

UNE SAISON GRAPHIQUE  
20  
11

/

# FABRICE HOUDRY / / TERRAIN DUR / BIKE POLO SHOW

/

Yorgo Tloupas



Les questions et regards interloqués sont devenus notre quotidien. Pas un jour sans que l'on doive expliquer notre sport, épeler son nom, en décrire les règles, et décoder les subtilités de notre matériel. « Pourquoi tes roues sont pleines ? » ; « c'est quoi ce bâton ? » ; « comment vous appelez ce sport ? » ; « vous jouez à combien ? » ; etc. Chaque joueur de *hardcourt bike polo* au monde a vécu ces questionnaires, et chacun d'entre-nous sait y répondre, patiemment, avec une certaine fierté, avec le sentiment d'appartenir à un cercle encore restreint.

Né en 1891 en Irlande, le polo à vélo dans sa forme originelle était une alternative au polo à cheval, sport de prédilection de l'aristocratie du Commonwealth, mais se jouant sans les étalons, avec moins de fanfare, et restant par définition plus accessible. Joué sur herbe, à quatre contre quatre, il devient très populaire dès le début du XX<sup>e</sup> siècle, au point d'être présenté en sport de démonstration aux jeux Olympiques de Londres en 1908. La pratique perdure tout au long du siècle, avec des pics de popularité, des périodes plus creuses, mais sans jamais accéder à un statut qui puisse lui donner une visibilité réellement globale. Changement de siècle, changement de millénaire : Seattle, côte ouest des États-Unis, début des années 2000. Les coursiers à vélo de cette ville phare de la scène « alternative » américaine décident d'adapter le polo à vélo à leur quotidien et à leur mode de vie. Le terrain en herbe est remplacé par du tarmac (faute d'herbe), les multiples règles disparaissent, inadaptées à l'état d'esprit anticonformiste des joueurs, et les équipes se réduisent à trois, faute de place sur le terrain. Les vélos sont encore les engins de travail des coursiers, souvent à pignon fixe, généralement couverts d'autocollants, de rayures et d'enfoncements. Les crosses sont faites maison, composées de bâtons de ski (les Montagnes Rocheuses ne sont pas loin), et de tubes de plastique « récupérés » sur des chantiers. Le sport naît de manière organique, non officielle, et s'exporte de par le monde via les rencontres et championnats de coursiers, qui incluent des courts matches ou tournois de *bike*

polo, joués sans trop de sérieux, généralement par des pratiquants imbibés de bière et épuisés par les diverses courses et fêtes du week-end.

Mais un épiphénomène va accélérer l'expansion du sport de manière radicale vers le milieu de la décennie : les vélos à pignon fixe gagnent soudainement en popularité, et les grandes villes des États-Unis et d'Europe du nord voient apparaître pléthore de jeunes branchés chevauchant ces vélos *fixed-gear*. Les codes vestimentaires et esthétiques des coursiers à vélo sont repris en masse, et moult quidams étudiants en arts s'affublent d'un sac en bandoulière couvert d'écussons, d'une casquette de cycliste vintage, et de jeans retroussés. L'effet de mode progresse au rythme effréné propre à la génération des blogs et forums de discussion, et très vite des milliers de jeunes urbains se remettent à pratiquer le vélo, à contre-courant de la culture de masse américaine. Internet aidant, le *bike polo*, surfant sur la vague *fixed gear*, s'extrait enfin du microcosme des coursiers à vélo, et gagne des pratiquants de manière exponentielle. Les États-Unis puis l'Europe commencent à jouer, les premiers tournois non affiliés à des événements de coursiers voient le jour, et le sport se trouve un nom : *Hardcourt Bike Polo*. Le « Terrain dur » reste l'élément qui singularise vraiment cette pratique, et c'est Doug Darymple, joueur new-yorkais de la première heure, qui invente ce terme derrière lequel toute une communauté va se retrouver. Les codes visuels du *hardcourt bike polo*, au début très empreints de références à l'univers pseudo-anarchiste des coursiers (visuels photocopiés, têtes de mort, inspiration tatouages, lettrages gothiques...), commencent aujourd'hui à s'élargir et à se diversifier. L'afflux de graphistes et autres spécialistes des arts visuels se fait sentir, et, en particulier en Europe, on voit apparaître des affiches de tournoi raffinées, des stickers surprenants, des t-shirts empreints d'humour et de détournements de logos connus. L'esprit d'exploration visuelle, de création d'un microcosme esthétique en perpétuelle évolution n'est pas sans rappeler celui du skateboard au début des années 90. Autocollants à slogans revendicatifs (*Bike polo, are you sure you're taking it seriously enough?*), intégration des éléments propres au *bike polo* (maillots, roues pleines, petites balles rouges) dans les visuels, revendications territoriales ou citadines mises en avant, une archive de nouveaux codes de lecture se forme peu à peu. Mais au contraire du skateboard, le *bike polo* est un sport d'équipe, un sport collectif. Le croisement entre les référents habituels

des équipes de football, de hockey ou de basket, et l'attitude anti-conformiste du *bike polo* crée de nouveaux modes d'expression. Des écharpes inspirées de celles des supporters « ultras » voient le jour (*Tigers Hard Court Bike Polo* – Italie), des jerseys de cyclisme aux multiples logos juxtaposés prennent de court l'esthétique du Tour de France (*Beaver Boys* – Milwaukee, *Dans Ta gueule Puceau* – France), et des tenues proprement loufoques font surface de temps à autres (habits de zèbres, shorts à bretelles suisses).

Aujourd'hui, les marques de sport corporate et de boissons énergétiques commencent à fortement lorgner de notre côté, et on peut craindre une progressive dissolution de la singularité du *hardcourt bike polo*. Qu'en sera-t-il dans cinq ans ? Les tournois seront-ils télévisés avec ce que cela implique de présence de sponsors ? Les équipes porteront-elles des logos de banques en énorme sur leur torse ? Peu probable. Mais l'exposition « Terrain dur, *Bike Polo Show* », la première du genre, aura fait date, et permettra d'archiver cette rapide période de gestation, exponentielle et chaotique, mais tellement excitante pour les heureux pionniers d'un sport destiné à devenir global.

