

## OBJET DU MOIS # 18

### Nike Air Jordan 3

#### Un chemin de la fantaisie et de la surprise :

"Le devoir des artistes est d'indiquer le chemin de la fantaisie, de la surprise, de l'indépendance".  
Ettore Sottsass

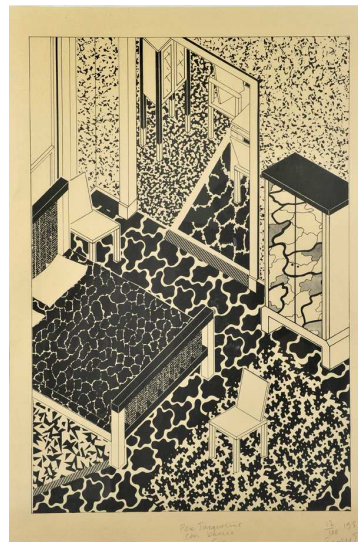


La célèbre firme américaine Nike partage avec quelques unes de ses consœurs un modèle industriel qui lui permet de conjuguer la production de masse avec l'édition - permanente - de séries limitées. Ces dernières se singularisent par des formes, des imprimés, des motifs originaux et sont collectionnées par les connaisseurs du monde entier. Cette option de fabrication a donné à la marque une légitimité *arty*, auprès d'un public légèrement en marge de sa cible habituelle

de *kids* sportifs. Mais ces séries originales ne seraient que des habillages éphémères si elles ne s'accompagnaient d'innovations fonctionnelles et technologiques. Les plus importantes de ces inventions sont signées Tinker Hatfield, designer américain qui a dessiné de nombreux modèles pour la marque depuis 1988, à commencer par ces Air Jordan 3, sans oublier les baskets imaginées en 1989 pour l'acteur Michael J. Fox dans le film *Retour vers le futur 2*. Ayant suscité l'intérêt des collectionneurs, ces dernières furent finalement fabriquées et mises en vente en 2011. Quant au modèle *Air Jordan 3*, parallèlement à la mise sur le marché des vingt-huit modèles actuels dont quatorze dessinés par Hatfield, il fait l'objet de rééditions régulières, très suivies par les passionnés de la marque. Les dernières datent de 2003 et 2011.

Donnant à tous la possibilité d'avoir aux pieds des baskets échappant à la grande série, de posséder quelque chose d'unique, la démarche de la marque Nike est à rapprocher des propositions qui ont été faites dans les années 80 par les designers et théoriciens du groupe italien Memphis. Ceux-ci ont révolutionné l'approche du design en allant au-delà du seul postulat fonctionnaliste. Utilisant motifs et couleurs de façon très libre, ils tentèrent de réveiller les sensibilités anesthésiées par l'esthétique silencieuse de la plupart des produits fabriqués en série, en produisant des pièces singulières, expressives et fantaisistes.

La bibliothèque *Casablanca* (1981) d'Ettore Sottsass (Innsbruck 1917, Milan 2007) répond tout particulièrement à ces critères. Sa forme de totem hérissé et son montage requièrent une habileté artisanale qui est associée à l'usage d'un placage imprimé dont la fabrication mécanisée permet l'impression de couleurs et de motifs variables à l'infini. Chez Nike, il en va de même avec le motif « Cement Grey » des baskets de la série 3 ou l'« Elephant Print » qui personnalise la série 5.



Les designers associés à Memphis développèrent de la même manière tout un vocabulaire décoratif, constituant un langage de masse qui se substitue au cadre rigoureux du fonctionnalisme : le mythe de la créativité spontanée guide leur action. Ils veulent offrir aux nouvelles générations le droit de vivre librement dans l'espace domestique, en dehors de modèles de comportements imposés par la culture traditionnelle. Memphis favorise alors une écriture libre, expressive, communicante, sensible, sentimentale, voire parfois mystique, montrant ainsi que le design vise à tisser des relations affectives, symboliques et fonctionnelles entre les objets et leurs usagers. Nike ne s'est pas positionné autrement, offrant à sa jeune clientèle et aux collectionneurs des produits à forte affectivité, revendiqués comme les symboles du style de vie des nouvelles générations.

*Tinker Hatfield designed the first models of Jordans, and fourteen from the twenty eight models since 1988. Phenomenon of contemporary collection, these sneakers, distinguishing by their shapes and prints are collected by connoisseurs all over the world. This manufacturing option gives Nike's brand an arty legitimacy.*

*The Casablanca bookcase designed in 1981 by Ettore Sottsass (inv. 2005.10.1) associated with the Memphis group is a testimony of how the group developed a whole decorative vocabulary and promoted an expressive, sensitive, emotional and symbolic design. Just like Nike made, proposing to young customers products in small series asking for an emotional support and arguing for new ways of living.*

#### Illustrations

1. Le *Jumpman*, logo de la marque *Air Jordan* depuis 2008, reprenant la silhouette du joueur Michael Jordan, sur un projet de Peter Moore qui dirigeait le design des *Air Jordan* jusqu'à l'arrivée de Tinker Hatfield. © Nike & Jumpman 23.
2. Georges James Sowden, *Projet pour une chambre*, 1984, sérigraphie sur papier, collection du musée des Arts décoratifs de Bordeaux (Inv. 2000.1.8).

#### Objet et œuvres présentées

- Nike Air Jordan 3, 1988, réédition 2009, collection particulière, Bordeaux.  
Ettore Sottsass, Bibliothèque *Casablanca*, 1981, collection du musée (Inv. 2005.10.1).  
Nathalie Du Pasquier, *Memphis*, 1983, projet d'affiche d'exposition, collection du musée (Inv. 97.2.30)  
Nathalie Du Pasquier, *Vue d'intérieur*, 1983, 2 sérigraphies numérotées, collection de l'artiste.  
Georges J. Sowden, *Projet pour une chambre*, 1984, sérigraphie sur papier, coll. du musée (Inv. 2000.1.8).  
George J. Sowden, *Vue d'intérieur*, 1983, 2 sérigraphies dont une numérotée, collection de l'artiste.