

SOCIAL STATUS / SNEAKER EXCHANGE

Réussir ou mourir

Success or death



TEXT MELODIE RAYMOND PHOTOS RICHARD BANROQUES

À 38 ans, James Whitner est le fondateur du shop américain Social Status. Avec un lourd et sombre passé, qui lui a presque coûté la vie, il apporte une vision fraîche à la culture sneaker depuis près de 10 ans. Shoes Up l'a rencontré: un homme ambitieux et souriant, partenaire du programme adidas Sneaker Exchange.

At 38 years, James Whitner, is the founder of Social Status American's shop. With a dark and heavy past which almost costs his life, he's bringing a new vision of the sneaker culture for more than 10 years. Shoes Up met that smiling and ambitious man, partner of adidas Sneaker Exchange.

Tu peux te présenter?

Je viens de Pittsburgh et je suis entré dans l'industrie de la mode d'une façon peu conventionnelle. J'ai commencé dans ma ville natale, en faisant plein de trucs qui n'avaient aucun rapport avec les sneakers. Aujourd'hui j'ai une approche différente de la vie, je suis plus patient. J'ai pris un chemin que je ne regrette pas parce qu'il m'a façonné et a fait de moi ce que je suis aujourd'hui. J'ai sûrement choisi la facilité au vu des circonstances dans lesquelles j'ai grandi mais je pensais que c'était la seule façon de subvenir aux besoins de ma famille. J'ai vendu de la drogue, je suis allé en prison, on m'a tiré dessus cinq fois... Puis j'ai décidé de vraiment prendre ma vie en main, j'ai commencé à bosser et j'ai ouvert ma première boutique de sneakers. Et me voilà dix ou douze ans plus tard.

Quand est-ce que le premier shop a ouvert ses portes? Tu peux nous raconter l'histoire?

Le premier magasin Social Status a ouvert en 2011, mais ma toute première boutique c'était Flava Factory en 2005. Le nom sonne très urbain. C'est en prison que j'ai fait mon business plan pour Flava Factory, en sortant j'étais déterminé et quand j'ai déménagé en Caroline du Nord, j'ai entrepris son exécution. Je me suis rapidement rendu compte que Social Status correspondait plus à l'histoire de ma marque tandis que Flava Factory était bien trop street et pas si urbain, on a donc décidé de fermer Flava Factory et de tout recommencer avec Social Status.

Pourquoi avoir choisi ce nom et le symbole de l'infini comme logo?

À l'université, j'ai étudié le commerce, et quand je prenais des notes, j'utilisais des symboles. Le logo signifie le changement infini. Le triangle économique c'est le changement, et le signe infini, veut dire que le changement ne s'arrête jamais. Je crois que c'est la première fois qu'on me pose la question...

Can you introduce yourself?

I'm from Pittsburgh and I came in a industry unconventional fashion. I started off in hometown, doing lot of things that weren't sneakers. I probably approach life differently today, I'm more patient than I was before. I took a road that I don't regret now because it made me who I am and based on the circumstances of how I grew up, I guess I took the easiest options but at this time, I believed that was my only way which could help to take care of my family. I sold drugs, I've been incarcerated, I was shot five times... Then I decided to really push my life. I started to work and I opened my first sneaker boutique and ten or twelve years later, here I am.

When did Social Status first shop open? Could you relate the story?

Actually my first Social Status opened in 2011 but initially my first boutique was Flava Factory in 2005. The name of Flava Factory sounds really urban. I decided to road the business plan for Flava Factory during my prison period and I came home determined. When I moved to North California, I undertook to extra execute that business plan. What I quickly found was Social Status was like based on what that brand history was and Flava Factory was much more street and not urban at all so we decided to shut Flava Factory down and start fresh with Social Status.

Can you explain us why did you choose this name and the infinite symbol as a logo?

In college, I studied business and when I wrote notes, I was writing symbols. So, the triangle economics is the change and infinite sign in the middle, the logo, means infinite change. I don't think anyone ever ask that question.

Why did you take the decision to open your shops in cities like Charlotte or Pittsburgh and not LA or NYC?

I wanted to go in place to give me more chance to help the sneaker culture grow, some of the cities I chosed to

« J'ai pris un chemin que
je ne regrette pas car il a fait
de moi ce que je suis »



“ I took a road that I don't
regret now because it made
me who I am ”

SNEAKER EXCHANGE

Pourquoi avoir pris la décision d'ouvrir dans des villes comme Charlotte ou Pittsburgh plutôt que LA ou NYC ? J'avais comme ambition d'aider la culture sneakers à évoluer. Ma démarche est plus pertinente dans ces villes qu'à LA ou NYC qui représentent un marché à l'international, c'est là que naissent beaucoup de modes et c'est bien, mais c'est aussi important d'amener la culture dans des endroits plus petits.

Tu as cinq Social Status aux États-Unis, aimerais-tu ouvrir en Europe ?

En fait, il y en a presque sept maintenant. Un ouvrira à Atlanta pour le lancement de la paire avec SneakerNStuff, et l'autre à Houston le mois prochain. Ce serait vraiment cool de faire quelque chose en Europe. J'aime beaucoup ce qu'il s'y passe, la culture, l'histoire et les gens.

Comment choisis-tu tes marques ? Vends-tu aussi bien du Kenzo que du 10.Deep ?

Oui, 10.Deep est la marque de streetwear par essence, aux États-Unis. Bien qu'elle n'ait pas autant de succès qu'il y a dix ans, je pense qu'elle a toujours sa place au même titre que Kenzo ou Off-White. C'est logique. Ce n'est pas parce que quelque chose est nouveau ou cool que c'est forcément pour nous. Avec les petites marques tu as une perspective neuve et fraîche, l'important n'est pas la taille de la marque mais la vision du designer et la manière dont il marie les esthétiques.

Tu fais partie du programme adidas Sneaker Exchange, pourquoi avoir accepté ?

C'est un honneur de faire partie de ce programme Consortium parce que ça permet d'avoir une portée mondiale. Les mecs de SNS ont une perspective européenne du footwear et du consommateur. En collaborant avec eux cela me permet justement de m'adresser à leur clientèle. Ils sont super cools, j'aime leur démarche et c'est un plaisir de bosser avec eux.

As-tu donc choisi de bosser avec Eric et Peter ? Vous êtes-vous rencontrés ?

Oui et je savais déjà qui ils étaient bien avant qu'on collabore. adidas nous a mis en relation en se basant sur nos personnalités et ce projet nous a clairement rapprochés.

Peux-tu nous en dire plus sur les deux silhouettes ?

L'idée initiale était d'avoir une chaussure inspirée par le sport, le luxe et le basket-ball. À l'origine, on devait la sortir pour le All Star Game, à Charlotte, là où je vis, mais Charlotte n'accueille finalement pas l'événement car la Caroline du Nord a une loi très raciste qui fait polémique. Même si l'événement a été déplacé, l'idée reste la même, on la lance juste d'une façon un peu différente.

open in can use me more than New York can. LA, New York, those markets kinda get the world, they birth lot of things and they're cool but it's great to bring those culture's in smaller places.

You've got five Social Status in United States, would you like to open in Europe ?

Currently, it's almost seven now. One will open in Atlanta for the launch of the shoes with SneakerNStuff and one will open in Houston next month. But it could be awesome to do stuff in Europe, I love what's happen over here, I love the culture, the people and the history.

How do you choose the brands sold in your shops? Do you sell as well Kenzo as 10.Deep ?

Yes 10.Deep is the original US streetwear brand. And I think they may not be strong to the consumer as they were ten years ago but there is still a place for them as well as brand like Kenzo, Off White. That makes sense. Just because something is new and cool doesn't mean that it's for us. With small brands you get fresh new perspectives so it's not about small or big brands, It's about what the designer's plan is for the brand and how they mix and mary the aesthetics.

You are in the program adidas Sneaker Exchange, why did you accept?

It's an honor to be a part of Consortium in Sneaker Exchange because you get to speak to the globe. Guys from SneakersnStuff have a perspective of the footwear in Europe and they have a consumer and I got the chance to speak to their consumer about partnering with them. These guys were such a cool guys, I love what they stand for and to work with them.

So did you choose to work with SneakersNstuff? Did you meet Eric and Peter in person?

Yes I met them and I knew who they were before we worked together. adidas put us together based on personality but we obviously became more closer with the project.

Can you tell us more about the two silhouettes?

The original thought process behind, why we were doing those two shoes is because it was inspired by sport, luxury and basketball. Originally, the sneaker was supposed to be launch at the All Star Game in Charlotte North Carolina which is where I live but the All Star Game was moved because that state has a polemic racist law. Obviously, since the All Star Game was moved, the shoes still stands for the same thing, we're just dropping it in a bit of a different way.

WWW.SOCIALSTATUSPGH.COM IG : @THESOCIALSTATUS