

loisirs

Ils ont mouillé le maillot pour l'exposition du siècle

Didier André, son épouse et leurs complices ont réuni et exposent un millier de maillots de tennis de table au CRJS de Salbris. A découvrir aujourd'hui !

Mais en chemin, ils ont découvert un monde fascinant. Les maillots de tennis de table, ces petits vêtements qui protègent le corps du joueur, ont une histoire riche et complexe. Ils ont été créés dans une optique fonctionnelle (protection de la chaleur, du soleil, du froid, des tissus irritants,...).

Les mille maillots chatoient de toutes leurs couleurs

Le maillot sportif est d'abord un vêtement de corps qui protège la peau et qui a été créé dans une optique fonctionnelle (protection de la chaleur, du soleil, du froid, des tissus irritants,...).

Notre règlement l'appelle « chemisette », sans doute à cause d'un boutonage sur le devant (francisation peut-être du mot anglais « polo »), à différencier du tee-shirt qui, lui, n'a ni col, ni boutons.

Vu sous l'angle vestimentaire, le maillot sportif exprime des modes, des techniques, traduit l'évolution des règlements de notre discipline.

Que de chemin parcouru depuis l'avènement du Ping, les formes, les matières, le mélange et la multiplicité des couleurs, les techniques de personnalisation.

Le maillot est un formidable témoignage des moments, des lieux, des faits de l'histoire sportive, de la vie associative, de la mémoire collective.

Ne dit-on pas : **mouiller le maillot, défendre le maillot, l'amour du maillot, le respect du maillot.**

Derrière ces mots, se cachent des valeurs d'éthique sportive, des valeurs morales d'entraide, de transcendance, la noblesse de l'effort. Ils marquent une adhésion à un groupe, un sentiment d'appartenance et d'identification collective qui ne sont pas sans rappeler la chevalerie au travers du drapeau, de l'étendard, du blason repris chez nous sportifs par le fanion, le sigle ou le logo.

Dans notre discipline, si nous n'avons pas le maillot jaune du Tour de France, la diversité des maillots et la création artistique des pongistes pour créer leur propre image vous étonnera à plus d'un titre. Derrière chacun de ces maillots, ont transpiré, vécu des passionnés qui ont fait briller ces morceaux d'étoffe et participé au souvenir collectif de la famille pongiste.

LE MAILLOT SPORTIF, TOUT UN SYMBOLE INTRODUCTION

Un maillot c'est d'abord un vêtement de corps qui protège la peau et qui a été créé dans une optique fonctionnelle (protection de la chaleur, du soleil, du froid, des tissus irritants,...).

Que dire alors du **maillot sportif** qui, sous cet angle, ne cesse d'évoluer dans sa forme et sa matière pour faciliter l'aisance du mouvement et assurer le confort dans l'effort !

Notre règlement l'appelle « **chemisette** », sans doute à cause d'un boutonage sur le devant (francisation peut-être du mot anglais « polo »), à différencier du tee-shirt qui, lui, n'a ni col, ni boutons.

Vu sous l'angle vestimentaire, le maillot sportif exprime des modes, des techniques, traduit l'évolution des règlements de notre discipline.

Que de chemin parcouru depuis l'avènement du Ping, les formes, les matières, le mélange et la multiplicité des couleurs, les techniques de personnalisation.

La nouvelle République du Centre (16/6/2013)

Mais le maillot c'est aussi et avant tout un symbole, un signe de reconnaissance pour les joueurs qui le portent, pour les structures et les bénévoles qui l'animent, pour les spectateurs qui s'y identifient.

Le maillot est un formidable témoignage des moments, des lieux, des faits de l'histoire sportive, de la vie associative, de la mémoire collective.

Ne dit-on pas : **mouiller le maillot, défendre le maillot, l'amour du maillot, le respect du maillot.**

Derrière ces mots, se cachent des valeurs d'éthique sportive, des valeurs morales d'entraide, de transcendance, la noblesse de l'effort. Ils marquent une adhésion à un groupe, un sentiment d'appartenance et d'identification collective qui ne sont pas sans rappeler la chevalerie au travers du drapeau, de l'étendard, du blason repris chez nous sportifs par le fanion, le sigle ou le logo.

Dans notre discipline, si nous n'avons pas le maillot jaune du Tour de France, la diversité des maillots et la création artistique des pongistes pour créer leur propre image vous étonnera à plus d'un titre. Derrière chacun de ces maillots, ont transpiré, vécu des passionnés qui ont fait briller ces morceaux d'étoffe et participé au souvenir collectif de la famille pongiste.

LA DESCRIPTION DU MAILLOT

Alors quels sont, comme par hasard, ces 11 points du maillot qui permettent de mieux le cerner ?

- **1. Sa forme** : les fabricants privilégient la ligne des maillots près du corps pour affiner la silhouette sans gêner le mouvement. Les maillots sont toujours avec manches courtes alors que le règlement autorise des maillots sans manches. En revanche, si le col se présente souvent avec un rabat, il peut aussi être ras de cou ou en V. Le tee-shirt semble donc autorisé (puristes, à vos tablettes...)
- **2. Sa matière** : si le textile à mailles (donc tissé tel le coton) a donné son nom au maillot, les tissus de synthèse lui ont largement succédé afin de procurer un meilleur confort. Le polyester, la microfibre thermoactive garantissent une évaporation optimale de la chaleur et de la transpiration tout en gagnant en légèreté et en élasticité.
- **3. Ses couleurs et celles du club** : le règlement précise que les couleurs doivent être nettement différentes de celle de la balle, règle à laquelle il faut s'attacher en dépit des différentes couleurs de balles, la prolifération des coloris et des inscriptions publicitaires. Certains clubs ont toujours cherché à se différencier par la **symbolique des couleurs** qui n'est pas neutre dans l'inconscient collectif. Savez-vous que le gris était obligatoire avant-guerre et jusque début 1960 ?



1936 - équipe de France dont HAGUENAUER

• **4. Les identifiants du club :** le club va chercher à s'identifier par son nom et compléter son identité visuelle par un sigle ou un logo. Les dimensions de cette identité ne sont pas réglementées et peuvent donc s'exprimer librement. Amusez-vous à rechercher des logos de Ping. Ils foisonnent sur Internet.



Le Ping de jour comme de nuit

Quand la poule remplace le Coq,
au risque que la balle ne soit pas toujours ronde !

• **5. Les identifiants du joueur :** le règlement autorise l'identification du joueur, en chiffres ou lettres, au dos de la chemisette. Ce mouvement récent s'inscrit dans une société d'image et d'individualisation qui peut rapprocher des courants sociétaux portés par les réseaux sociaux, le tuning, le tatouage, les blogs,...

• **6. Les identifiants publicitaires tenant au vêtement :** les fabricants sont autorisés à mentionner leur nom, marque, sigle ou symbole dans une dimension maximale de **24 cm²**. Éléments de personnalisation du vêtement à caractère publicitaire (différent de l'étiquette qui marque le nom, la taille et la provenance et est réglementée par l'autorité publique), ils permettent de reconnaître notre discipline par les fabricants spécialisés qui la servent. La vie des entreprises suit celle des hommes, elle contribue également à dater les maillots et à les retracer dans l'histoire du tennis de table. Rappelons nous le logo du Coq Sportif (1909), emblème d'un fabricant français - Emile CAMUSET - qui est à la cocarde sportive nationale ce que le bonnet phrygien est à la cocarde nationale. Et les ailes de BUTTERFLY qui parleront aux anglicistes.

- **7. Les identifiants publicitaires tenant au mécénat ou parrainage :** le mécénat ou parrainage d'entreprise est recherché pour accompagner l'effort des institutions publiques et donner un supplément de signification au maillot. Il existait déjà dans le cadre du « Sport dans l'entreprise » où il se fondait avec le nom du club. Cette évolution, encadrée par une réglementation précise en quantité et dimensions, n'est en revanche pas normée quant à son contenu. On peut donc imaginer du texte mais aussi de l'image. Ces inscriptions témoignent certes de la recherche de sources de financement diversifiées mais aussi d'un surcroît d'intégration de notre sport dans la société civile, hors du cocon exclusif du milieu sportif associatif. Par ce biais, le maillot est un support d'une mémoire supplémentaire, celle du monde de l'entreprise (rappelez-vous le maillot vert 1976 de SAINT-ETIENNE associé à MANUFRANCE qui n'est pas sans rappeler le souvenir d'un mouvement industriel public puissant, les manufactures). Chez nous celui de Sport MACHOMET ou des tables TAS aujourd'hui disparues !
- **8. Les titres de noblesse :** le règlement ne semble pas faire état spécifiquement de ces distinctions et donc ne pas faire partie des pratiques de notre discipline. En général, les joueurs peuvent arborer sur leur maillot leurs titres de gloire sous forme d'un liseré, d'une étoile, sorte de transposition des insignes de grade en vigueur dans l'armée. Imaginons le dernier maillot de champion de France de Maître Jacques, frappé du sceau de 17 étoiles de champion de France ou d'une belle étoile planétaire pour Jean-Philippe GATIEN marquée de l'année 1993 !
- **9. Le dossard :** dans toute compétition importante, les compétiteurs doivent être identifiés par un dossard qui, en général, porte un numéro à rapprocher d'une liste d'engagés figurant dans un programme. Le dossard fait partie de la vie du maillot et lui est étroitement associé. La publicité sur le dossard est un moyen de financer une dépense incompressible. Mais au-delà, sans sombrer dans le fétichisme des chiffres, ce dossard constitue le trait d'union entre le maillot et l'évènement que ce dernier représente. Il est indissociable de l'exploit et sera conservé près du maillot et du programme comme pour lui donner une expression supplémentaire.
- **10. La dédicace :** à l'origine, la dédicace est le fait de placer son œuvre sous l'autorité supérieure d'une personne illustre pour lui témoigner ses sentiments de gratitude ou d'amitié. La dédicace personnelle demandée sur le maillot qui est la manifestation concrète de l'exploit sportif, est un signe de reconnaissance du supporter envers le champion. Elle donne sans nul doute une valeur ajoutée, souvent symbolique et identificatrice, à ce maillot lorsque de surcroît le paraphe est personnalisé à l'adresse du récipiendaire.
- **11. Autres particularités du règlement :** le règlement stipule que les joueurs d'une même équipe doivent disposer d'un maillot identique. Outre les éléments de reconnaissance, d'unité et d'esthétique, cette obligation peut être interprétée comme la volonté d'afficher les valeurs de l'amateurisme autour de l'esprit de club et d'équipe.

On ne saurait quitter la symbolique du maillot sans rappeler la panoplie des maillots « évènementiels » ou « commémoratifs », **sorte de produits dérivés**, qui traduisent le souvenir d'une manifestation sportive et raniment, le temps passé, la flamme du souvenir, comme les derniers championnats du monde en France avec cette belle Tour Eiffel de raquettes.



Extrait du règlement sur les tenues :

3.2.5.10 - Les publicités sur les tenues de jeu des joueurs sont limitées à :

3.2.5.10.1 - la marque de fabrique habituelle, le symbole, le sigle ou le nom du fabricant, contenus dans une superficie totale maximale de 24 cm² ; elle peut être portée sur chaque effet ;

3.2.5.10.2 - au maximum six publicités nettement séparées les unes des autres, contenues dans une superficie maximale totale de 600 cm², sur le devant, les côtés ou les épaules d'une chemisette, avec un maximum de quatre sur le devant de la chemisette ;

Pour les équipes des associations évoluant en Pro A et Pro B, il est toléré sur les tenues trois publicités supplémentaires réservées uniquement aux partenaires institutionnels (Conseils régionaux, Conseils généraux et municipalités) et dans le respect de la surface réglementaire en vigueur (600 cm²).

3.2.5.10.3 - au maximum deux publicités au dos de la chemisette, contenues dans une superficie totale maximale de 400 cm² ;

3.2.5.10.4 - au maximum deux publicités contenues dans une superficie maximale totale de 120 cm² uniquement sur le devant et sur les côtés des shorts ou des jupes.

3.2.5.11 - Les publicités sur les dossards doivent être contenues dans une superficie totale maximale de 100 cm².

3.2.5.12 - Les publicités sur les tenues des arbitres doivent être comprises dans une superficie totale maximale de 40 cm².

3.2.5.13 - Il ne peut y avoir de publicité sur les vêtements sportifs des joueurs, ou sur leurs dossards, pour les tabacs, les boissons alcoolisées ou toute substance nuisible.

**ALORS, TOUS A VOS PLANCHES A DESSIN POUR LE MAILLOT
LE PLUS REPRESENTATIF DE VOTRE ASSOCIATION.**

