

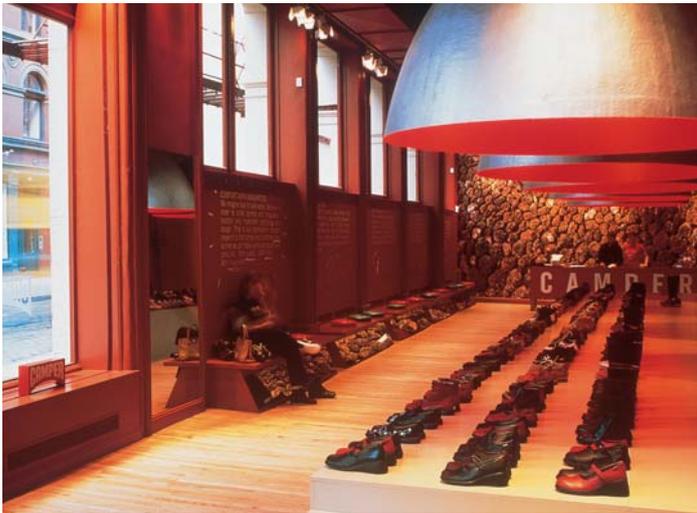
Camper History

V - Boutiques Camper

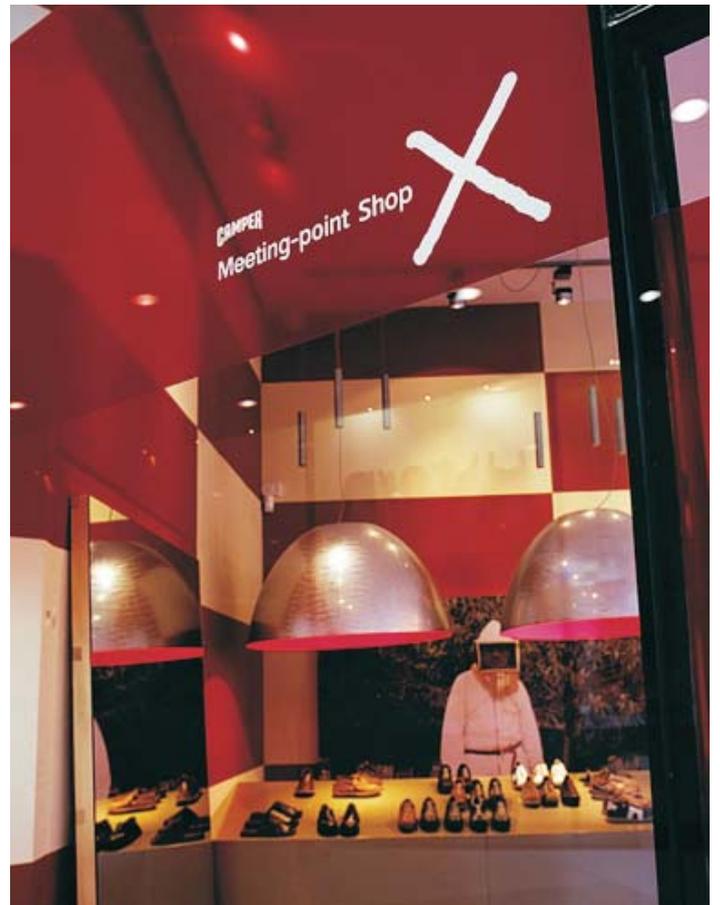
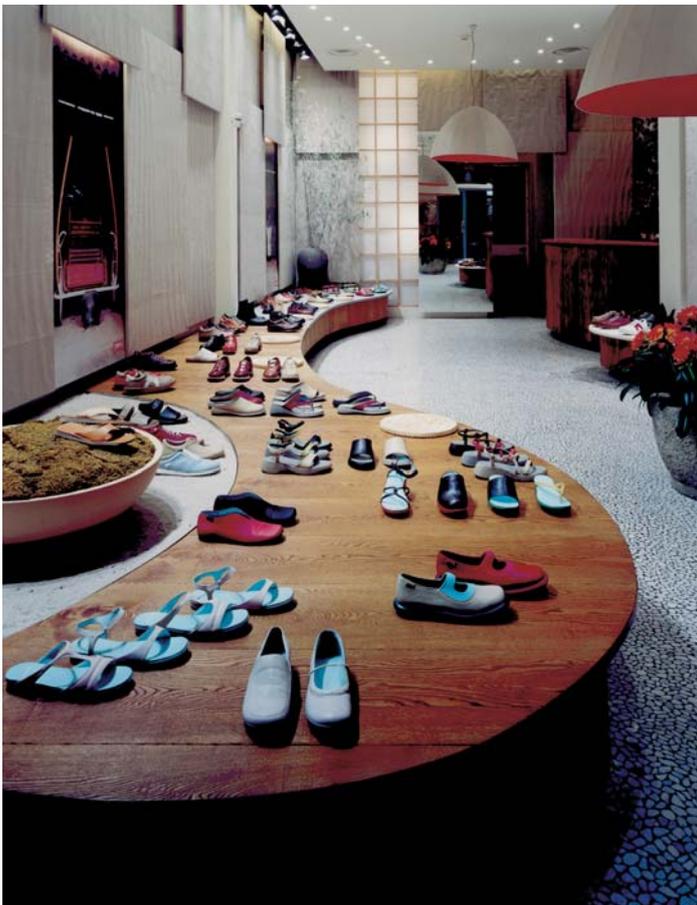


En 1981, la première boutique Camper ouvre ses portes à Barcelone. Depuis sept ans, la marque vend ses produits dans des boutiques multimarques et réalise que de telles chaussures ont besoin d'un nouvel endroit, dédié, permettant aux clients un dialogue direct avec la marque. C'est le début du développement des boutiques exclusives.

Le concept est basé sur un self-service. Un magasin de chaussures qui présente tous les styles et les pointures disponibles. La nouvelle boutique Camper est révolutionnaire avec également une vitrine conceptuelle pour une nouvelle expérience graphique : les boîtes, les posters et les sacs arborant des messages et une telle exposition des chaussures confirment que la marque peut établir un dialogue avec les clients – et ceux-ci l'ont compris. Les magasins deviennent une fenêtre pour Camper, par laquelle on peut regarder et être regardé. Le monde découvre les chaussures et la philosophie de la marque qui, de son côté, peut voir ce qui se passe de l'autre côté de la vitre, dans la ville !



L'expansion internationale démarre au début des années 1990. Les boutiques de nombreuses marques étaient les mêmes quel que soit le pays et, bien que très bien conçues, le résultat n'était pas très concluant. Chez Camper, les concepts d'identité et de diversité sont toujours liés. D'où la décision stratégique de veiller à l'unicité de chaque boutique.





Walk in Progress

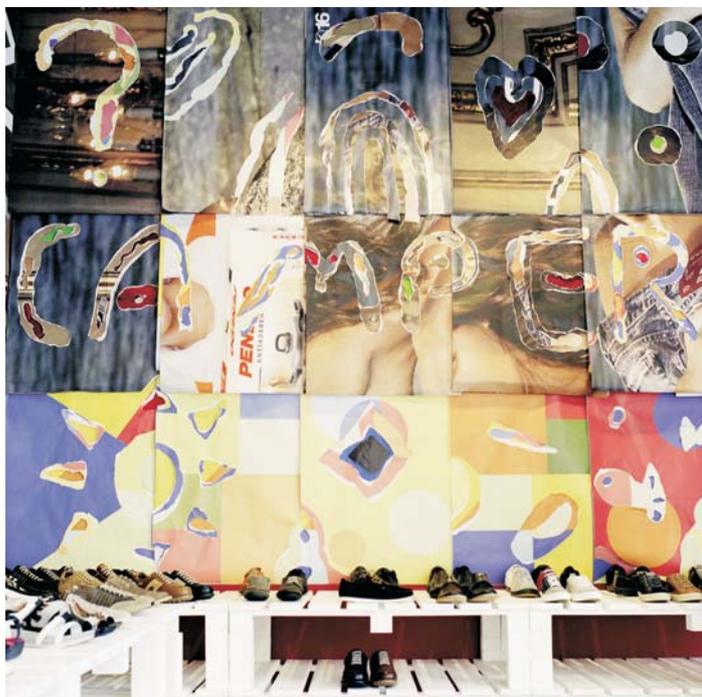
Le concept « Walk in Progress », né en 2000, est l'invention personnelle de Camper et du designer catalan Martí Guixé.

Camper souhaite poursuivre son expansion internationale mais rencontre un obstacle : une fois l'espace acquis, il faut l'ouvrir le plus tôt possible pour rentabiliser l'investissement ! Par nécessité et afin de respecter la philosophie de la marque, le concept de boutiques provisoires « Walk in Progress » est créé. L'idée est simple : il s'agit de créer un design interactif provisoire, composé de mobilier en matériel recyclé, afin de permettre l'ouverture de la boutique et la commercialisation des chaussures en attendant que le design et la décoration définitifs soient achevés. Avec cette idée en tête, l'exécution est simple, rapide et bon marché. La boutique est décorée avec une grande table centrale faite avec des boîtes à chaussures, où sont exposées les modèles. Les murs sont peints en blanc avec un titre « Imaginez un monde meilleur » invitant les clients à écrire et à dessiner leurs messages, leurs idées, leurs rêves, leurs impressions, etc., soulignant ainsi le caractère interactif du concept « Walk in Progress ». Dans chaque boutique, le concept est expliqué.

De nombreuses boutiques Camper « Walk in Progress » ont été inaugurées. La première à Milan, via Montenapoleone 6, en mars 2000. D'autres ont suivi dans le monde entier : Rome, Piazza di Spagna 72, Paris, 14-16 Rue Faubourg St. Honoré, Hong Kong, 2-4 Kingston Street, Berlin, Neue Schönhauser Str. 11 et San Francisco, 39 Grant Avenue, puis Londres, 209 Oxford Street. Le concept de boutique « Walk in Progress » est aussi pratique qu'amusant parce qu'il permet une interaction totale entre le client et la marque.



camper toðer



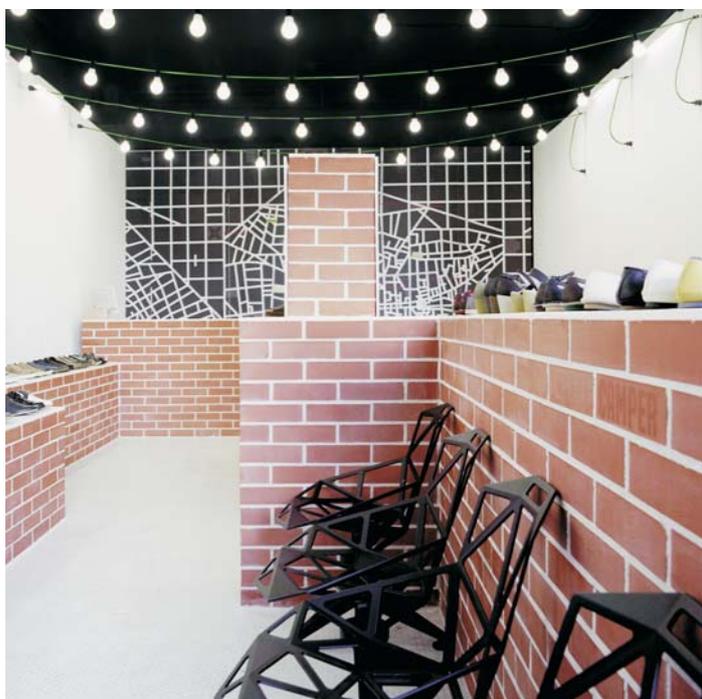
Boutiques Camper Together

Tout au long de son histoire, l'identité de Camper et tout particulièrement celle reflétée dans ses boutiques s'est enrichie grâce aux collaborations de différents designers, architectes et artistes. Carlos Rolando, Javier Mariscal, Neville Brody, Óscar Mariné, Peret ou le Memphis group, entre autres, et des personnages tels que Fernando Amat, Oleguer Armengol, Jordi Nogués, Shiro Miura ou Marti Guixé, ont contribué à créer des espaces toujours différents et spéciaux, et sont devenus un actif important de la marque en en transmettant ses vraies valeurs et son image réelle.

Ceci est encore plus vrai que jamais avec les nouveaux projets, en série limitée, tels que « together », développé en collaboration avec Jaime Hayon, Alfredo Häberli, les frères Campana, Maria Blaisse, Konstantin Grcic, Bernhard Wilhelm et les frères Bouroullec.

Camper continue d'innover et choisit de nouveaux langages qui transmettent l'essence d'une marque toujours fidèle à son état d'esprit original.

Together : ensemble, avec, +, &, répond à la réalité mondiale actuelle. Il s'agit de la capacité d'intégrer des savoirs et des cultures différents au sein d'un même projet et d'une organisation capable de garantir une distribution internationale.



RECAMPER®



Camper a décidé de développer une nouvelle voie pour compléter le cycle de vie des produits qui pour des raisons diverses ne peuvent pas être introduits dans les canaux de vente traditionnels – il s'agit de produits présentant de petites imperfections ou des stocks non écoulés lors des saisons précédentes, de prototypes, de collections pour la presse, etc. Ces produits étant parfaitement utilisables, Camper a cherché la « meilleure solution possible » et a choisi, parmi les possibilités envisageables, de les vendre à prix réduits dans ses boutiques Re-Camper (outlets).

