

Comunicato stampa

Nike: Form Follows Motion

21 settembre 2024 – 4 maggio 2025

Vitra Design Museum, Weil am Rhein

Con «Nike: Form Follows Motion» il Vitra Design Museum presenta la prima mostra in assoluto dedicata al più grande marchio sportivo del mondo: Nike. L'esposizione ne ripercorre i primi cinquant'anni, dagli esordi come start-up locale fino a diventare un fenomeno globale, ponendo l'accento sulla storia del suo design. L'azienda, che compie i primi passi negli anni '60 lanciando il suo celebre logo a baffo, l'iconico «swoosh», ha portato sul mercato prodotti inconfondibili come le Air Max Flyknit. Di recente la sua inventiva è dedicata alla ricerca dei materiali di domani e alla sostenibilità. Proprio in occasione dell'anno dei Giochi Olimpici e Paralimpici a Parigi, e degli Europei di calcio in Germania, la mostra punta a sottolineare il ruolo innovativo svolto dallo sport sia nel campo del design che delle dinamiche sociali, facendo luce sulla devozione quasi mitica che la cultura popolare e i social media nutrono verso le sneaker e l'abbigliamento sportivo. L'esposizione, nata su iniziativa e prodotta dal Vitra Design Museum, è stata curata da Glenn Adamson.

Fondata nel 1972, il suo nome rende omaggio alla dea greca della vittoria, Nike appunto; negli anni il marchio sportivo è diventato leader sul mercato e, oggi, è l'azienda di abbigliamento più grande del mondo con un fatturato annuo che supera i 50 miliardi di dollari. Ma il successo di Nike non è solo una questione di cifre, bensì ruota attorno a una vera e propria cultura del design. Basta guardarsi attorno per accorgersene: una simbiosi dinamica fra materiali innovativi, caratteristiche performanti e branding di forte impatto. Nel quartier generale dell'azienda, alle porte di Portland in Oregon, lo sviluppo dei prodotti è affidato a una sinergia inimitabile frutto di studi scientifici, ricerche sportive e senso estetico. Centinaia di designer collaborano fianco a fianco con specialisti di altre discipline: dalle scienze dei materiali, passando per la biologia, fino alla biomeccanica. E, naturalmente, è cruciale il contributo di tanti fra gli atleti di maggior successo al mondo.

Per la prima volta la mostra «Nike: Form Follows Motion» offre l'occasione di sbirciare dietro le quinte di questo eccezionale laboratorio di design, approfondendo al contempo l'interesse di Nike verso le innovazioni tecnologiche e i cambiamenti in atto nella società. Gran parte delle opere esposte provengono dal Department of Nike Archives (DNA), l'archivio di proprietà dell'azienda stessa, che custodisce ben oltre 200.000 oggetti. Una loro accurata selezione viene resa per la prima volta fruibile al pubblico, che potrà ammirare autentiche rarità, pezzi unici, e persino i prototipi sperimentali dei modelli di iconiche sneaker come le Waffle Trainer, le Air Force One, e le Shox, oltre agli studi originali sul design di calzature e abbigliamento. Così si può apprezzare appieno il contributo delle menti creative di illustri stilisti, sia interni all'azienda come Diane Katz, Tinker Hatfield, ed Eric Avar, sia collaboratori esterni, con nomi del calibro di Marc Newson, Comme des Garçons, e Virgil Abloh. Senza tralasciare il ruolo insostituibile degli atleti, dagli inarrivabili campioni mondiali agli sportivi della porta accanto; illustrando le loro esigenze, infatti, hanno fatto confluire le loro esperienze nel processo di design e sviluppo dei prodotti Nike.

La mostra è strutturata in quattro aree cronologiche. La prima, «Track», presenta i più antichi cimeli custoditi nell'archivio Nike. L'azienda fu fondata da Phil Knight, runner attivo ai tempi del college, e da Bill Bowerman, suo ex allenatore. I loro primissimi dipendenti, e anche la gran parte dei loro

clienti quasi esclusivi, erano in realtà sportivi amatoriali e studenti che amavano correre, affiancati, anche se limitatamente, dal supporto di professionisti del marketing. L'intero processo dalla produzione alla promozione era snello e pratico, e i rappresentanti facevano provare in giro le scarpe per testarle. Fu durante questo periodo di formazione che Nike ha sancito uno dei suoi principi chiave di design: ascoltare sempre la voce degli atleti. In questa parte della mostra si potrà conoscere da vicino la storia dei primissimi giorni del brand, partendo proprio dal prototipo della suola Waffle realizzato nella cucina del co-fondatore Bill Bowerman, oppure dalle Tigerbelles, una squadra di atlete di colore della Tennessee State University all'epoca della lotta per i diritti civili negli USA.

Il secondo capitolo, dal titolo «Air», è dedicato agli anni '80, quando Nike spiccò letteralmente il volo. Grazie alle partnership con alcune stelle dello sport come Michael Jordan, Serena Williams e LeBron James, l'azienda conquista un ruolo di protagonista d'eccellenza e di avanguardia nella cultura popolare. Allo stesso tempo amplia i propri orizzonti, dalle origini nell'atletica entra in nuove discipline, come il basket, per poi passare a tennis, calcio, skateboard, e molte altre. D'ora in poi il suo look sarà indissolubilmente legato alla cultura pop; infatti Nike comprende abilmente la filosofia dello *street-style*. Classici come le Air Force 1 e le Air Jordan campeggiano negli spot televisivi, in particolare quelli realizzati da Wieden + Kennedy, studio pubblicitario di Portland. Allo stesso tempo l'azienda investe in una nuova tecnologia: capsule di gas pressurizzato capace di ammortizzare ma senza appesantire. Inizialmente questa scoperta rimase celata all'interno delle soles delle scarpe, finché nel 1987 Nike Air venne resa visibile con le Air Max, segnando l'inizio di una nuova era nella storia del design dell'azienda. La mostra ripercorre l'affascinante evoluzione della suola Air raccontata da numerosi manufatti che illustrano l'intero processo di sviluppo, con tanto di prototipi dei cuscinetti e di apparecchi di prova inventati dall'ingegnere Frank Rudy. Fu infatti lui a scoprire questa tecnologia e a proporla a Nike.

La terza stanza, «Sensation», illustra alcuni capisaldi alla base della ricerca e dello sviluppo del design Nike. Qui ci si addentra nel cuore del Nike Sport Research Lab, una delle strutture più grandi e avanzate al mondo nel campo dello studio del corpo umano in movimento. Sin dagli anni '90 la ricerca tecnica ha concentrato i suoi sforzi sull'accrescere il potenziale atletico: è così che sono nati prodotti come le Nike Free, che simulano la sensazione della corsa a piedi nudi, e le Vaporfly, sviluppate per tentare di abbattere la barriera delle due ore nella maratona. Inoltre la mostra evidenzia la rilevanza che materiali innovativi, come Flyknit, possono esercitare sia sui risultati che sulla sostenibilità. Si passa così ad esplorare gli sforzi attuali di Nike tesi a ridurre il suo impatto climatico puntando su materiali da fonti eticamente sostenibili e tecniche di produzione circolari. Inoltre, viene illustrata anche la ricerca portata avanti dall'azienda nel campo del riutilizzo della plastica: ne è un esempio Nike Grind, un granulato di oggetti riciclati e usati per una gran varietà di impieghi. Si potrà ripercorrere tutto il lavoro compiuto: dai primi progetti per il riciclo agli inizi del nuovo millennio fino alle iniziative di oggi.

Il clou della mostra arriva nella Stanza 4, ed è dedicato alle collaborazioni fra Nike e designer esterni, atleti e il suo pubblico. La mostra espone cinquanta calzature suggestive, talvolta fuori dagli schemi, che hanno segnato la storia dell'azienda. Alcune sono il risultato del lavoro sinergico con stilisti e creativi, mentre altre sono progetti nati internamente alla sua *community*. La stanza è dedicata anche al ruolo di spicco che Nike ha svolto per la cultura pop e la controcultura, come dimostrano clip musicali o sui Social Media, dove risulta evidente il peso critico dell'azienda nel dare forma e riflettere i valori e le tendenze in continua evoluzione. Quest'area espositiva esalta la simbiosi fra design e sport, il cui obiettivo non è mai stato fermarsi al mero risultato. Si tratta, piuttosto,

di dare voce agli ideali del corpo umano, del benessere, della diversità, dell'uguaglianza e, in ultima analisi, dell'istinto umano teso a superare i propri limiti e andare alla scoperta di nuovi territori.

Mateo Kries, Direttore di Vitra Design Museum: «Da molto desideravamo organizzare una mostra dedicata a sport e design. Quando ci siamo rivolti a Nike, abbiamo scoperto cose incredibili nel loro archivio: si tratta di un vero e proprio tesoro che fino ad ora è rimasto inedito. Così è nata l'idea di organizzare questa mostra, che offre un'opportunità unica di concentrarci sul design visto dalla prospettiva di un singolo marchio, e di mostrare al pubblico oggetti suggestivi che illustrano il processo dello sviluppo creativo stesso. Alcuni di essi non sono mai stati esposti prima.»

Glenn Adamson, curatore della mostra: «Oltre al nostro interesse sull'evoluzione di prodotti iconici, punteremo l'attenzione sul contesto sociale e storico più ampio che gravita attorno a Nike. Da oltre cinquant'anni lo sport sta esercitando un impatto immenso sulla nostra percezione del corpo umano, che va ben oltre i risultati da ottenere in pista. Ad esempio, su come pensiamo ai ruoli di genere. La mostra presenta come Nike ha investigato e risposto a queste dinamiche di cambiamento, dall'enfasi iniziale su prestazioni e ottimizzazione, per arrivare ad una più ampia veduta d'insieme fatta di diversità ed inclusione. Lo studio delle strategie di design di Nike ci fornisce una panoramica più chiara sul contesto culturale nel complesso.»

Ad accompagnare la mostra ci sarà un fitto programma di eventi e workshop dedicati allo sport e al design. Dopo la premiere nel Vitra Design Museum, la mostra itinerante toccherà altri musei internazionali.

Catalogo della mostra

La mostra sarà corredata da una pubblicazione che illustra buona parte degli oggetti esposti, ed è arricchita dagli interventi di Sam Grawe, Adam Bradley, William Myers, Jared Dalcourt e Ligaya Salazar. Il libro è ampiamente illustrato da 300 immagini, fra storiche e contemporanee e include 90 fotografie recentemente commissionate al fotografo Alastair Wiper che illustrano il design, le aree di produzioni e l'archivio (DNA) presso il quartier general della Nike.

Editori: Mateo Kries, Glenn Adamson

Grafica: Daniel Streat

Copertina in alga riciclata, 356 pagine

ISBN 978-3-945852-63-4 (EN), € 59.00

Disponibile anche online su: shop.design-museum.de/en

Informazioni generali

Titolo della mostra:	Nike: Form Follows Motion
Durata:	Dal 21 settembre 2024 al 4 maggio 2025
Curatore:	Glenn Adamson
Design della mostra:	Jayden Ali Projects Ltd.
Hashtag:	#VDMNike

Contatti per la stampa:

Vitra Design Museum
Maximilian Kloiber
PR Manager & Editor
Tel: +49.7621.702.3163
E-mail: communications@design-museum.de

BUREAU N
Gabriela Ecke
Tel: +49.30.6273.6104
E-mail: gabriela.ecke@bureau-n.de