



Le T-shirt Hard Rock Cafe se réinvente le temps d'un soir



Les élèves de l' ESMOD défilent sur l'estrade du Hard Rock Cafe

Au milieu des clients attablés devant leurs burgers, un défilé commence. Jeudi soir, après deux mois de travail sur le design du T-shirt Hard Rock Cafe, les étudiants de l' ESMOD (École supérieure des arts et techniques de la mode) dévoilent leurs créations boulevard Montmartre. Objectif du concours organisé par la boutique Hard Rock Cafe : moderniser le design vieillissant de la marque pour le rendre plus accessible à un public jeune, mais surtout européen.

«Dépoussiérer l'image de la marque»

vidéo: https://www.dailyneuvieme.com/Le-T-shirt-Hard-Rock-Cafe-se-reinvente-le-temps-d-un-soir_a3963.html



[Visualiser l'article](#)

La boutique, installée depuis 25 ans à Paris, propose à la fois un service de restauration, des concerts, et une boutique. Sur les cintres du magasin, des vêtements floqués Hard Rock Cafe, mais surtout les fameux T-shirts collectors. Dépoussiérer le Hard Rock Cafe : le projet du lieu emblématique du boulevard Montmartre est assumé par Nathalie Compagnon, chargée du service de presse du lieu. *« Ici, c'est un lieu de vie un peu rock'n'roll, un peu « lifestyle ». Les T-shirt collectors Hard Rock Cafe, c'est une part non négligeable du chiffre d'affaire [NDLR: 50% du chiffre d'affaires du magasin] , c'est un produit pérenne. Tout le monde connaît ces T-shirts, les gens les collectionnent. »*

Déconstruire l'image un peu datée de l'entreprise basée à Orlando donc, mais pas que. Selon Béatrice Manson, chargée de la communication de l'ESMOD, la clientèle française a des attentes bien précises auxquelles le Hard Rock Cafe veut s'adapter. *« Les gabarits et les goûts sont différents par rapport aux Etats-Unis. Repenser ce T-shirt, ça passe aussi par le fait de donner aux T-shirts un style plus adapté au marché européen. »*

Exercices de style pour les deuxièmes années

Pour mener à bien son projet, le Hard Rock Cafe contacte au début de l'année une école de stylisme à proximité, l'ESMOD, et propose aux élèves de deuxième année d'imaginer de nouveaux designs. Mis en compétition, les élèves seront départagés par un jury de professionnels de la mode.

Un projet de partenariat qui a tout de suite séduit la direction de l'école : pour Paul Marchand, responsable des projets pédagogiques de l'ESMOD, l'expérience offre aux élèves la chance de *« pouvoir se confronter à des professionnels exigeants et pas seulement leurs professeurs. »* Sa collègue Béatrice Manson souffle : *« Et le Hard Rock Cafe, c'est quand même un monument... C'est un projet ambitieux. »*

vidéo: https://www.dailyneuvieme.com/Le-T-shirt-Hard-Rock-Cafe-se-reinvente-le-temps-d-un-soir_a3963.html

Au début de l'année, le coup d'envoi du concours est lancé : 180 projets sont proposés par les élèves. A la clé, pour le ou les vainqueurs : un voyage en Europe, mais surtout la possibilité, peut-être, de voir son design un jour commercialisé. *« Ils avait accès aux machines pour imprimer, et ont pu choisir les techniques qu'ils souhaitaient : impression maison, peinture, broderies... Ceux qui le souhaitaient ont pu travailler en binôme, pour se confronter à un avis extérieur. »* Après plusieurs phases de sélection, 35 designs sont retenus pour le défilé final. Le monde du hard rock, un peu englouti ce soir-là face à une musique électro envahissante, ne leur est pas vraiment familier, mais qu'importe. Sur des modèles très basiques, des T-shirts en coton à coupe classique, chacun a pu, dans la mesure du possible, exprimer sa créativité.

Dernière ligne droite

Le spectacle commence et les designs s'enchaînent. De Jim Morrison à la Tour Eiffel, en rapport avec le rock ou pas du tout, les modèles entendent réinventer le logo pour un public parisien. Le tout sous les yeux attentifs des membres du jury. Parmi eux, une blogueuse, un journaliste de Fashion Spider , ou encore Corinne Moreau, styliste de la marque LA DOVITCH . Elle qui admet n'avoir jamais mis les pieds dans un Hard Rock Cafe et n'en connaître que le nom se considère comme *« très difficile »* en matière de mode : *« Le style, ça ne s'apprend pas vraiment. »* Quand les mannequins montent sur scène, elle scrute les créations et les prend en photo. Et à la fin du défilé, Corinne Moreau a déjà sa petite idée sur le vainqueur.

vidéo: https://www.dailyneuvieme.com/Le-T-shirt-Hard-Rock-Cafe-se-reinvente-le-temps-d-un-soir_a3963.html

www.dailyneuvieme.com

Pays : France

Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

Après délibération, le jury récompense les étudiants les plus convaincants. En fin de soirée, William Vincent s'excuse timidement de l'amateurisme du défilé : *«On est novices, c'est la première fois...»* Mais même si certains mannequins chancellent un peu ou ont du mal à poser, la bonne humeur est là, et les clients semblent conquis.

La pertinence de ce partenariat laisse malgré tout certains spectateurs un peu dubitatifs. Un styliste dans la salle s'interroge : *«Je ne suis pas sûr que ce défilé contribue à «dépoussiérer» le Hard Rock Cafe. J'ai l'impression que c'est un endroit un peu figé dans le temps. Il faudrait commencer par changer la décoration. Ce n'est pas en un défilé qu'on déconstruit un truc has-been.»*

vidéo:https://www.dailyneuvieme.com/Le-T-shirt-Hard-Rock-Cafe-se-reinvente-le-temps-d-un-soir_a3963.html