

# DUNKZIINE



DUNKZIINE MAGAZINE  
MAI 2023





**RÉDACTRICE EN CHEF**  
JULIE RÉGÉ

**ÉDITORIALISTE**  
JULIE RÉGÉ

**RÉDACTEURS**  
HUGO EUCHER / JOSEPH BOYER / PABLO  
MULLER / YANN ZERARI / JULIE RÉGÉ / TRACY  
SALUMU

**IMPRESSION PAPIER**  
CoolLibri.com  
**IMPRIMÉ EN FRANCE**  
111,rue Nicolas Vauquelin - 31100 Toulouse

**CONTACTS**  
[contact.dunkiin@gmail.com](mailto:contact.dunkiin@gmail.com)  
[candidature.dunkiin@gmail.com](mailto:candidature.dunkiin@gmail.com)  
[trouvemapairedesneakers@gmail.com](mailto:trouvemapairedesneakers@gmail.com)



CRÉDITS PHOTOS : © INSTAGRAM JERAMI GRANT

 [www.dunkiin.com](http://www.dunkiin.com)

 [@dunkiin\\_fr](https://twitter.com/dunkiin_fr)

 [@dunkiin\\_fr](https://www.instagram.com/dunkiin_fr)

 [@Dunkiinfr](https://www.facebook.com/Dunkiinfr)



# Mode

P. 48



## — Jerami Grant Caméléon

P. 8

EDITO —  
*Julie, Rédactrice  
en chef*

P. 22

Mode —  
*CounterPoint : le renouveau du Jazz*

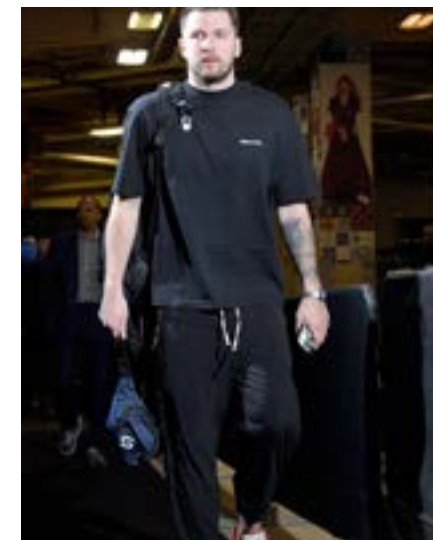
P. 26



Mode —  
*Honor The Gift met  
à l'honneur l'histoire  
américaine*

DUNKIIN

P.81



Watch Story —  
*Luka Doncic*

P. 16

Mode —  
*The Franchise Player  
Damian Lillard*

P. 38



Shopping —  
*Mono Chrome*

P. 19



VIBE BOARD —  
University

NO. XV

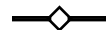
P. 112



P. 84  
Culture —  
*À l'intérieur de la  
grande guerre des  
générations de la  
NBA*

Sneakers —  
*Nike montre son  
amour pour Gigi  
Bryant*





Aperçu l'année dernière dans les rues de Paris, Jerami Grant a prouvé qu'il avait tout à fait sa place dans les défilés de la capitale car le joueur offre depuis des années des masterclass chaque soir de match.

Grant a apporté une bouffée d'air frais et a remplacé non sans mal CJ McCollum niveau stylistique.

Malheureusement, pour celui qui se surnomme le caméléon qui s'est rendu à Portland en début de saison, la franchise de l'Oregon est donc officiellement en vacance et le lieutenant de Damian Lillard va pouvoir profiter de l'offseason pour nous sortir ses meilleures tenues de vacance.

PS: Bravo aux Kings pour retrouver les PO après 16 ans de disette et on espère de ne plus avoir à vous souhaiter bonne vacance en novembre.

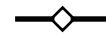


ÉDITORIALISTE  
JULIE RÉGÉ





## SHOPPING



### VESTE

MILWAUKEE BUCKS VARSITY SATIN  
FULL-SNAP JACKET



Disponible sur [STARTER](#)

### VESTE



OKLAHOMA CITY THUNDER VARSITY  
SATIN FULL-ZIP JACKET

Disponible sur [STARTER](#)

### VESTE

CHICAGO BULLS VARSITY SATIN  
FULL-SNAP JACKET



Disponible sur [STARTER](#)

## PRINTemps

STRAIGHT  
JACKET

CRÉDITS PHOTOS : © STARTER

### VESTE

UTAH JAZZ VARSITY SATIN FULL-SNAP  
ACE JACKET



Disponible sur [STARTER](#)

### VESTE



DETROIT PISTONS VARSITY SATIN  
FULL-SNAP JACKET

Disponible sur [STARTER](#)

### VESTE

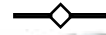
WOMEN'S SACRAMENTO KINGS  
Varsity Satin Full-Snap Jacket



Disponible sur [STARTER](#)







*Tyrese Maxey*

*Jeremy Sochan*

*Kelly Oubre Jr*

*Tim Hardaway Jr*

*Buddy Hield*

*Chris Paul*









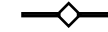


# FRANCHISE PLAYER



DAMIAN  
LILLARD

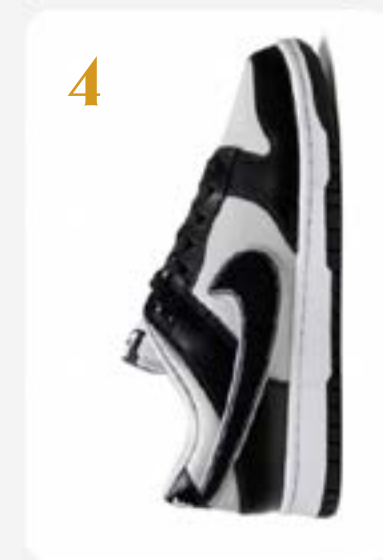
CRÉDITS PHOTOS : ©  
PARFETCH/ INSTAGRAM  
DAMIAN LILLARD



DAME DOLA

1. OSKLEN - Chemise [268€](#) / 2. PALM ANGELS - Pantalon [325€](#) / 3. adidas - Baskets [173€](#)  
/ 4. TIMEX - Montre [179€](#) / 5. LE GRAMME - Bague [370€](#)

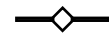




1. STADIUM GOODS - Veste [770€](#)
2. AMI PARIS - Chemise - [220€](#)
3. CARHARTT WIP- Pantalon - [126€](#)
4. NIKE - Baskets - [244€](#)
5. ACNE STUDIOS - Sac - [390€](#)
6. OFF WHITE- Lunettes de soleil - [250€](#)

CRÉDITS PHOTOS : © INSTAGRAM LEAGUE  
FITS / PINTEREST / FARFETCH





# DWYANE WADE EST LA STAR DE LA CAMPAGNE VERSACE EYEWEAR



CRÉDITS PHOTOS : © VERSACE EYEWEAR / JACOB VIZEK

Photographié par le célèbre photographe Mario Sorrenti et stylisé par le styliste superstar Jason Bolden, Wade associe un ensemble de lunettes de soleil à la couture désormais emblématique de Versace, qui comprend une sangle ornée de Medusa.

Pour augmenter le sex-appeal, Wade pose torse nu dans une autre image pour le lancement.

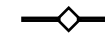
« Charisme et excellence, Dwyane Wade est un champion naturel de chacun et est parfaitement en ligne avec le look et l'attitude de Versace », a déclaré la marque dans un communiqué, notant que l'attitude de Wade correspond parfaitement aux vibrations et aux valeurs de la célèbre marque italienne.

« L'illustre photographe Mario Sorrenti met en valeur le caractère naturel de Dwyane dans une série d'images qui donnent vie aux styles Versace Eyewear, mettant en évidence la précision, les designs et les détails confiants de trois nouveaux styles qui réinterprètent le symbole emblématique de la Méduse sur le pont et les branches des montures. »

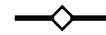
La collection comprend trois modèles  
« aviateur ».

Deux présentent l'avant et le centre Versace Medusa contre des détails noirs ou blancs et le troisième style offre une monture traditionnelle plus élégante prête pour les verres de prescription.

Les trois paires de lunettes sont disponibles dès maintenant sur le site [ici](#).







# LE JAZZ LANCE LA MARQUE DE VETEMENTS COUNTERPOINT



CounterPoint fait ses débuts avec deux collections: sa ligne de base qui propose des styles de vêtements d'intérieur qui mettent en valeur le logo de la note de jazz de l'équipe et sa collection All-Star en édition limitée, qui célèbre l'Utah qui a accueilli le All-Star Game il y a deux mois.

Les prix des collections commencent à 50 \$.

"Les collections intègrent des éléments expliquant qui nous sommes, tout en les rendant très chics et de bons goûts", a expliqué Barnett.

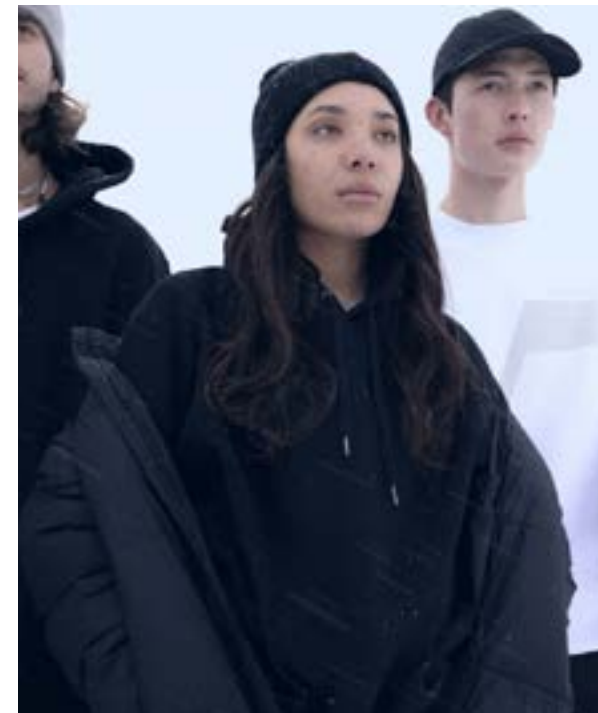
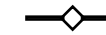
"Vous dites que vous êtes un fan de l'Utah Jazz, mais cela ne doit pas nécessairement être un équipement de fan. N'importe qui peut le porter. Nous avons de la chance d'avoir un si bon logo parce que si vous regardez un tas d'équipes sportives, ce n'est pas quelque chose que vous voulez coller sur votre poitrine ou porter, mais une note de musique est assez universelle."

Le Jazz renforce sa présence dans le monde de la mode avec une marque de vêtements maison.

L'équipe de basket-ball a dévoilé en février dernier le lancement de sa marque de mode et de lifestyle, appelée CounterPoint, qui est dirigée par sa directrice créative Calyann Barnett.

Barnett a longtemps travaillé dans le monde du basket-ball, coiffant l'ancienne star de la NBA Dwyane Wade pendant 14 ans.

La marque porte le nom du logo de note de musique populaire de l'équipe.



Il était également important pour Barnett de travailler avec des entreprises locales pour CounterPoint.

Elle a déclaré que ce n'est pas parce que Salt Lake City n'est pas exploitée aussi fréquemment que d'autres grandes villes comme New York ou Los Angeles, elle avait un large éventail de talents avec lesquels travailler.

Elle a déclaré avoir travaillé avec des entreprises locales pour des aspects de CounterPoint tels que l'image de marque, la conception et l'emballage, entre autres.

« Il y a tellement d'opportunités ici parce que ce n'est pas sursaturé », a-t-elle déclaré.

« Il n'y a pas un nouveau designer qui surgit chaque jour, mais il y a tellement de talent et c'est une chose que j'ai essayée de m'assurer d'utiliser. C'était vraiment comment travailler avec autant de personnes et comment réintégrer la communauté locale, tout en accueillant la diversité de partout ailleurs. »

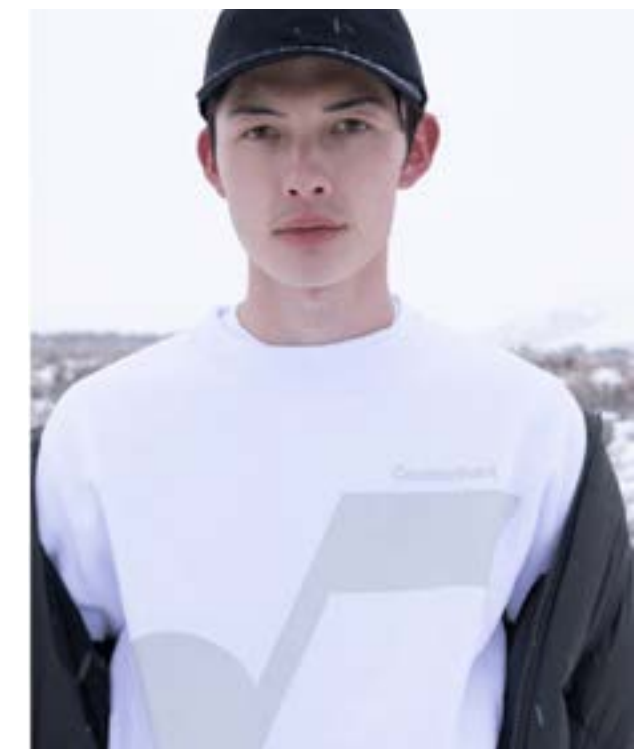
CounterPoint a célébré son lancement avec un magasin éphémère situé dans l'expérience de vente au détail Shop Salt Lake City au Gateway du 16 au 19 février, qui a offert la gamme complète.

À l'avenir, CounterPoint introduira des collections de manière saisonnière et coïncidera avec les étapes de l'équipe. Il a plusieurs collaborations en cours.

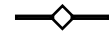
Barnett a expliqué que les deux collections célèbrent l'histoire du Jazz.

Alors que la collection de base offre une esthétique loungewear plus minimaliste, la ligne All-Star offre plus de créativité et de pièces streetwear.

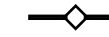
Barnett a déclaré qu'elle s'était inspirée de la collection du NBA All-Star Game en 1993, qui a également eu lieu dans l'Utah, en se penchant sur les anciens coloris et styles de la marchandise du jeu et le spectacle de lumière qui s'est produit pendant le match.







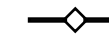
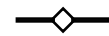
MADE FOR FANS  
DESIGNED FOR THE STREETS



COUNTERPOINT BRAND  
PROPERTY OF THE UTAH JAZZ  
EST. 2023 | PRIVATE LABEL  
MADE FOR FANS  
DESIGNED FOR THE STREETS  
NOTE | EXCLUSIVE







# HONOR THE GIFT REDEFINIT LES VETEMENTS DE TRAVAIL DE LA CULTURE AFRO-AMERICAINE



La marque Honor The Gift de Russel Westbrook, basée à Los Angeles, est de retour avec une collection printemps/été 2023, cette fois en s'inspirant des vêtements de travail de la culture afro-américaine.

Cette saison, la marque réfléchit sur une partie de l'histoire du travail noir dans les années 1800 et vise à redéfinir les vêtements de travail de cette période.

Les notes de conception de cette collection ont créé un dialogue ouvert autour des expériences des ouvriers noirs à la fin du 18e siècle.

En vertu de la loi, les esclaves n'étaient pas émancipés jusque-là, cependant, dans la pratique, les travailleurs noirs étaient exploités et maltraités par le métayage et se voyaient offrir des salaires à peine vivables, le cas échéant.

Alors que le métayage est devenu illégal dans les années 1920, les femmes noires travaillaient encore comme domestiques, gardiennes et blanchisseuses dans toute l'Amérique à une époque de racisme et de ségrégation meurtriers.

Pendant le boom industriel, les hommes noirs travaillaient comme forgerons, charpentiers, mineurs et cheminots.

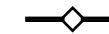
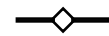
À l'époque, les gens ne pouvaient pas faire grand-chose pour s'exprimer, mais c'est par la créativité et l'expression de soi à travers leurs uniformes qu'ils pouvaient vraiment être eux-mêmes.

La collection rend hommage aux travailleurs noirs de cette période et souligne comment les travailleurs du passé utilisaient des vêtements sur mesure pour dénouer le traumatisme associé au lieu de travail.

Apportant leurs propres styles uniques dans leur uniforme de tous les jours, la collection de cette saison vise à canaliser cette énergie pour présenter une sélection de vêtements qui célèbrent les vêtements de travail de la culture afro-américaine.

Pour le ramener au siècle actuel, les pièces sont rehaussées de nylon, tandis que les silhouettes sont dotées d'une coupe carrée et sur-dimensionnée. Les vestes de corvée boutonnées, les cols, les chemises, les gilets et les combinaisons sont modernisées avec des couleurs et des textures, arrivant en beige, orange et kaki.











# KIDSUPER AJOUTE SA TOUCHE ECLECTIQUE AUX MAILLOTS NBA X FANATICS



KidSuper s'est associé à la NBA et a Fanatics pour une nouvelle gamme de produits pour les 30 équipes.

Puisant dans l'esthétique streetwear de KidSuper, la NBA propose une sélection de répliques de maillots qui présentent la touche vibrante et éclectique du créateur.

Présentant des illustrations originales de Colm Dillane, les maillots sont sa propre ré-interprétation des motifs, des couleurs et de l'esthétique du design de l'équipe.

La collection présente l'approche créative ludique de Dillane, donnant aux répliques de maillots de chaque équipe une mise à jour artistique.

Cette fois-ci, les fans peuvent voir KidSuper prendre la mascotte de chaque équipe à la fois littéralement et ironiquement, les transformant en représentations vivantes de chaque ville.

Par exemple, le maillot des Milwaukee Bucks voit la figure inquiétante d'un daim dans les bois comme graphique principal du maillot.

Le Magic présente le design classique à fines rayures qui comprend un lapin ressemblant à un dessin animé tenant un ballon de basket.

Dans la culture populaire, les lapins sont synonymes de tours de magie sous l'idée que les magiciens peuvent sortir un lapin de leur chapeau.

Le maillot Miami Heat met en valeur les palmiers qui bordent les boulevards de la ville sur un ciel "barbe à papa". L'Utah Jazz voit des silhouettes de saxophonistes sur le maillot.

Dillane a publié une déclaration concernant sa collaboration déclarant:

« Lorsque la NBA et Fanatics m'ont approchés pour collaborer sur une nouvelle ligne de produits pour les fans, j'ai immédiatement dit oui. J'ai toujours voulu être créatif pour une équipe de la NBA, et grâce à NBA & KidSuper Studios by Fanatics, j'ai pu concevoir des maillots et des shorts pour les 30 équipes avec une vision artistique et aventureuse des marques emblématiques de la ligue. La capsule est pleine d'énergie et relie la mode, la culture de la rue et le fandom de la NBA tout en un. »

La collection est uniquement disponible sur [Fanatics.com](https://www.fanatics.com)













## mono



PAR JULIE RÉGÉ  
© CRÉDITS PHOTOS :  
FARFETCH / LEAGUE FITS

1. BURBERRY - Veste [PNC](#) / 2. DOLCE & GABBANA - T-Shirt [325€](#) / 3. DIESEL - Jeans [350€](#) / 4. A BATHING APE® - Montre [PNC](#) / 5. OFF WHITE - Baskets [475€](#)

## chrome

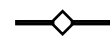


1. TEN C - Doudoune [PNC](#) / 2. CP COMPANY - Pull [178€](#) / 3. PALM ANGELS - Pantalon [538€](#) / 4. MISBHV - Lunettes de soleil [228€](#) / 5. NORSE PROJECTS - Bonnet [85€](#) / 6. NIKE - Baskets [389€](#)









# Brands worn by players #5 : *PALM ANGELS*



Palm Angels est une marque de mode de luxe fondée en 2015 par le directeur artistique et photographe italien Francesco Ragazzi qui est également l'ancien directeur artistique de Moncler.

Palm Angels fait partie du groupe New Guards et a collaboré avec des marques telles que Moncler Genius, Playboi Carti, BBC Ice Cream, Under Armour & Clarks.

Le livre, publié par Rizzoli en 2014, présente une collection de photographies en noir et blanc de la scène du skateboard de Los Angeles, prises par Ragazzi et une introduction écrite par Pharrell Williams.

Le lancement a eu lieu à Paris dans l'ancien concept store nommé Colette.

Cela a conduit aux créations d'une marque où la fascination pour la culture américaine se confond avec la perspective italienne, inspirant des collections composées de formes déconstruites et confortables avec des détails vestimentaires inattendus.

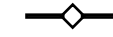
La sortie du livre a donné le coup d'envoi de la première collection de prêt-à-porter (automne-hiver 2015), avec une collection printemps-été et une collection automne-hiver par la suite chaque année.

En 2018, Palm Angels s'est ensuite associé à la marque américaine Vlane pour concevoir une petite capsule de sweats à capuche et également à Playboi Carti pour une collection capsule en édition limitée composée de survêtements, de t-shirts, d'un sweat à capuche et d'une veste en jean, chacun arborant un logo qui lit "Palm Angels Die Punk".

Peu de temps après, Palm Angels a lancé sa collaboration avec BBC Ice Cream au Webster NY et sa première collaboration dans le monde de l'hôtellerie avec Setai Miami lors d'Art Basel 2019. Plus récemment, Palm Angels a présenté sa collection Automne Hiver 2020 à New York, dévoilant une collaboration Palm Angels x C. & Clarks.

Palm Angels figure sur la livrée de l'équipe Haas F1 pour la saison 2023.

PAR JULIE RÉGÉ  
CRÉDITS PHOTOS : © INSTAGRAM JOUEURS  
/ PINTEREST







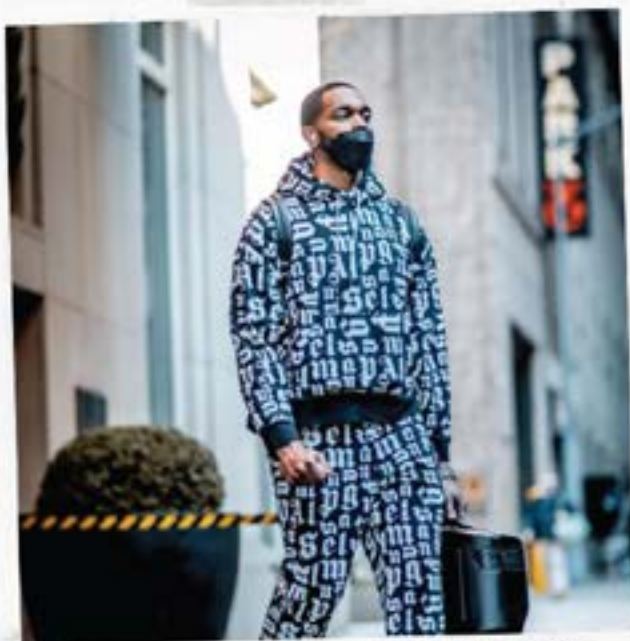
RUSSELL  
WESTBROOK



GARY TRENT  
JR



MILES BRIDGE



PJ WASHINGTON





## SHOPPING



Kapital  
casquette Love Cats en résille  
[142€](#)



Off White  
collier Arrows en chaîne  
[350€](#)



A BATHING APE®  
montre Classic Type 4 BAPEX®  
40 mm  
[PNC](#)



PT Torino  
veste bomber à poches  
multiples  
[765€](#)



Purple Brand  
jean droit à effet usé  
[164€](#)



Y-3  
t-shirt à logo imprimé  
[69€](#)



Puma  
baskets RS-X Efekt  
[122€](#)

## SHOPPING



Rhude  
bob à motif cachemire  
[298€](#)



Palm Angels  
lunettes de soleil Volcan à  
monture carré  
[210€](#)



Comme Des Garçons  
sac cabas en cuir à logo  
embossé  
[373€](#)



AMI Paris  
cardigan Ami de Cœur en  
intarsia  
[320€](#)



Levi's  
jean Skate Super Baggy  
[107€](#)



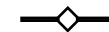
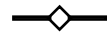
Diesel  
chemise rayée à manches  
longues  
[195€](#)



Axel Arigato  
baskets Clean 90  
[165€](#)

**Jarred**  
**Vanderbilt**





# Jerami Grant

## Caméléon

PAR JULIE RÉGÉ  
© CRÉDITS PHOTOS : SLAM / INSTAGRAM JERAMI GRANT  
Source : SLAM

Jerami Grant n'hésite pas à admettre qu'il a des caractéristiques de caméléon sur et en dehors du terrain.

Bien avant la NBA, Grant savait comment s'intégrer et se mêler aux autres joueurs, en particulier les stars de la préparation très vantées qu'il appelait ses coéquipiers.

Chez DeMatha Catholic (MD) HS, la centrale électrique pérenne, Grant, un attaquant quatre étoiles de la promotion 2012, a joué aux côtés de Quinn Cook, Victor Oladipo, Josh Selby et son frère Jerian.

« Cela m'a beaucoup aidé », a déclaré Grant au SLAM. « Pendant presque toute ma carrière de basket-ball, j'ai joué avec des gars de grand calibre. Nous avions cinq joueurs de la NBA dans une équipe de lycée.



Jouer aux côtés de gars de ce calibre a aidé Jerami à apprendre à être efficace sur le terrain de basket en faisant plus que marquer.

Cela aide également lorsque vous venez d'une lignée de basketteurs. Jerami et ses frères Jerian, Jeraï et Jaelin - connus sous le nom de J-Boys - sont les fils de l'ancien joueur de la NBA Harvey Grant, qui a passé 11 ans dans la Ligue et est le frère jumeau du quadruple champion de la NBA Horace.

« C'était compétitif », se souvient Jerami de son enfance. « Je jouais toujours en tête-à-tête avec mes frères, je m'entraînais et tout le monde voulait être le meilleur. L'avantage concurrentiel est quelque chose que j'ai pu conserver depuis la jeunesse jusqu'à aujourd'hui. »



Bien qu'il ait attrapé la fin de la carrière de son père, Jerami se souvient avoir passé beaucoup de temps dans les arènes et les vestiaires de la NBA, rencontrant certains des coéquipiers de son père et de son oncle - Kobe Bryant, Shaquille O'Neal et Michael Jordan.

Au lycée, Grant a obtenu des offres de Georgetown, Syracuse, Maryland, Marquette et Clemson avant de s'engager à jouer pour Syracuse.

En deuxième année, Jerami a réalisé en moyenne 12 ppg et 7 rpg tout en tirant à près de 50% du terrain avant d'entrer à la draft, où il a été sélectionné à la 39ème place par Philadelphie en 2014.

À Philly, il a réalisé en moyenne 8,2 ppg et 3,9 rpg en 142 matchs avant d'être échangé à Oklahoma City. Ses chiffres sont restés presque les mêmes pour le Thunder, mais ses pourcentages dans tous les domaines - FG (50,3), 3FG (36,8), FT (67,5) - se sont améliorés. Malgré trois saisons à OKC, Grant a été échangé à Denver en échange d'un premier choix de draft en 2020.

À Denver, il a accumulé 12,0 points par match et ses chiffres ont continué d'augmenter. Après que la pandémie mondiale ait mis le jeu et le monde en pause pendant la seconde moitié de la saison 2019-2020, la compétition a repris dans la bulle à Orlando, en Floride, où Grant a continué de montrer sa capacité à affecter les deux côtés du terrain.

Chargé de garder Kawhi Leonard, Grant a utilisé chaque centimètre de son corps pour maintenir le MVP en titre de la finale à 13 points sur un tir de 4-17 - le match en playoff le plus bas de Leonard depuis 2016 - et mettre fin à sa série de PO de marquer 15 points ou plus par match.

Lorsque la free agency a débuté, les Pistons ont offert à l'un des attaquants les plus recherchés de la Ligue un contrat de 60 millions de dollars sur trois ans.

Les Nuggets ont fini par correspondre à l'offre, mais Jerami cherchait un rôle offensif plus amélioré et il n'y avait pas de meilleur endroit pour le faire qu'à Motor City.

Lors de sa première saison à Detroit, Grant a inscrit un record en carrière de 22,3 points par match. Il a subi une entorse au pouce ainsi qu'une foulure au mollet, ce qui l'a limité à seulement 101 matchs au cours de ses deux dernières saisons.

« Lorsque l'intersaison est arrivée cet été, il a reçu le type d'appel avec lequel il s'est familiarisé tout au long de sa carrière. Pendant qu'il était à Paris pour la Fashion Week, l'agent de Grant informait son client qu'il était à nouveau échangé. »

Les détails : Grant se rendait à Portland pour un choix de premier tour en 2025 (1-4 sont protégés) via Milwaukee, l'envoyant dans une exception commerciale de 21 millions de dollars qui a donné à Detroit 43 millions de dollars en cap space.

« C'était un peu brusque », dit-il à propos du commerce. "Un tas de rumeurs commerciales et des trucs comme ça.»

Maintenant, il entame sa neuvième saison dans sa cinquième équipe, Grant a hâte de commencer un nouveau chapitre à Rip City.

Il rejoint une équipe avec une liste remodelée et un joueur de franchise qui s'engage pleinement à construire quelque chose de spécial à Portland.



« J'étais excité, mec », a déclaré Damian Lillard à SLAM lorsqu'il a découvert l'échange. « Ce fut un grand moment pour moi car je voulais jouer avec Jerami depuis quelques années maintenant. Le simple fait de le voir faire partie d'une équipe gagnante à OKC, puis d'une équipe gagnante à Denver, puis de faire ce saut là-bas à Detroit pour être cette option n°1 et voir où il peut s'étirer pour vraiment montrer son jeu. J'adore ce qu'il a fait à Detroit, et cela l'a amené à un nouveau niveau de confort avec le fait de devoir gérer le ballon, faire des jeux et tout. »

« Tout le monde savait déjà qu'il était l'athlète long et étendu qui peut faire des trois, bloquer des tirs et être polyvalent. Le fait qu'il doive aller à Détroit et déployer ses ailes et avoir cette pression sur lui tous les soirs ne fera que le rendre encore plus précieux pour nous. Avoir un joueur à 4 qui joue de 1 à 5, athlétique ; il est grand, il a de bonnes compétences et il a été dans le bon type de choses pour entrer dans notre équipe en tant que notre 4 de départ, et je pense qu'il va nous aider. »

Lors des Jeux olympiques de 2020, Lillard et Grant ont joué côte à côte pour propulser l'équipe américaine vers une médaille d'or. Lillard admet que bien qu'il n'ait pas pu vivre pleinement l'expérience olympique en raison de la pandémie, cela n'a fait que renforcer sa relation avec ses coéquipiers, en particulier Jerami.

« Cela nous a fait passer beaucoup de temps ensemble dans le salon, dans tout l'hôtel lors de dîners et des trucs comme ça », poursuit Lillard. « Chaque jour dans le bus, nous parlions de nos situations avec notre équipe, et nous faisons équipe ensemble pendant les entraînements. Après l'entraînement, nous étions assis l'un à côté de l'autre et nous passions beaucoup de temps aux Jeux olympiques à parler de la façon dont nous voudrions tous les deux jouer l'un avec l'autre... Je suis juste content que cela ait pris vie. Il va être - en termes de talent et juste l'expérience de ce qu'il a fait - notre meilleur 4 depuis longtemps depuis LaMarcus Aldridge. »



L'intersaison a été mouvementée pour le joueur de 28 ans. Outre les obligations liées au basket-ball, Jerami a passé du temps à Paris, l'un de ses endroits préférés à visiter.

« L'histoire et tout le monde sait que c'est la capitale mondiale de la mode », dit-il. "Si vous aimez la mode et des choses comme ça, c'est là que vous voulez en faire l'expérience. »

De la même manière que Jerami se concentre sur les subtilités du jeu - apprendre les habitudes des adversaires, faire les bonnes lectures, être à l'endroit idéal sur les rotations pour améliorer son tir - il est tout aussi méticuleux avec la façon dont il étudie la piste.

« Finalement, je veux concevoir et être capable d'être dans cet espace d'une manière différente », dit-il. « Je veux apprendre les ficelles du métier et comment les choses fonctionnent. Je suis observateur et attentif à la façon dont ils bougent et aux pièces qu'ils sortent. Je ne vais pas seulement à des défilés pour des photos, mais pour étudier ce qu'ils sortent et différentes lignes et des trucs comme ça. »

La passion de Grant pour la mode est devenue plus évidente cette année.

Sa polyvalence s'est également manifesté avec différentes pièces phares de marques comme Balenciaga à Rick Owens, le faisant sortir de sa zone de confort pour essayer de nouveaux looks.

« Je pense que je suis un peu un caméléon », dit Grant lorsqu'on lui demande de décrire son style. « Je n'ai pas encore d'uniforme ; je sens que je suis partout avec tout ce que j'aime, tout ce qui me convient. Pour décrire mon style de mode, je pense que c'est définitivement avant-gardiste et plutôt japonais, surtout en ce moment. Si je l'aime, je vais le mettre. »



Jerami partage ses deux marques préférées actuelles - Issey Miyake et Comme des Garçons - et ajoute Maison Margiela et Balenciaga à la liste.

Dans un monde où les connaisseurs de la mode se tiennent au courant des dernières campagnes et où les chasseurs d'archives parcourent Internet à la recherche de pièces spécifiques, Grant a quelques produits qui figurent en tête de sa liste : les montres Cartier Crash et les sacs vintage Goyard et Hermès.

Jerami partage un autre centre d'intérêt : la philanthropie. Son organisation, Hour Generation Foundation, organise environ huit ou neuf événements par an et redonne aux jeunes du centre-ville et aux parents célibataires. Grant a également aidé à financer un refuge pour sans-abri à Detroit qui fournira des ressources et un espace sûr à ceux qui en ont besoin.



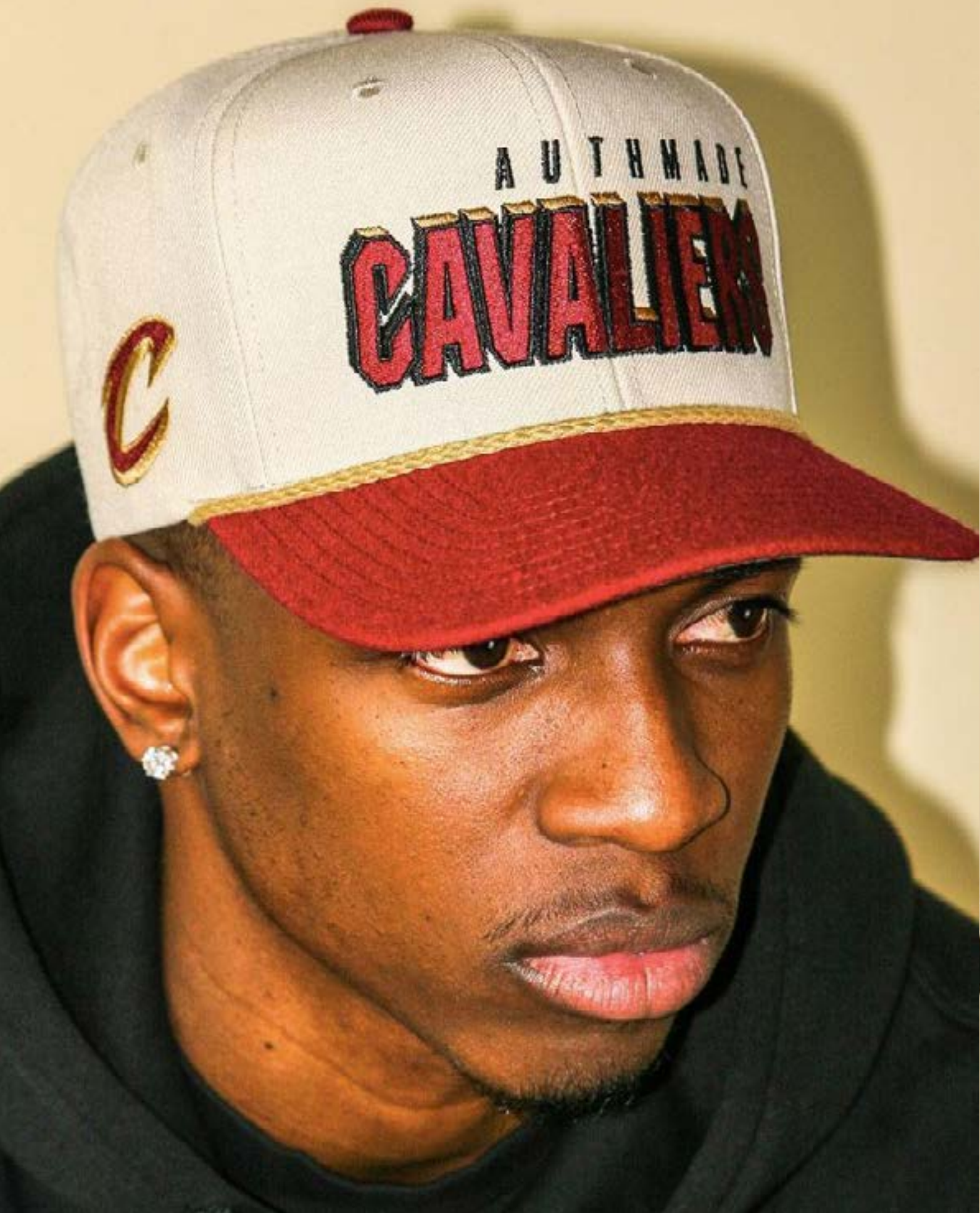
« La façon dont ma mère m'a élevé était que vous deviez redonner », dit-il. "J'ai grandi en allant à l'église et avec une base solide pour redonner à travers la philanthropie. J'ai eu tellement de chance et c'est comme une évidence que si vous recevez, vous devez donner. »

« Jouer avec une tonne de grands joueurs m'a aidé à devenir le joueur qui peut s'adapter à n'importe quelle situation », a déclaré Grant.

« Je n'ai pas besoin d'avoir le ballon entre les mains pour être un bon joueur. Je n'ai pas à faire ce que j'ai fait à Detroit. Je l'ai fait parce que c'était nécessaire. Tout ce dont mon équipe a besoin... Tout ce dont Chauncey Billups a besoin, tout ce dont Dame a besoin, je vais pouvoir le faire. »













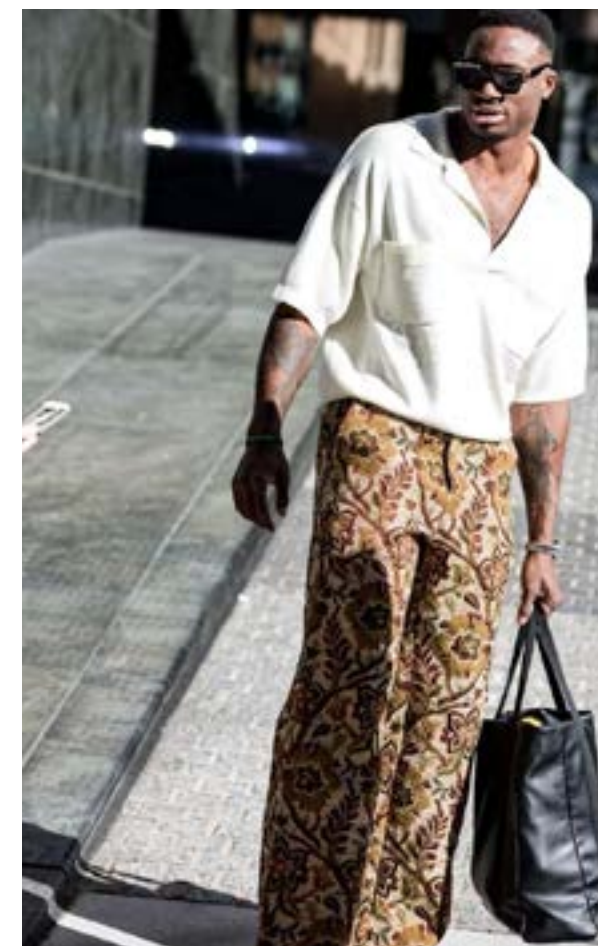


# —Thanasis Antetokounmpo—

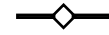


MILWAUKEE

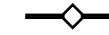
BUCKS







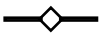
1. Marni - cardigan rayé à col v - **895€**
2. Autry - t-shirt à encolure ronde - **60€**
3. Acne Studios - pantalon de costume - **370€**
4. Nike - basket - **329€**



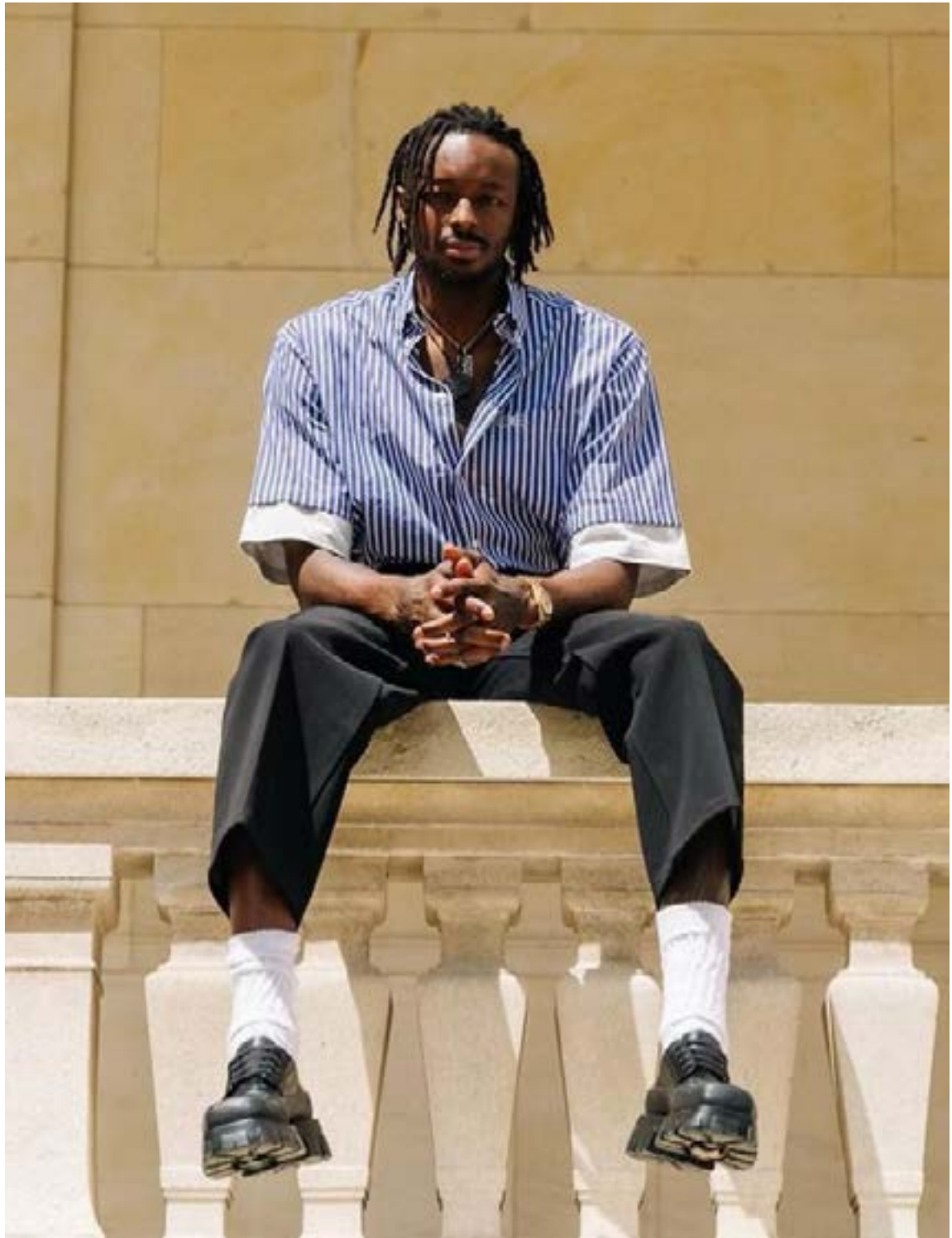
1. Prada - veste en cuir - **PNC**
2. Axel Arigato - t-shirt à logo imprimé - **60€**
3. AMI Paris - pantalon à coupe fuselée - **360€**
4. Nike - baskets Air Force 1 - **209€**







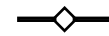
# —JERAMI GRANT—



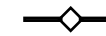
PORTLAND TRAIL BLAZERS







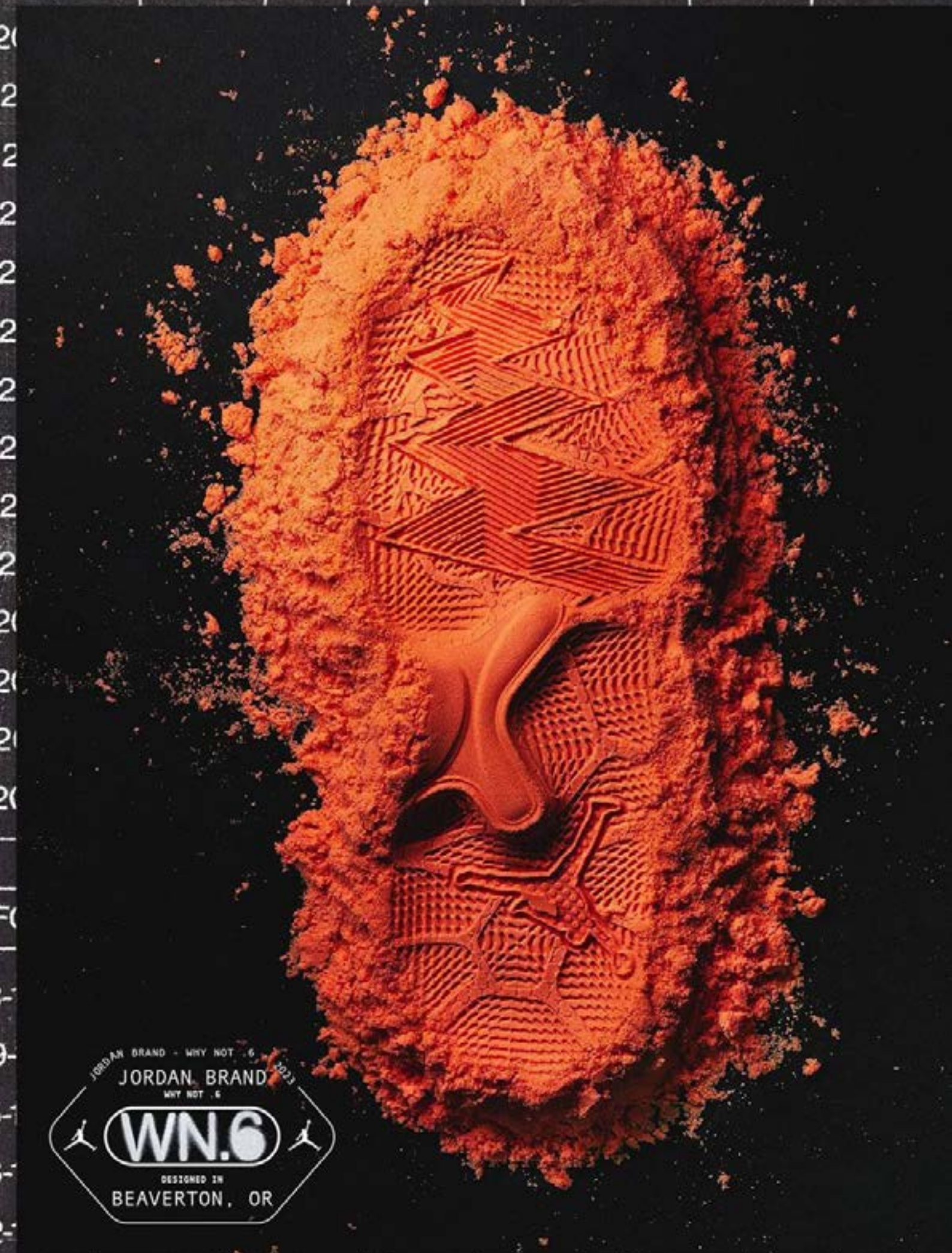
1. Prada - chemise rayée - **950€**
2. MISBHV - short en cuir artificiel- **354€**
3. Prada - lunettes de soleil - **350€**
4. Prada - chaussures Para - **950€**



1. APC - chemise Malo - **150€**
2. AMI Paris - pantalon droit - **385€**
3. D1 Milano - montre Gold Night - **401€**
4. Prada - chaussures Para - **950€**











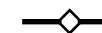












# Nina Westbrook

## UCLA Squad

Le 16 Janvier 1989, sous le soleil d'Upland en Californie naît Nina Ann Marie Earl, elle grandit entourée de ses trois frères. Miss Earl est diplômée de Diamond Ranch High School, une grande école publique située à Pomona. Son cousin est l'ancienne star du football du campus d'UCLA, Kenny Easley.

Elle développe des capacités sportives très rapidement et est propulsée à quatre reprises championne avec son équipe universitaire. De ce fait, Nina obtient une bourse de la part de UCLA pour sa pratique de l'athlétisme.



Étudiante en première année, la jeune femme commence à jouer dans la première équipe All American. Grâce à son travail, elle a commencé à atteindre des objectifs et ce, dès sa première année : elle accumule une moyenne de 15 points en 27 rencontres disputées.

Joueuse talentueuse, elle va mener une nouvelle fois son équipe pour le titre CIF (California Interscholastic Federation) en 2007 dans un match où la sportive marque 35 points.

Sa carrière s'achève donc sur cette ligne de statistiques : 2291 points ; 906 rebonds et 298 assists. Selon le site officiel de l'université, elle a joué à tous les postes et était considérée comme l'une des "joueuses les plus rapides" de l'équipe.

Elle a également participé à des compétitions d'athlétisme alors qu'elle faisait partie de l'équipe du relais 4x400M et pratiquait donc le 400m.

Au delà de ses performances sportives, Nina est à UCLA pour étudier et elle en sortira diplômée en 2011 d'une maîtrise en "Psychologie Clinique et médiations thérapeutiques par l'art".

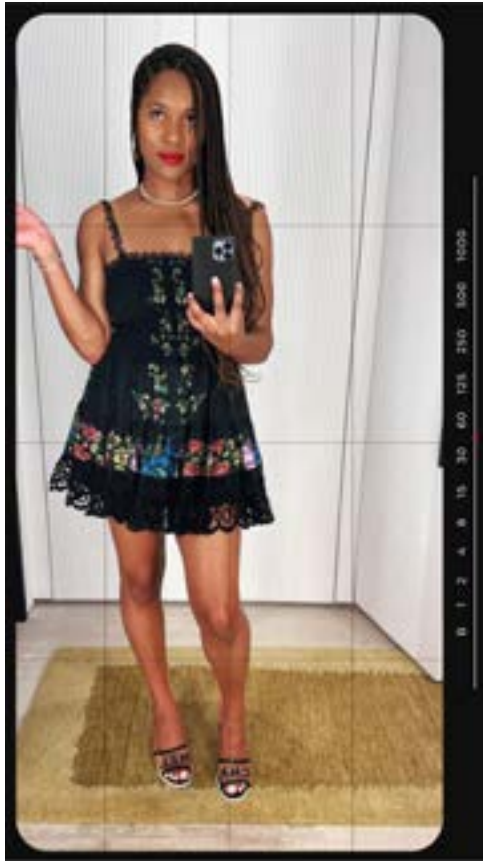
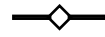
Ce qui lui vaudra des éloges de l'homme qui partage sa vie depuis 2007, un certain Russell Westbrook. Il parlera d'elle lors d'une interview en 2011 : "Mais c'est une fille intelligente" dit-il.

"Elle est à l'école en ce moment, essayant d'obtenir sa maîtrise en psychologie. Elle sait ce qu'elle veut faire dans la vie, ce qui est génial. C'est facile pour moi de faire face à ça."

Après ses études, Nina travaille d'abord en tant que thérapeute conjugale mais décide de changer de voie et d'ouvrir "Little Ark", un centre de loisirs pour enfants qui correspond au caractère altruiste de la future madame Westbrook.

Cette dernière s'intéresse également à la musique et à la gastronomie et saurait maîtriser la langue des signes !





Elle rencontre donc Westbrook lors de son cursus universitaire alors que ce dernier joue pour l'équipe masculine de basket de la fac.

Il faudra attendre 7 ans pour que Monsieur Triple-Double pose genoux à terre pour demander la main de sa belle.

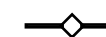
Le couple s'unit en grande pompe le 29 Août 2015. Les deux tourtereaux étant entourés de leurs familles respectives et des anciens et actuels coéquipiers du joueur.

Le couple a accueilli le 16 Mai 2017, son premier enfant : Noah Russell, avant d'accueillir des jumelles : Skye et Jordan.



PAR JULIE RÉGÉ

CRÉDITS PHOTOS © INSTAGRAM NINA WESTBROOK / FARFETCH  
SOURCE : Wikipédia / NBA Wiki Family / New York Times / Heavy

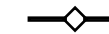


1. Jacquemus - Robe drapée La Robe Gaua à bretelles [519€](#)
2. Jacquemus - Sac porté épaule La Vague [PNC](#)
3. Jimmy Choo - Sandales Maelie 70 mm en cuir [495€](#)
4. Amina Muaddi - Créoles pavées de cristaux [525€](#)





## SHOPPING



BNO265  
BRAUN WATCHES



400€

GBA 800 STEP TRACKER  
G SHOCK



234€

Longbridge  
Reservoir



PNC

## WATCH TIME

# RAIN DOWN ON ME

© FARFETCH

LULTRA THIN  
D1 MILANO



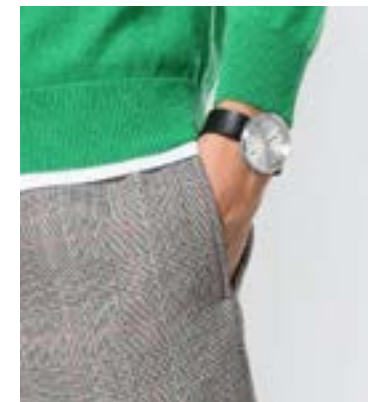
292€

ALPINERX  
ALPINA



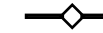
PNC

PRECI DRIVE  
UNIFORM WARES



580€





## L'Audemars Piguet Royal Oak de Luka Doncic



© GQ

L'Audemars Piguet de Doncic est le type de montre que l'on voit rarement en vrai, mais qui semble être un équipement NBA standard.

Il s'agit en fait de la troisième variante de la Royal Oak de Doncic, qu'il possède en or sur or et en or blanc avec un cadran couleur saumon.

D'une manière ou d'une autre, la version à cadran bleu en or blanc qu'il portait récemment est la plus modeste du groupe.

Doncic essaie actuellement de revenir d'une blessure et d'aider les Mavericks à obtenir une place en séries éliminatoires, ce qui pourrait expliquer la nouvelle montre.



La Royal Oak, la célèbre montre-bracelet octogonale d'Audemars Piguet, est née dans un monde qui n'en voulait pas, ne la comprenait pas et a choisi de l'ignorer. Il a fallu quatre longues années à Audemars Piguet pour vendre le premier millier de Royal Oak. Dans ses très nombreuses déclinaisons, la montre qui a aidé à définir une génération se vend à présent en autant d'exemplaires chaque mois.

Les explications de sa survie résident dans le genre de curieuses anecdotes dont l'industrie horlogère a le secret.

Sa naissance fut plutôt chaotique. En 1971, à 16 heures, la veille de la foire horlogère de Bâle, le directeur d'Audemars Piguet de l'époque, Georges Golay, passe un coup de fil à Gérald Genta. Depuis 20 ans déjà, Genta travaillait en indépendant pour la marque en tant que « styliste de montres », avant même que le terme « créateur de montres » ne soit apparu.







# A L'INTÉRIEUR DE LA GRANDE GUERRE DES GÉNÉRATIONS DE LA NBA

PAR JULIE RÉGÉ  
© CRÉDITS PHOTOS : Kagan McLeod / GQ SPORTS  
Source : GQ SPORTS / ALEX WONG



Il n'y a pas si longtemps, les stars de la NBA à la retraite pouvaient enfiler un costume, aller sur ESPN et faire partie de la prochaine génération de consultants sportifs.

Et puis quelque chose a changé : les plus jeunes ont sauté sur leurs podcasts et Instagram et ont commencé à riposter.

Alex Wong nous emmène à l'intérieur du fossé sismique entre les vieilles têtes parlantes et une nouvelle génération de stars averties en matière de marque.

L'été dernier, Draymond Green, l'une des personnalités les plus bruyantes de la ligue, quelqu'un de si doué pour parler a décidé d'enregistrer un podcast.

Les Warriors avaient récemment remporté un autre championnat, alors ils s'est livrés à ses instincts les plus mesquins en poursuivant certains de ses critiques les plus sévères dans les médias.

« C'est le plus petit avantage qui fait gagner à quelqu'un la finale de la NBA », a-t-il commencé sur son podcast, "The Draymond Green Show".

Green a ensuite braqué les canons sur un critique en particulier.

« Même celui qui l'a fait n'agit pas comme s'il l'avait fait, parce que c'est un idiot et un crétin et qu'il n'était pas vraiment un bon joueur », a-t-il ajouté. « Je parle de Kendrick Perkins, au fait. »

Perkins, un ancien joueur de la NBA et analyste actuel d'ESPN, semblait ravi d'aiguiller Green, l'un des joueurs les plus francs et les plus passionnés de la ligue.

Leur querelle était en ébullition depuis quelques semaines.

Au printemps dernier, lorsque Perkins a déclaré que l'attaquant des Warriors avait peur de tirer le ballon, Green a riposté et l'a traité d'« ogre » lors d'une conférence de presse d'après-match.

Perkins, à son tour, a répondu avec une vidéo sur Twitter le même soir : « Je peux dire ce que je veux dire quand je veux le dire ! Et je vais le dire. »

Quand il s'agit d'alimenter la controverse à la télévision, Perkins est déjà un agitateur de merde du Hall Of Fame.

Il n'a pas peur de s'en prendre à qui que ce soit dans la ligue aujourd'hui, y compris d'anciens coéquipiers comme Kevin Durant ("sensible") et Kyrie Irving ("il a l'air d'un imbécile").

Perkins semble aimer jouer le méchant et considère l'ascension des stars d'aujourd'hui comme un sous-produit inévitable de son travail.

« Je ne peux pas plaire à tout le monde, n'est-ce pas ? » il me dit. "Je ne peux pas aller à la télévision avec un agenda personnel et dire ce que quelqu'un pourrait vouloir que je dise. »

« Je diverte beaucoup de personnes âgées et j'adore ça », ajoute-t-il.

Green voit l'approche incendiaire que Perkins adopte différemment. « Ce n'est pas amusant ! » dit Green. « C'est paresseux ! »

Vous ne pourriez pas demander deux meilleurs représentants de la fracture actuelle de la NBA.

Dans un coin, Draymond Green, le leader autoproclamé de ce qu'il appelle les nouveaux médias, une génération insurgée de joueurs-créateurs de contenu slash (principalement des podcasteurs et des analystes) qui aspire à couvrir le jeu en, selon ses mots, « en fait analyser le jeu de basket » et donner aux joueurs leurs fleurs pendant qu'ils le peuvent.

Ce qui rend Perk particulièrement décevant pour Green, c'est qu'il est un ancien joueur, quelqu'un qui devrait ostensiblement en savoir plus.



« Tu n'es pas obligé de faire ça mon pote ! Vous avez joué », a poursuivi Green sur son podcast.

« Vous l'avez fait, allez en parler. Ou pouvez-vous pas ? J'espère que vous le pouvez. Avec toutes ces prises à chaud que vous faites, vous devriez pouvoir le faire. »

Ensuite, les choses ont vraiment déraillé.

« Vous n'avez pas à agir comme ça mon homme », a déclaré Green. « Tu es passé d'exécuteur à c \*\* n . Comment cela se passe-t-il ? »

Le producteur de Green, Jackson Safon, était là pour aider à enregistrer le podcast. Il a été surpris. Quand ils ont terminé l'enregistrement, Safon a immédiatement appelé un supérieur à The Volume, le réseau de podcast fondé par Colin Cowherd, qui héberge l'émission de Green. Il n'y a aucun moyen de publier ce truc, n'est-ce pas ?

Mais après en avoir discuté, ils ont finalement décidé de laisser le podcast tel quel. Ils ne pensaient pas que ce n'était pas à eux de censurer ce que disait Green, ce qu'un homme noir disait à propos d'un autre homme noir.

Le 26 juin 2022, The Volume a publié le pod et le péjoratif de Green en a presque immédiatement fait un sujet de tendance nationale. Il était devenu la machine à produire des extraits sonores qu'il prétendait mépriser

En réponse, Perkins a publié une vidéo sur Twitter. « Vous pouvez parler de moi en tant qu'analyste ESPN, vous pouvez parler de mes prises, vous pouvez parler de tout ce que vous voulez faire, je m'en fous de ça », a-t-il déclaré. « Mais ce que tu ne vas pas faire, c'est que tu ne vas pas me manquer de respect et m'appeler non putain de c \*\* n. »

Les températures étaient chaudes, et en ce qui concerne les piques joueur contre ancien joueur, Draymond contre Perk était emblématique d'une ligne de faille qui était soudainement sismique.



Comment en sommes-nous arrivés là ? Les joueurs ont longtemps détesté être critiqués, mais quelque chose est différent maintenant. Les répliques, notamment contre les anciens joueurs, sont plus méchantes. Plus méchant. Plus personnel. Et Green qualifiant essentiellement Perkins de traître est loin d'être une valeur aberrante. L'automne dernier, lorsque Charles Barkley, analyste de TNT et Hall of Famer, a déclaré que le meneur des Grizzlies Ja Morant n'était pas le genre de joueur qui rendait ses coéquipiers meilleurs, la jeune star a grossièrement répondu sur Twitter : "genouillères".

Lorsque JaVale McGree en a eu assez d'être clowné par Shaq sur son segment régulier du bêtisier, "Shaqtin 'a Fool", McGee s'est connecté et a tweeté qu'O'Neal était un "vieux bâtard". Les choses sont devenues si difficiles que le front office des Warriors aurait dû intervenir et a demandé à la direction de Turner Sports si Shaq pouvait atténuer les choses.

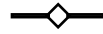
Bienvenue dans les guerres générationnelles de la NBA, où les athlètes d'aujourd'hui en ont assez de voir chaque détail de leur vie analysé au microscope. Contrairement à d'autres ligues sportives moins permissives, la NBA a longtemps adopté les pouvoirs d'amplification des médias sociaux - de son adoption précoce des récapitulatifs Instagram comme @HouseOfHighlights à sa culture de NBA Twitter - mais maintenant nous nous trouvons à un point d'inflexion, et ses jeunes étoiles en ont marre et se déchaînent.

Ces mecs consomment plus de critiques de la part de plus de personnes que n'importe quelle époque, rapporte Bomani Jones, hôte et commentateur d'ESPN.

« Avec toutes les personnes dans leurs mentions, ils ont constamment affaire à des gens qui les frappent. » Les médias sont vraiment les rares moments où les gens qui vous frappent ont un visage. Ils voient ces gens et, dans bien des cas, ils les connaissent. Ainsi, vous pouvez repousser quelque chose de tangible et directement devant vous.







À l'époque faste des années 80, les stars de la NBA et les médias avaient une relation beaucoup plus confortable. La ligue avait une base de fans infiniment plus petite et c'était une époque dorée pour l'accès au journalisme. Les joueurs ont compris qu'avoir des journaux et des magazines à leurs côtés était le meilleur moyen de se faire un nom. Les journalistes de *Beat* ont voyagé sur des vols d'équipe. Ils prenaient des boissons dans les bars des hôtels avec l'équipe lors de longs trajets en voiture. Et ils sortaient avec désinvolture pour des dîners en semaine avec des superstars comme Magic Johnson et Larry Bird.

Jack McCallum le saurait. En tant qu'écrivain NBA de longue date de *Sports Illustrated*, il a couvert intimement la carrière de Michael Jordan et, au fil des décennies, a construit une relation étroite avec la star des Bulls. C'était une amitié mutuellement bénéfique, créant des mythes en temps réel. Parfois, McCallum rendait MJ furieux avec quelque chose qu'il écrivait, mais ils trouvaient toujours un moyen de s'en sortir.

Il y a eu une fois à la fin des années 80 où McCallum était chez Jordan pour une histoire. La fiancée de MJ est descendu pour sortir et elle a présenté McCallum à leur nouveau petit garçon; McCallum a même pu tenir l'enfant. Plus tard dans la journée, l'attaché de presse de Jordan l'a approché lors d'un match et a raconté que Jordan s'attendait à ce qu'il n'écrive pas sur l'enfant. McCallum a quand même inclus le fils de MJ dans l'histoire. "Il a dit:" Ouais, je suis énervé ", a déclaré McCallum. "Mais tu sais quoi? C'était ça. Il ne m'a pas interrompu après.

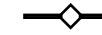
À la fin des années 90, la NBA explosait et une émission de télévision émergeait tête et épaules au-dessus des autres et allait servir de modèle aux médias sportifs d'aujourd'hui : *Inside the NBA*. Au lieu de journalistes et d'analystes boutonnés, l'émission TNT a présenté d'anciens joueurs pour former un panel : Kenny "The Jet" Smith, Charles Barkley, et plus tard, Shaquille O'Neal. À l'époque, le spectacle était une révélation, et ce qui le séparait de ses contemporains, c'est qu'il était ancré par un réel sens de l'humour.

Les trois, ainsi que l'hôte Ernie Johnson, n'avaient pas peur de faire le clown les uns sur les autres ou de se moquer de leurs propres lacunes. (Le segment récurrent le plus drôle pourrait bien être "Pour qui joue-t-il?" de Charles Barkley, dans lequel Charles essaie de deviner pour quelle équipe un joueur de banc joue.) Smith dit qu'il n'a jamais été très préoccupé par les réactions des joueurs actifs, car les chroniqueurs croyaient en ce qu'ils disaient. "Nous ne choisissons jamais notre camp pour le plaisir de discuter", ajoute Smith.

Et puis vint l'émission de débat, le format le plus directement responsable de la férocité intergénérationnelle d'aujourd'hui dans la NBA. Clips d'émissions comme *First Take* (qu'ESPN a lancé en 2007) et *Undisputed* (un dérivé qui a été lancé sur Fox Sports 1 en 2016) qui deviennent régulièrement viral, parce que, eh bien... ils sont incroyables dans ce qu'ils font. Des personnalités comme Stephen A. Smith et Skip Bayless deviennent virales presque quotidiennement pour avoir dit la chose la plus extravagante possible, puis ils vont tout de suite refaire la même chose le lendemain matin. Les émissions sont plus des promotions passionnées de la WWE qu'une véritable présentation d'arguments et leur succès repose sur la prémisse que celui qui peut agiter le plus de gens et attirer le plus de visibilité gagne la journée. Smith et Bayless sont des icônes de la forme - prenez des artistes du plus haut calibre.

Les jeunes joueurs d'aujourd'hui ? Ils sont arrivés à maturité à une époque où *First Take* et tous ses concurrents n'étaient pas seulement la forme dominante de médias, ils étaient les médias. « Ces gars ont grandi en voyant leurs joueurs préférés se plaindre des médias », explique Jones. « Tout le monde autour d'eux leur dit qu'ils devraient se méfier des médias et de la façon dont ces gars sont là pour les avoir. »

Pendant ce temps, la montée en puissance de Twitter et d'Instagram a rapidement ajouté de nouvelles dimensions à la façon dont les joueurs étaient couverts. Avec leurs tenues et leurs IG Lives, chaque joueur - des stars au gars qui sortait à peine du banc - pouvait montrer au monde qui il était et construire sa marque.



L'inconvénient, bien sûr, était que tout ce qu'un joueur faisait en ligne - même quelque chose d'aussi inoffensif que supprimer un tweet ou aimer la publication Instagram d'une fille - était une matière première à débat.

Pas étonnant que les joueurs d'aujourd'hui se sentent anxieux, comme s'ils vivaient sous un microscope. « Je ne pense pas que les joueurs d'aujourd'hui soient plus sensibles », déclare Shaq. « Je pense qu'ils sont plus conscients des critiques. »

Ce qui nous amène à aujourd'hui, où les joueurs actuels de la ligue tentent de récupérer leurs récits et de raconter des histoires à leur manière. Définitionnellement, le terme Nouveau Média peut être imparfait et imprécis - le podcasting n'est qu'une radio AM sans rendez-vous d'écoute - mais il indique quelque chose de nouveau qui se passe.

Jetez un œil à qui, à part Green, est dans l'espace de podcasting : JJ Redick avec "The Old Man and the Three". Danny Green avec "Inside The Green Room".

Que les acteurs du jeu, les gars aient tendance à faire les meilleurs hôtes de podcast n'est pas un accident. « Nous sommes plus faciles à comprendre, plus cols bleus, plus compréhensifs », déclare Matt Barnes, l'un des co-animateurs de "All the Smoke".

En tant qu'ancien joueur lui-même, Barnes, avec Stephen Jackson, est devenu un brillant exemple de la façon de lancer une carrière médiatique qui chevauche gracieusement les générations.

"All the Smoke" est l'un des plus grands podcasts de basket-ball, décrochant régulièrement les interviews les plus difficiles à obtenir, d'Allen Iverson à Kobe Bryant.

Jackson et Barnes sont à la fois respectueux des légendes qui les ont précédés et empathiques envers les jeunes stars d'aujourd'hui.

« Les athlètes ont l'impression qu'ils doivent entrer et dire, 'Ok, eh bien, quelle est la chose la plus folle que je puisse dire?' », Dit Barnes. « Ou, l'idiotie la plus absurde que je puisse dire ? Ou qu'est-ce que je peux dire que je ne crois peut-être pas, mais je sais que ça deviendra viral. Cela leur donne une idée fausse de ce que vous pensez avoir besoin d'être dans cet espace » .

Barnes en parlera plus tard dans "What's Burnin'". « Je ne vois pas pourquoi les anciens joueurs ont l'impression que c'est leur place ou est-ce que ça les fait se sentir mieux de manquer de respect à ces gars-là », a-t-il ajouté. « Pour moi, cette merde est super faible. Je n'aime pas ça. Il y a eu 5 000 joueurs dans l'histoire de la NBA. C'est pourquoi ça me dérange quand les anciens joueurs ont l'impression qu'ils doivent chier sur les jeunes joueurs. »

Comme le disent les joueurs, jouer en NBA fait de vous un membre d'un club fermé, une confrérie. Passer de l'autre côté et poursuivre les jeunes qui sont censés être vos frères est une violation de cette confiance sacrée.

Ainsi, l'écosystème médiatique actuel de la NBA est soit complètement cassé, soit fonctionne exactement comme prévu, selon à qui vous demandez, c'est pourquoi les plus grandes stars d'aujourd'hui, comme LeBron James, ont l'intention de construire leurs propres empires. Peu de joueurs ont été aussi scrutés que James au cours de ses 20 années dans la ligue. (Bayless, en fait, s'est taillé une voie entière en peaufinant James presque tous les jours.) En 2020, James a lancé une société de médias, SpringHill - une composante de l'entreprise, *Uninterrupted*, produit le talk-show populaire *The Shop* - avec son ami et partenaire commercial Maverick Carter. À l'automne 2021, l'entreprise était évaluée à 725 millions de dollars.

Il y a aussi Thirty Five Ventures, que Kevin Durant a lancé en 2016 avec son manager de longue date Rich Kleiman. Les projets créés par l'entreprise servent d'antidote à la couverture permanente d'aujourd'hui, pour ouvrir un espace long pour des conversations plus honnêtes et, espérons-le, intelligentes.



« Je voudrais que les médias traditionnels s'appuient moins sur la spéculation et plus sur les faits », déclare Durant. « Je pense que le besoin d'avoir un cycle d'actualités 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, rend difficile de se concentrer sur ce qui est réel. »

À certains égards, les combats d'aujourd'hui ne sont que la dernière manifestation d'une vieille tension : Vieux contre Jeune. Établissement contre insurgés. Malbouffe contre brocoli. « Cela a toujours été une relation un peu antagoniste », explique Jones. « La partie de la dynamique qui a changé est que les joueurs ont dû nous traiter presque à contrecœur dans une certaine mesure parce que nous étions le seul jeu en ville. Si vous vouliez faire passer un message, vous vouliez être connu, vous deviez divertir les médias. Ils n'ont plus vraiment besoin de faire ça. Ils n'ont donc pas besoin d'être aussi tolérants envers nos conneries s'ils ne veulent pas l'être. »

Mais même Green admet que les anciens médias sont un mal nécessaire. « Il y a de la place pour les deux », dit-il, « parce que la réalité est que les anciens médias ont aussi leur public. »

Et voici la chose à propos de Kendrick Perkins : il est vraiment très bon dans son travail. Véritablement divertissant. Il est comme un Muppet. Perkins a gagné son chemin vers la célébrité à ESPN.

Contrairement à certains de ses pairs, il est en fait rigoureux dans ses recherches. Perkins passe généralement ses soirées à regarder tous les matchs. Puis il se réveille à cinq heures trente le lendemain matin, sirote un grand moka blanc chaud avec de la crème fouettée de Starbucks, vérifie ses notes avec ses producteurs et commence à réfléchir aux sujets qu'il aimerait aborder ce jour-là.

« Est-ce un de ces moments où je suis sur le point d'ajouter des trucs amusants et d'y mettre du charisme? » dit Perkins de son processus. "Ou est-ce une affaire sérieuse où je vais secouer le monde et commencer des pics?"

Perkins fait également souvent l'éloge des joueurs à l'antenne, bien que ces clips ne gagnent pas à peu près la même traction.

Il admet cependant que parfois, lorsqu'un jeune joueur se fâche contre lui, cela peut le faire réfléchir. « C'est difficile », dit Perkins, « mais je m'en fiche. Je veux dire, ils s'en remettront ! Ce n'est rien de personnel. Parfois, je remue la marmite. Le fait est que j'ai un travail à faire. »

Les choses peuvent devenir particulièrement gênantes lorsqu'il se lance avec quelqu'un comme Durant, avec qui il a joué pendant cinq saisons à Oklahoma City.

Le va-et-vient le plus flagrant s'est produit en 2020. Kyrie Irving, qui avait initialement soutenu le redémarrage de la saison dans la bulle, a changé d'avis et a déclaré que les joueurs devraient plutôt se concentrer sur la lutte pour la justice raciale.

Perkins a interrogé Kyrie sur ESPN et a déclaré qu'il faisait preuve d'un "manque de leadership".

Durant, qui doit avoir les doigts Twitter les plus irritants de tous les joueurs de l'histoire, a immédiatement qualifié Perkins de "vendu" et a tweeté une vidéo du grand homme en train de sauter sur un sauteur.

Mis à part la diatribe du podcast de Green, pour laquelle il s'est excusé plus tard, Perkins considère le cas KD comme l'un des rares cas où il a eu l'impression qu'une ligne a été franchie.

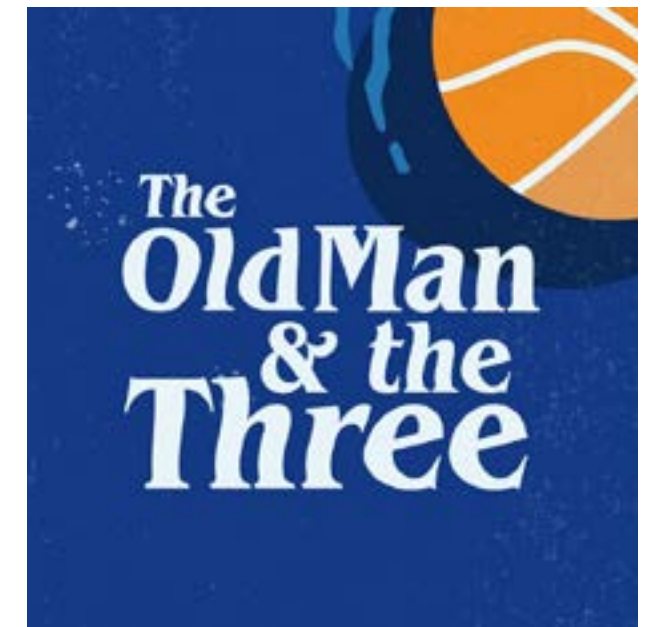
Les deux anciens coéquipiers ont cessé de parler et il a fallu des mois avant qu'ils ne recommencent à envoyer des SMS.

« Moi et KD sommes toujours cool. Je vais lui monter sur le cul et je serai toujours la première personne à reconnaître sa grandeur », déclare Perkins. « Nous avons une relation amour-haine. Nous pourrions nous entendre tous les mois. Ça pourrait être un va te faire foutre, va te faire foutre, comment va la famille, tout va bien? » Et puis il dira : « Tu es plein de merde pour avoir dit ça à la télé », et je me dis : « D'accord, cool, quel que soit l'enfoiré, je fais mon travail » Ensuite, nous ne parlerons pas pendant deux mois.

« Tout est amour », ajoute Durant. « Je ne prends pas ces choses au sérieux. »

Dans les médias de la NBA, au moins, le temps est le type de cercle le plus plat.

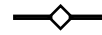
Prenez l'un des derniers joueurs à avoir signé un accord avec TNT pour devenir chroniqueur : Draymond Green, qui rejoindra Chuck, Shaq et Kenny en tant qu'intervenant sur Inside the NBA.





# SNEAKERS OF THE MONTH

SNEAKERS



OG Anunoby  
Kyrie Low 5 "N7"  
159€



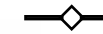
Nicolas Claxton  
Kobe AD "Igloo"  
511€



Trey Murphy  
PG 1 "Flip the  
Switch"  
218€



SNEAKERS



Patrick Williams  
Nike Kyrie 2  
EYBL Promo  
260€



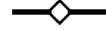
Derrick Jones Jr.  
KD 3 "Christmas"  
307€



Khris Middleton  
Kobe 6 "Urban  
Camo"  
454€







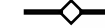
Jaylen Nowell  
Kyrie 6 "Chinese  
New Year"  
205€



Devin Vassell  
KD 3 "All-Star"  
138€



Malaki Branham  
Kyrie 1 "Deceptive  
Red"  
334€



DeMar DeRozan  
Kobe 11 Elite Low  
4KB "Black Horse"  
311€



Josh Giddey  
Kobe 4 Protro  
"Fade to Black"  
557€



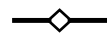
Malcolm Brogdon  
Zoom 1 "Coming  
to America"  
146€

SNEAKERS  
OF THE  
MONTH









# LES NEW BALANCE 650 FONT UN CLIN D'OEIL AUX LAKERS



New Balance a élargi sa gamme 650 pour la saison printemps 2023.

La silhouette de basket-ball montante arrive dans deux nouveaux coloris et rend hommage à l'or et au violet des Lakers.

La teinte « Honeycomb » est habillée de blanc et de jaune tandis que la palette de couleurs « Interstellar » arrive en blanc et violet.

Les deux chaussures sont construites avec les cuirs souples typiques, les matériaux en maille, les superpositions perforées et le col bouffant et cousu emblématique.

"Honeycomb" voit une base blanche et jaune soulignant le logo latéral "N" ainsi que des accents sur le col, la marque du talon et la semelle extérieure.

Quant à la paire "Interstellar", la chaussure présente une base blanche et des accents contrastés violets et des détails gris sur la semelle extérieure en caoutchouc.

Recherchez les New Balance 650 "Honeycomb" et "Interstellar" pour 170€ chez certains détaillants et sur New Balance.



CRÉDITS PHOTOS : © HYPEBEAST / GOOGLE IMAGES  
/ FARFETCH / NEW BALANCE



1. Blouse - ZIMMERMANN 977€
2. Jupe - ZIMMERMANN 655€
3. Baskets - NEW BALANCE 170€
4. Sac - JACQUEMUS 758€
5. Lunettes de soleil - SAINT LAURENT 359€







1. Gilet - GANNI 245€
2. Sac - SANDRO 275€
3. Baskets - NEW BALANCE 170€
4. Pantalon - GANNI 143€
5. Lunettes de soleil - PALM ANGELS 214€



1. T-Shirt - PALM ANGELS 225€
2. Short - CARHARTT WIP 85€
3. Baskets - NEW BALANCE 170€
4. Montre - NUUN 433€
5. Lunettes de soleil - KUBORAUM 500€







1. Chemise- JACQUEMUS 320€
2. Bermuda - JACQUEMUS 516€
3. Baskets - NEW BALANCE 170€
4. Casquette - JACQUEMUS 85€
5. Lunettes de soleil - JACQUEMUS 330€



LI-NING

WADE







1. CHIMI EYEWEAR MAISON  
KITSUNE X CHIMI SQUARE CLEAR  
SUNGLASSES

[149,99€](#)

2. NIKE SOLO SWOOSH FLEECE  
CREW

[89,99€](#)

3. MITCHELL & NESS SWINGMAN  
SHORTS

[49,99€](#)

4 NIKE TERMINATOR HIGH

[139,99€](#)



1. ASICS EX89

[129,99€](#)

2. MITCHELL & NESS JERSEY

[134,99€](#)

3. BSTN BRAND KOMONO X BSTN  
'THE GLACIER'

[94,99€](#)

4. C.P. COMPANY SHORTS

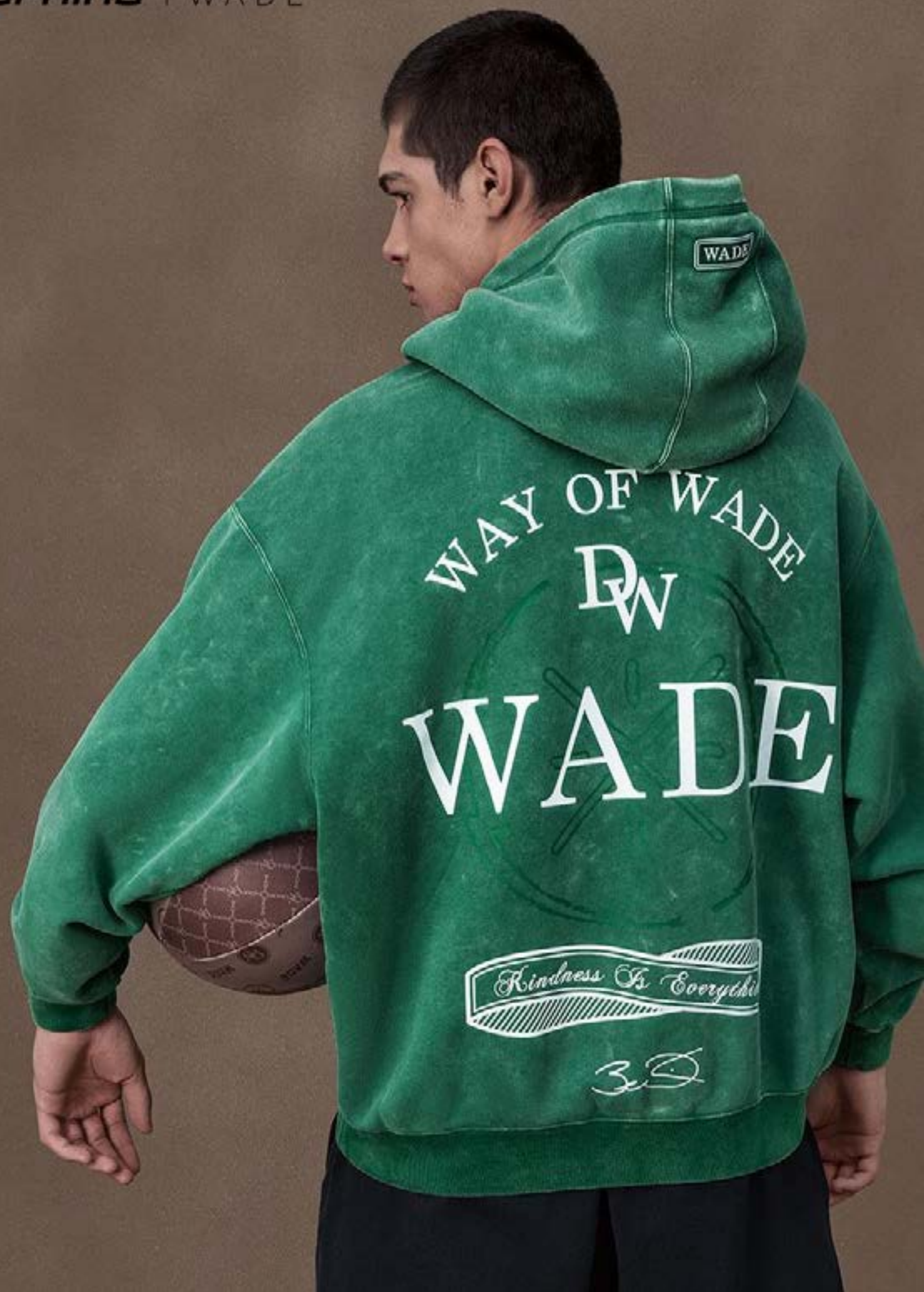
[239,90€](#)





LI-NING

WADE

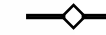
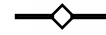


LI-NING

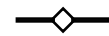
WADE











# LA LEBRON XX "NIKE LIFER" CELEBRE LA RELATION ENTRE NIKE ET LE KING



Nike continue de célébrer son partenariat avec le roi du basketball avec la sortie du coloris Nike LeBron 20 "Nike Lifer".

En clin d'œil à la fidélité éternelle de LeBron James à la marque basée dans l'Oregon et à son contrat à vie, le coloris remercie tout particulièrement le NBA All-Star.

La chaussure arrive en argent clair, des touches de jaune citron et des accents orange et noir.

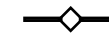
La tige présente la tige en maille tricotée typique, ainsi qu'un Swoosh à double empiement sur le côté en bleu royal et un jaune citron.

Les dubraes en dentelle comportent un marquage spécial « XX », un clin d'œil aux 20 ans de James dans la ligue.



La chaussure repose sur une semelle intercalaire mouchetée noire ainsi que sur une semelle extérieure marbrée bleue et rouge dépareillée pour compléter le design.

La paire est disponible depuis le 23 mars chez certains détaillants et sur Nike pour [200€](#).







# NIKE MONTRE SON AMOUR A GIGI BRYANT AVEC CE PROCHAIN COLORIS KOBE 4 PROTRO



Nike et la famille Bryant ont l'intention d'étendre la ligne de sneakers signature du Black Mamba avec une pléthore de coloris supplémentaires cette année et le dernier à sortir sert de lettre d'amour à sa défunte fille Gigi Bryant.

Après l'avoir honorée l'automne dernier avec la sortie de la Nike Kobe 6 Protro "Mambacita Sweet 16", la marque a concocté une nouvelle offre adaptée afin d'honorer la jeune fille : la Nike Kobe 4 Protro "Gigi".

Les premières images de la paire ont révélé un ensemble de détails saisissants sur les chaussures. Les tiges sont conçues aux couleurs de l'équipe Mamba pour rappeler son ancienne équipe AAU.

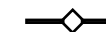
Des clins d'œil directs à Gigi sont positionnés sur les talons dans l'ancien de son surnom qui est brodé dans la moitié surélevée tandis que son "2" est trempé d'or et est imprimé plus près des semelles.

Une teinte blanche éclatante recouvre les cols, les orteils perforés, les talonnettes signées Kobe, les languettes en maille et les panneaux latéraux, ce dernier offrant une présentation plus lisse par rapport aux Kobe 4 précédemment publiés qui exposent leur technologie Flywire. Des accents noirs s'infiltrant dans les lacets, les Swooshes et les cols, tandis que les motifs vichy s'enroulent autour de l'arrière pour plus de style.

Selon les rumeurs, elles arriveraient le 1er mai 2023 pour célébrer son anniversaire, mais Nike doit encore le confirmer.



CRÉDITS PHOTOS © HYPEBEAST



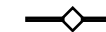








©NIKE



# JORDAN BRAND DEVOILE LA TATUM 1

Jayson Tatum lance sa première chaussure signature avec Jordan Brand, la Tatum 1.

Conçue pour la prochaine génération de joueurs, la Tatum 1 est la chaussure la plus légère de la ligne de performance de Jordan Brand cette saison.

La Tatum 1 est née du désir de Tatum de porter une chaussure plus connectée à son pied.

Construite à partir d'un cadre en TPU léger et solide, la chaussure est enveloppée d'une mousse de contact avec le sol qui agit également comme un motif de traction intégré, avec un minimum de caoutchouc sur la pointe et la plante du pied pour le jeu principalement à l'avant-pied de Tatum.

Ce détail a permis aux concepteurs de réduire le poids de la chaussure tout en offrant une sensation de terrain serré.

Un grand sac Zoom Air sans cage à l'avant-pied aide à fournir un retour d'énergie élevé sans sacrifier la sensation sur le terrain.

L'empeigne en maille est solide mais légère, tandis que le col est rembourré pour soutenir la cheville.

"Je veux que les gens sentent qu'ils peuvent se connecter à moi", déclare Tatum. "Je me souviens d'être un enfant, d'entrer dans le magasin et de chercher les chaussures emblématiques de mes joueurs préférés. Au moment où j'ai vu la chaussure ou mis la chaussure, j'ai eu l'impression d'être en phase et plus proche d'eux d'une certaine manière. Donc, je veux que cette chaussure soit un pont entre mes fans et moi pour nous rapprocher."

L'attention portée au design des modèles pour enfants est unique pour la Tatum 1.

Tatum voulait une chaussure facile à enfiler et à enlever pour les enfants.

En partenariat avec l'équipe de conception de Jordan Brand, Tatum a aidé à influencer une conception spécifique aux enfants pour sa chaussure signature qui utilisait un système de hayon en TPU injecté innovant pour faciliter l'entrée.

La conception a un outillage spécialisé qui comprend du caoutchouc zonal sur la semelle extérieure avec des rainures plus profondes pour plus de durabilité.

L'outillage supprime également le sac Zoom Air à l'avant-pied pour une sensation plus confortable pour les enfants.

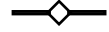
La chaussure sort en même temps qu'une collection de vêtements, inspirée des coloris Zoo et Barbershop de la Tatum 1.

Certaines pièces incluent des sweats à capuche et des t-shirts pour hommes, femmes et enfants.

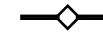
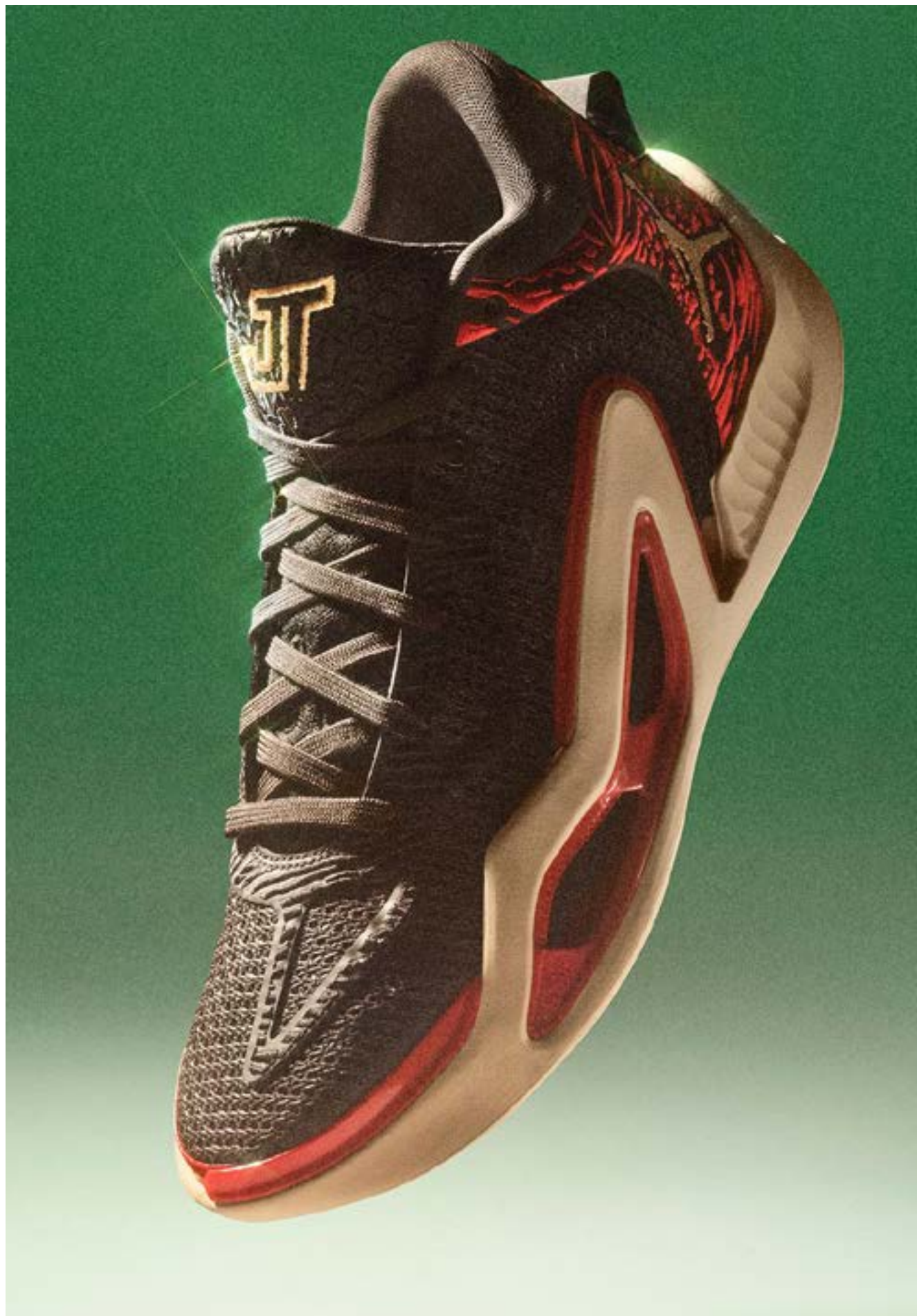
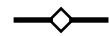
La paire est en vente depuis le 7 avril dernier sur [Nike](https://www.nike.com) dans toutes les tailles.













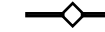


# ON COURT

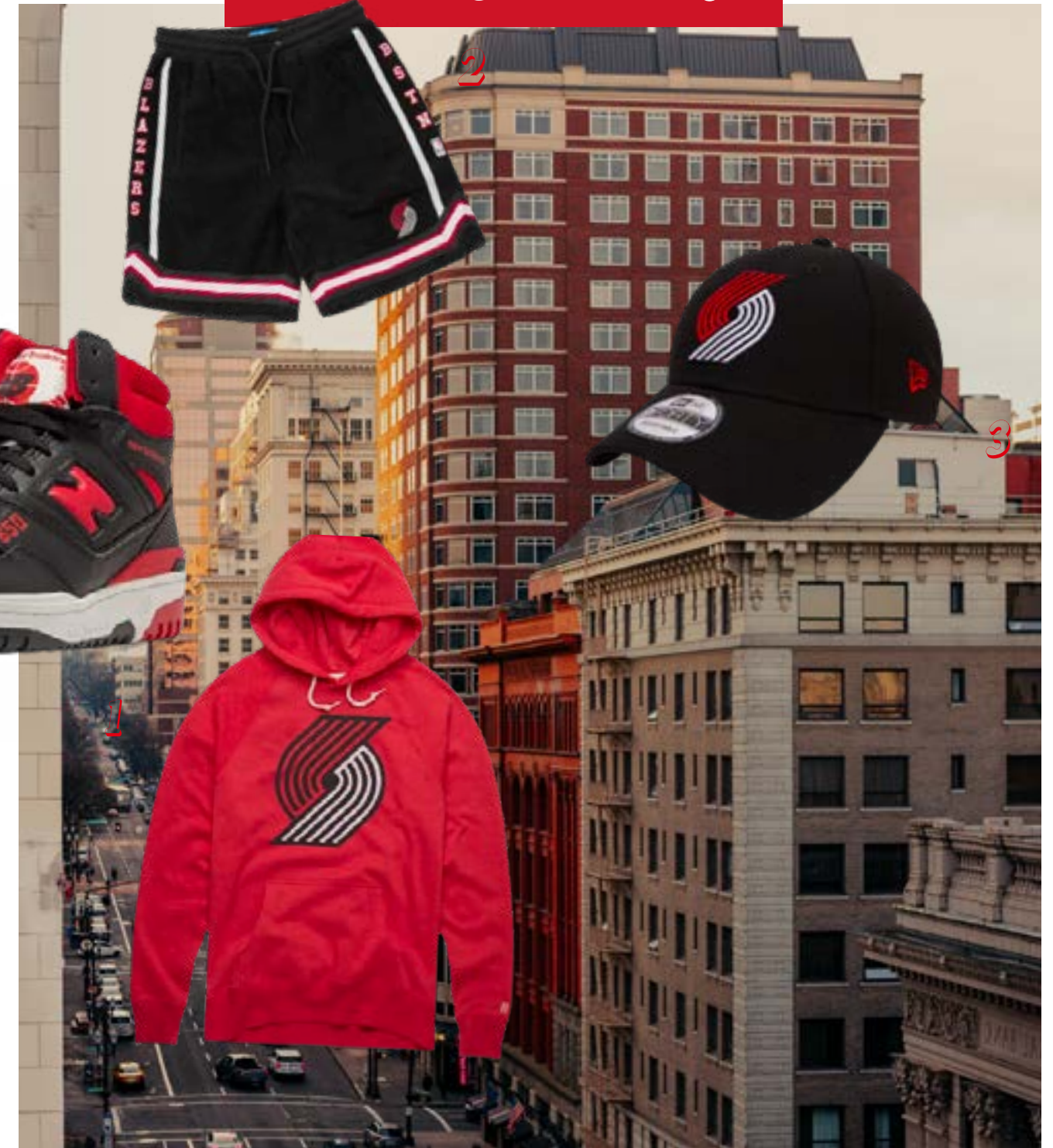


CRÉDITS PHOTOS :  
© BSTN / AWAR MEMAN

1. Maillot - Mitchell & Ness [99.99€](#) / 2. Short - Mitchell & Ness [49.99€](#) /  
3. Chaussettes - Stance [14.99€](#) / Basket - New Balance [169.99€](#)



# OFF COURT



CRÉDITS PHOTOS © :  
BSTN / AWAR MEMAN / FANATICS : HOMAGE

1. Hoodie - Homage [72\\$](#) / 2. Short - BSTN x NBA [89.99€](#) / 3. Casquette- New Era [20€](#)



# Happy Birthday

02/05



Paul George  
Los Angeles Clippers

04/05



Victor Oladipo  
Miami Heat

05/05



PJ Tucker  
Philadelphia Sixers

08/05



Garrett Temple  
New Orleans Pelicans

12/05



Mo Bamba  
Los Angeles Lakers

15/05



Cole Anthony  
Orlando Magic

22/05



Lauri Markkanen  
Utah Jazz

22/05



Norman Powell  
Los Angeles Clippers

29/05



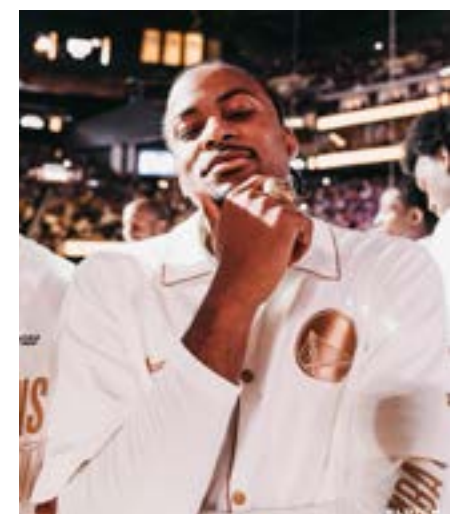
Carmelo Anthony

29/05



Austin Reaves  
Los Angeles Lakers

31/05



Moses Moody  
Golden State Warriors





CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CNVFILLM



CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CANVA STORIES 2850

18



CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CNVFILLM



CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CANVA STORIES 2850

18



CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CNVFILLM

CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CANVA STORIES 2850

18



CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CNVFILLM





CNVFILLM

CANVA STORIES 2850

18



CNVFILLM

CNVFILLM



18

CANVA STORIES 2850



CNVFILLM



CNVFILLM



18

CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CANVA STORIES 2850

18



CNVFILLM



CNVFILLM



18

CANVA STORIES 2850

CNVFILLM

CANVA STORIES 2850

18



CNVFILLM

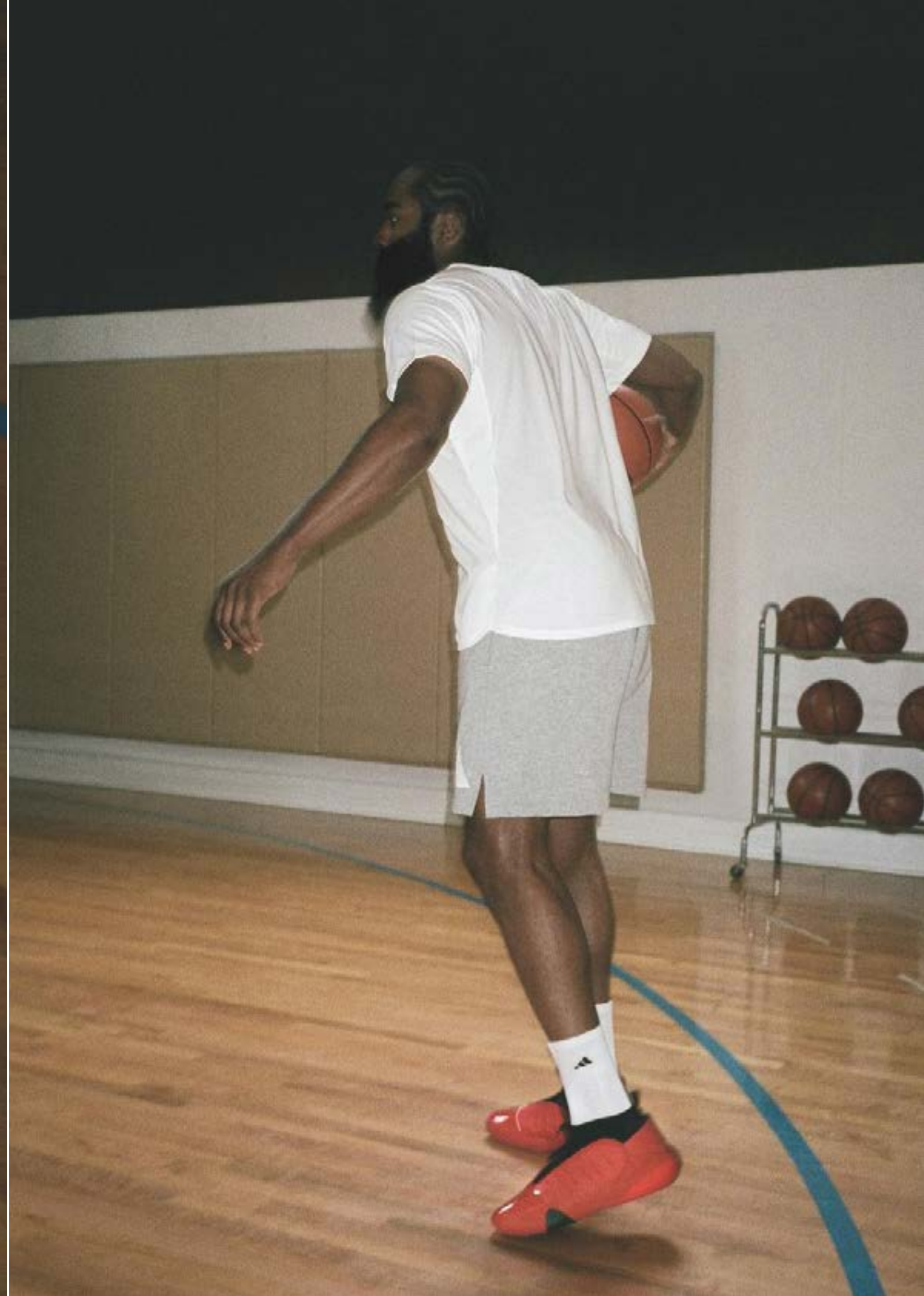


CNVFILLM



18









# DUNKZIINE

---

ISSUE XV  
MAI 2023