

DESIGN
GRAPHIQUE & CULTURE
VISUELLE

étapes:

257

Animaux

Sophy Hollington

HeeJae Kim

L'Éloi

Prague

Playground, le design des sneakers

Portées par des millions de personnes à travers le monde, les baskets sont aujourd'hui omniprésentes. Tennis, trainers ou sneakers, pour la ville, la montagne ou les terrains de foot, le musée des Arts décoratifs et du Design de Bordeaux accueille une collection impressionnante afin de répondre à la question: comment une simple chaussure de sport est-elle devenue un accessoire de mode incontournable, voire une œuvre d'art ?

PAR JEANNE QUÉHEILLARD



← Vue de l'installation « Sneakers for winners: l'aura des Jeux olympiques ».

↑ Le terrain de basket-ball dans la cour d'honneur du musée des Arts décoratifs et du Design de Bordeaux.

La cour de l'hôtel de Lalande, hôtel particulier du XVIII^e siècle accueille avec panache un terrain de basket « 3x3 » pour deux équipes de trois joueurs. Tout au long de l'exposition « Playground, le design des sneakers », cette discipline, olympique depuis 2020, sera pratiquée à la demande, il suffira d'emprunter le ballon, ou lors d'initiations et de tournois organisés avec la Ligue Nouvelle-Aquitaine de basket-ball et la Fédération française de basket-ball. Encore faut-il avoir les bonnes chaussures au pied. Ce qui ne pose pas de problème compte tenu de la place prise par les baskets au cours du XX^e siècle, aux côtés des jeans et tee-shirts. Cette panoplie de la tête aux pieds appartient à tout le monde. Elle s'accompagne d'un imaginaire social où les différences de classe, de sexe et d'âge

seraient effacées grâce à une norme vestimentaire de masse qui s'est imposée au monde entier.

Mathieu Lehanneur, scénographe de l'exposition, assisté par Arthur Fosse, a conçu un display tonique qui accueille plus de 600 paires de sneakers, dont une cinquantaine de modèles emblématiques de 1900 à nos jours. Partant de formes primaires surdimensionnées telles que le rond, le triangle, l'étoile, le rectangle, ou se référant à des formes comme la rampe de skate ou le podium des JO, le mode de présentation se fait littéral. Les modules de présentation aux couleurs acidulées reposent, en lien avec les constructions de guérilla urbaine, sur des socles en sacs de polypropylène recyclé remplis de mousse ou de sable, « estampillés » des monogrammes des marques.



«Vicious», Adidas x Rick Owens, 2014, archives Rick Owens.



«Stan Smith», Adidas, 1978, dédiée par Stan Smith, musée national du Sport, Nice.



«Freestyle», design Angel Martinez, Reebok, 1982, archives Reebok.

Le graphisme d'Anna Toussaint accompagne avec simplicité et précision la communication et la conception du catalogue.

À l'appui d'un comité scientifique, réunissant des designers comme Jacques Chassaing, Alexander Taylor et Teddy Sanches, ainsi que des spécialistes de la culture sneakers comme Pierre Demoux, Thibault de Longeville ou Samuel Mantelet, la directrice du MADD-Bordeaux et commissaire de l'exposition, Constance Rubini, assistée d'Étienne Tornier, fait des sneakers un objet d'étude exemplaire. Devant une telle accumulation, les aficionados et les collectionneurs ne boudent pas leur plaisir, soutenu par une démonstration simple et directe des enjeux, historiques tout autant qu'actuels, auxquels se confronte le design. Différentes approches sont mises en pers-

pective, qu'elles soient liées à l'industrie et aux technologies, à l'usage, à la conception des formes et à leur évolution, ou à l'adresse du plus grand nombre, ou pas.

Objets industriels par excellence, les sneakers appartiennent à l'histoire moderne des déplacements, aux côtés de la bicyclette et de l'automobile, grâce à l'invention de la vulcanisation du caoutchouc par Charles Goodyear. Les premières chaussures de sport en toile dotées de semelles en caoutchouc apparaissent en 1868 aux États-Unis. En les nommant sneakers, (du verbe *to sneak*, «se glisser», «se faufiler»), le publicitaire Henry Nelson McKinney leur donne une identité jamais démentie, liée à l'aspect silencieux de leurs semelles. Depuis, les sneakers font l'objet de recherches constantes, nouvelles technologies à l'ap-

pui, visant au confort du pied et à de meilleures performances pour les sportifs. Tinker Hatfield rend visible la technologie Air

«Partant de formes primaires surdimensionnées telles que le rond, le triangle, l'étoile, le rectangle, ou se référant à des formes comme la rampe de skate ou le podium des JO, le mode de présentation se fait littéral.»



Vue de l'installation «Un cas d'étude: le design du running».



Aperçu du corner «D'un podium à l'autre, le mariage du sport et du luxe».



Vue de l'installation «Le design des sports».

(système d'amorti constitué de bulles d'air) avec l'Air Max (1987). Il crée un système de laçage automatique (Electro Adaptable Reaction Lacing) révé précédemment pour les chaussures autolaçantes d'un *Retour vers le futur*. Alexander Taylor fait appel au tricotage 3D. Les recherches prospectives sont au rendez-vous: conception à partir de matériaux vivants comme les algues et les bactéries, adaptation au pied de l'utilisateur grâce à des micro-organismes, fabrication à partir d'imprimantes 3D stéréolithographiques et d'un nouveau matériau, la Rebound Resin, invention de nouvelles machines de production... L'écologie et le développement durable font partie du programme: utilisation de fibres de plastique recyclé, associée à un nettoyage des mers polluées («Upcycling the ocean») lancé en 2015 par la marque


espagnole Ecoalf, ou la collaboration avec les pêcheurs marseillais de la jeune marque française Corail), Corn Worked As Leather, toile biodégradable enduite de 50 % de déchets de maïs, réduction de l'empreinte carbone pour des sneakers *made in France*.

Dans la relation au plus grand nombre ou comme objets d'exception, les sneakers l'emportent sur tous les tableaux. Issues des activités sportives, elles ont gagné la culture urbaine et la mode. Objets emblématiques de la contre-culture dans les années 1970, elles étaient le symbole de l'anticonformisme. Elles deviennent le signe affirmé de minorités, avec lequel le hip-hop ou la breakdance vont se distinguer. Dans les années 1980, portées par des stars du sport, promotionnées par les rappeurs ou les skateurs de renom, utilisées ou conçues par les grands

couturiers, les designers ou les artistes, elles conquièrent le monde. Elles appartiennent au système de la mode. Cette chaussure pour tous, «démocratique», se collectionne à grand prix et devient un objet de spéculation, quand elle est signée ou portée par une star du sport ou de la musique, ou fabriquée à peu d'exemplaires, en édition limitée. Les *sneakersheads* sont à l'affût faisant des sneakers un phénomène total de société. Du blues *High Heel Sneakers* (Tommy Tucker, 1963), repris par de nombreux musiciens jusqu'aux Rolling Stones en 2019, en passant par *My Adidas* du groupe Run-DMC en 1986, les sneakers sont entrées au panthéon. •

→ Musée des Arts décoratifs et du Design de Bordeaux jusqu'au 10 janvier 2021

© ALASTAIR PHILIP WIPER

 arjowiggins

International standards
for creative papers

Standards internationaux
pour papiers de création

国际标准的艺术纸

Estándares internacionales
para papeles creativos

Weights:
120g / 300g

Color sizes:
37

Keaykolour
Coral
120g

arjowigginscreativepapers.com

Distribué par Antalis France
0826 080 090 (0,15€/min TTC)
antalis.fr