommé "le Crocodile" à la suite d'un pari que j'avais fait avec le capitaine de l'équipe de France. Il m'avait promis une valise en crocodile si je remportais un match important pour notre équipe. Le public américain a retenu ce surnom ! », aimait à se souvenir René Lacoste, décédé en 1996. L'équipe française ne remporte pas la compétition mais une légende est née.

En 1927, les Français prennent leur revanche et le « Saladier d'argent » quitte le sol américain pour Paris. Il y restera les six années suivantes. En France, et partout dans le monde, le Crocodile et ses amis deviennent des héros. Au retour des Mousquetaires, un ami de René Lacoste, Robert •••

Completely uninhibited, the "Croc" has had a face-lift! Now 75, Lacoste has dared to try a new streamlined look focusing on black and white, two elegant, timeless colours. Even its embroidered logo has adopted different tones. As a tribute to the founder, René Lacoste, Christophe Lemaire, artistic director since 2000, has revamped the brand's stock lines, including the famous "1212" polo, which, specially for the occasion, has earned a contrasting stripe around the collar and sleeves. "Christophe Lemaire has made our products sexier; he's brought flair," says Philippe Lacoste, the brand's director of external relations.

BIRTH OF A LEGEND

The Crocodile legend began in the United States back in 1925. That was the year the French "Musketeers" – René Lacoste, Henri Cochet, Jacques Brugnon and Jean Borotra – crossed the Atlantic to fight for •••



René Lacoste au tournoi international de Saint-Cloud en 1927./Left: René Lacoste at the Paris Open in Saint-Cloud in 1927.

Le champion avec la coupe de l'US Open, à Forest Hills, la même année.
/Below: the French champion holding the US Open trophy in Forest Hills the same year.

Le polo fit une révolution lorsqu'il apparut sur les courts de tennis. C'est toujours le produit phare de la marque au crocodile.

••• George, s'amuse à dessiner un saurien vert à la gueule grande ouverte et à la queue repliée. Aussitôt, René Lacoste l'adopte et l'arbore, brodé, sur son blazer blanc, bien visible sur sa poitrine. « Les premiers crocodiles de mon grand-père étaient brodés à la main par les religieuses d'un couvent. Ils étaient beaucoup plus gros que ceux que nous apposons aujourd'hui », rapporte Philippe Lacoste.

L'emblème est-il porte-bonheur ? Le Crocodile, en tout cas, multiplie les succès. Jusqu'en 1929, René Lacoste remporte trois fois les Internationaux de France dans le nouveau stade de Roland-Garros, inauguré en 1928, deux fois ceux de Wimbledon et deux fois encore ceux des États-Unis à Forest Hills. Le champion joue son dernier match international à Paris et sort victorieux de sa rencontre contre son compatriote Jean Borotra. En 1930, il abandonne la compétition : il a quelques ennuis de santé et, surtout, il souhaite se consacrer à sa famille.

LA RÉVOLUTION DU POLO

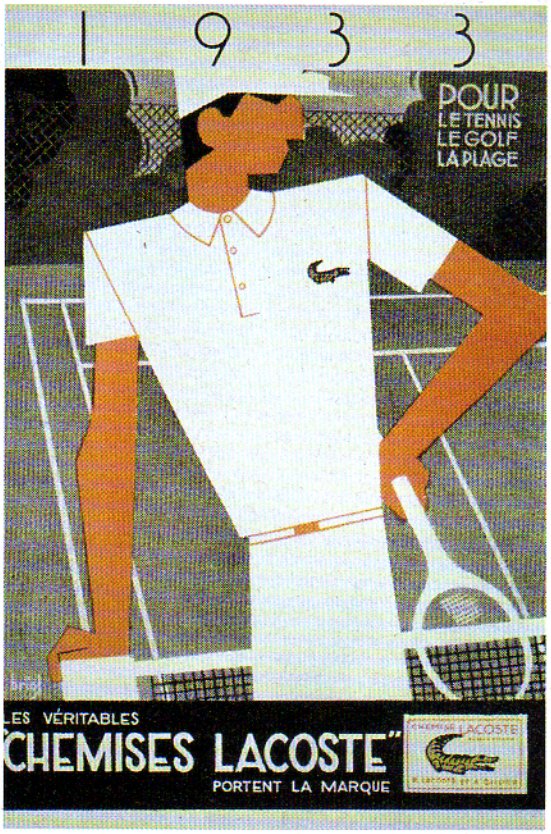
En 1933, René Lacoste et André Gillier, propriétaire d'une compagnie de bonneterie à Troyes et créateur de la marque de sous-vêtements Jil, décident de s'associer pour exploiter la chemise au logo que le champion avait créée pour son usage personnel.

En effet, le tennisman avait découvert chez un chemisier de Londres un tissu en maille jersey « petit piqué » particulièrement adapté au sport et à la transpiration. « À cette époque, nous jouions tous en chemise de ville blanche avec boutons, boutons de manchettes et col, expliquait René Lacoste. Il me fallait quelque chose de plus pratique et de plus sain. J'ai pensé alors aux chemisettes des joueurs de polo qui étaient faites dans un tissu plus •••

••• the Davis Cup. "The American press nicknamed me "The Crocodile" because of a bet I had made with the captain of the French team. He had promised me a crocodile leather skin suitcase if I won a crucial match for the team. The nickname caught on with the American public," René Lacoste, who died in 1996, liked to remember. The French team didn't win the tournament but the legend was born.

In 1927, the French got their revenge and took the silver trophy home to Paris with them. It remained in France for the next six years. All over the country and the rest of the world, the Crocodile and his pals were regarded as heroes. When the Musketeers returned, just for a joke, a friend of René Lacoste, Robert George, made a drawing of a green reptile with wide-open jaws and up-turned tail. Lacoste immediately adopted it and wore it embroidered for all to see on his white blazer. "My grandfather's first crocodiles were hand-embroidered by nuns in a convent. They were much bigger than those we use today," says Philippe Lacoste.

Did the emblem bring people luck? The Crocodile, at any rate, had success after success. Up until 1929, René Lacoste triumphed three times at the French Open in the new Roland-Garros stadium, inaugurated in 1928, and won both Wimbledon and the US Open at Forest Hills twice. The champion played his last international



La première réclame pour la chemise Lacoste, en 1933. Et une publicité datant des années 1980.
/Left: the first poster for the Lacoste shirt in 1933 and an advertisement dating from the 1980s.

tournament in Paris, beating his fellow-countryman Jean Borotra. In 1930, he retired from the competition circuit: he had a few health problems to settle and he wanted to spend more time with his family.

THE POLO REVOLUTION

In 1933, René Lacoste and André Gillier, owner of a knitwear factory in Troyes and founder of the underwear brand Jil, decided to join forces and manufacture the shirt sporting the logo that the champion had had made for his own personal use.
In fact, the tennis player had discovered a shirtmaker in London who used an open-weave jersey fabric, called a

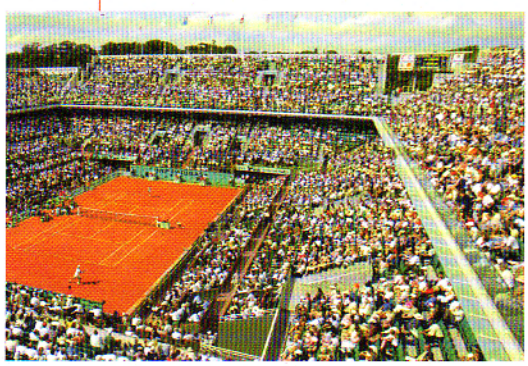
> Still a star product, the polo caused a minor revolution when it made its début on the courts.

"cotton piqué knit", which was sweat-absorbent and thus particularly well-suited to sportswear. "At that time, we all played in white office shirts with buttons down the front, cuff-links and collar," René Lacoste once ...

Un stade mythique /Ace stadium

Le stade parisien de tennis Roland-Garros, dont Lacoste est l'un des principaux sponsors pour le tournoi sur terre battue, fête ses 70 ans. Point d'orgue de la célébration, une exposition consacrée à René Lacoste se tiendra au Tenniseum du stade, à partir de fin mai. À cette occasion sera également présenté *René Lacoste, le style,* un ouvrage consacré à l'ancien Mousquetaire*...
Roland-Garros, the Parisian clay-court tennis stadium that hosts the Paris Open, sponsored by Lacoste, is celebrating its 70th anniversary. The highpoint of the festivities is an exhibition on René Lacoste in the Tenniseum, the stadium museum, from late May. *René Lacoste, le style,* a book about the former Musketeer* will also be on display...

* *René Lacoste, le style,* Patricia Kapferer & Tristan Gaston-Breton, éditions L'Équipe.



Une ligne épurée aux matières nobles mise sur les codes intemporels du noir et blanc./Streamlined designs and noble materials focus on the timeless chic of black and white.

La marque doit aussi son « coup de jeune » aux associations audacieuses de couleurs et de motifs, conçues par Christophe Lemaire./The brand also owes its "rejuvenation" to its bold combinations of colours and motifs, designed by Christophe Lemaire.

••• doux, à manches courtes et sans col. » Le sportif a alors demandé au chemisier de prendre un polo et d'y ajouter un col. Ainsi est née la fameuse chemise « 12.12 » - l'origine de ce nom de code n'est pas connue...
Le polo, qui fit une petite révolution lorsqu'il apparut sur les courts de tennis, est resté le produit phare de la marque au crocodile. Car le fameux « jersey petit piqué » est une structure particulière de mailles qui donne au tissu un aspect de relief. Ce qui en fait un vêtement à la fois très résistant et très souple. Une tresse de coton masque la couture du col, les manches sont terminées par des « bords côtes » et les boutons sont en nacre. Enfin, le crocodile est cousu sur le haut gauche du vêtement. À la place du cœur.

DU NOIR ET BLANC À LA COULEUR

Jusqu'au début des années cinquante, la chemise Lacoste était blanche, la seule couleur tolérée sur les courts de tennis. Ensuite, elle s'est colorée. Bleu marine, puis rouge - aujourd'hui, la gamme est constituée de soixante-cinq coloris. En 1963, René Lacoste passe la main et nomme son fils aîné Bernard à la présidence de la société. Depuis, la marque a évolué, s'est considérablement diversifiée tout en demeurant sous le contrôle de la famille. Parfums, lunettes, chaussures, montres... « Il y a toujours eu chez nous le désir de transformer notre marque en un style de vie, avec l'idée d'une élégance décontractée », explique Philippe Lacoste.
Depuis mai 2000, la ligne de vêtements Lacoste a été revisitée avec succès grâce au talent de son jeune directeur artistique, Christophe Lemaire, transfuge de Lacroix, Patou et Mugler. Et, après quelques années de passage à vide, Lacoste a renoué avec le luxe. « Mais un luxe abordable », souligne en souriant le petit-fils du Crocodile. Pour preuve : en 2007, la marque a réalisé son plus gros chiffre d'affaires, avec plus d'1,6 milliard d'euros, soit trois fois plus qu'en 1999 !

••• explained. "I needed something more practical and healthier. I thought about the shirts worn by polo players that were made out of a softer fabric, with short sleeves and without collars." So the sportsman asked the shirtmaker to take a polo shirt and add a collar. And that is how the famous "1212" polo came into being, although the origin of this product code remains unknown.
The polo shirt, which caused a minor revolution when it made its first appearance on the tennis courts, has remained the brand's star product. Because the texture of the famous cotton piqué knit is very special, at once highly resistant and extremely soft. Cotton braid conceals the seam on the neck, the sleeves are edged in ribbed cotton and the buttons are in mother-of-pearl. Lastly, the crocodile is sewn on the upper left of the garment. Right over the heart.

Les Aéroports de Paris

Retrouvez Lacoste chez Aéroports de Paris.
/Find Lacoste fashions at Aéroports de Paris.
Créative, CDG2 A, B, D. Lacoste : CDG2 C Lacoste/Esprit : CDG2 CD. Printemps : CDG1, CDG2 E La Galerie Parisienne, F1, F2, Orly ouest, Orly sud.

Un univers structuré et coloré dédié au sport et à la mode... La boutique Lacoste est en phase avec l'identité de la marque.
/A well-structured, colourful universe dedicated to sport and fashion... the Lacoste store is in sync with the brand image.

FROM BLACK AND WHITE TO COLOUR

Until the early 1950s, Lacoste shirts were white, the only colour allowed on the tennis courts. Colour slowly began to creep in - navy blue, then red. Today, there are 65 shades in the range. In 1963, René Lacoste handed over the reins of the company to his son Bernard. Since then the brand has developed and diversified while remaining in the hands of the family. Perfumes, glasses, shoes, watches... "We have always wanted to transform our brand into a way of life, based on the notion of casual elegance," admits Philippe Lacoste.

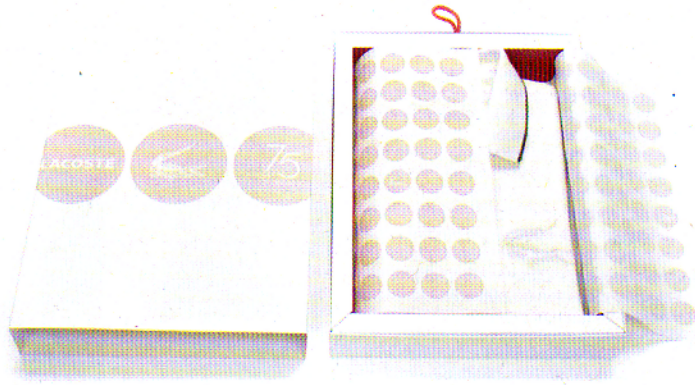
Since May 2000, the Lacoste clothing range has been successfully updated thanks to the talented new young artistic director, Christophe Lemaire, who previously worked for Lacroix, Patou and Mugler. After a few hesitant years, Lacoste has now re-entered the luxury market. "But affordable luxury," insists the Crocodile's grandson with a smile. Need convincing? In 2007, the brand achieved its largest turnover ever, over 1.6 billion euros, i.e. triple the results for 1999!

dates clés
/key dates

1933
Le champion de tennis René Lacoste, surnommé « le Crocodile », se lance dans la production à grande échelle d'une chemise en petit piqué de coton blanc, le fameux polo « 12.12 », qui fait encore sa réputation. La maison Lacoste est née./Tennis champion René Lacoste, nicknamed "The Crocodile", begins large-scale production of a white cotton knit shirt, the famous "1212" polo which is still a worldwide bestseller today. The House of Lacoste was born.

1951
Lacoste commence à exporter ses produits vers les États-Unis. La chemise, à l'origine blanche, se décline en couleur. René Lacoste crée sa première collection « enfants »./Lacoste starts exporting his products to the United States. The shirt that had always been white came out in colour. René Lacoste launches his collection for children.

1981
Ouverture de la première boutique Lacoste, à Paris, avenue Victor-Hugo. On en compte aujourd'hui 870 dans le monde./Opening of the first Lacoste store in Paris, on Avenue Victor-Hugo. There are now 870 across the globe.

1996
Décès de René Lacoste. La société est désormais dirigée par son fils Bernard./Death of René Lacoste. His son Bernard takes over the reins.

2008
Grâce à l'arrivée, en 2000, du jeune Christophe Lemaire à la direction artistique de la maison, la marque renoue avec le succès : son chiffre d'affaires dépasse 1,6 milliard d'euros./The young designer Christophe Lemaire is appointed artistic director and things start looking up for the brand, with a turnover of over 1.6 billion euros.