



UM MUNDO DE MARCAS

CARLOS COELHO

40% de identidade, 10% de ironia, 50% de imaginação e 100% de satisfação. Esta é, quem sabe, a fórmula secreta da marca Camper. Transcrevi-a das paredes da loja de Madrid, na Calle Serrano, a mesma rua onde a Lanidor escolheu, em boa hora, abrir uma loja de excelente vizinhança. As percentagens enumeradas, são apenas uma das 700 imagens que configuram uma enorme enciclopédia visual que decora a loja e se mistura com a informação dos artigos, num exercício de invulgar ousadia comercial, da autoria do designer espanhol Martí Guixé. A Camper é uma das minhas marcas preferidas e é a minha escolha para começar convosco esta fantástica viagem editorial da LA MAG.

Começo por me confessar um “marcómano”, ou seja, para além de especialista na matéria, sou profundamente apaixonado por marcas, remontando a minha paixão pela Camper à abertura da sua loja no coração de Paris, em plena St. Honoré. Desse episódio me recordo de uma loja em bruto, ausente do glamour parisiense, porém despida de quaisquer preconceitos e genialmente decorada pelas mãos dos seus clientes, que eram convidados a escrever nas paredes, com um marcador encarnado, aquilo que bem entendessem. Ao fundo da loja, por detrás do balcão improvisado, sobre caixas de sapatos e pendurado na já iconográfica rede que separa a loja do armazém, um cartaz dizia por outras palavras mais ou menos o seguinte: a renda desta loja é muito cara, pelo que não nos podemos dar ao luxo de estar fechados para obras. Pedimos a vossa compreensão, a decoração vem aí, mas os nossos fantásticos sapatos já cá estão.

Comecei por ficar incomodado com tamanha franqueza, mas rapidamente me fiz cliente comprando um dos pares desses sapatos que transbordam atitude, coragem, imaginação e um profundo descomplexo, apenas acessível a quem está muito seguro de si próprio. Desde então, tornei-me fã.

A Camper é uma grande marca porque, desde cedo, percebeu que o verdadeiro luxo reside na simplicidade, na autenticidade e na capacidade de assumir-se no competitivo mundo da moda, não apenas enquanto produtor de sapatos de grande qualidade, mas sobretudo enquanto percursor de uma nova e mais equilibrada maneira de caminhar: a vida, e o slogan, “Walk. Don’t run”. Para quem não se recorda, foi com os Jogos Olímpicos de 1992, em Barcelona, que Espanha conquistou um fôlego e uma expressão internacional como até então nunca tinha alcançado. Uma oportunidade que a Camper não deixou de aproveitar, iniciando então a expansão internacional da marca com a abertura de lojas nos principais centros da moda europeia: Inglaterra (Londres), França (Paris) e Itália (Milão), entre outros.

Curiosamente, foram os japoneses residentes e visitantes destas grandes cidades que mais rapidamente reconheceram o potencial deste novo conceito de calçado, pela sua simplicidade, originalidade e naturalidade, sendo com este suporte que, em 1996, se dá início à expansão da marca Camper no continente Asiático. Em 1999, inicia-se a distribuição nos EUA e, em 2002, chega à Austrália, com a abertura de uma loja em Sydney.

Dez anos depois da inauguração da primeira loja, a Camper é distribuída em cinco continentes, em mais de 3500 lojas multimarcas e em 52 lojas próprias localizadas em pontos nevrálgicos onde se ditam as tendências da moda.

RAPIDAMENTE ME FIZ CLIENTE COMPRANDO UM DOS PARES DESSES SAPATOS QUE TRANSBORDAM ATITUDE, CORAGEM, IMAGINAÇÃO E UM PROFUNDO DESCOMPLEXO, APENAS ACESSÍVEL A QUEM ESTÁ MUITO SEGURO DE SI PRÓPRIO. DESDE ENTÃO, TORNEI-ME FÃ.





TOMA-TE
Cor, feminilidade e conforto
numa combinação tão fresca
quanto uma salada perfeita



MARISOL
Romantismo confortável



MINIE
A reinterpretação de uma
nova feminilidade



PENELOPE
Conforto de saltos altos



CAMPING
Retro-Afro-Chique



LOJA CAMPER
Calle Serrano, 24 (esquina Jorge Juan)
Tel 0034 91 578 25 60

CASA CAMPER E FOOTBALL

Em 2005, a Camper decidiu estender a sua marca a novos desafios. A mesma autenticidade e originalidade aplicadas a necessidades tão básicas quanto comer ou dormir, levam à criação do primeiro restaurante e do primeiro hotel Camper. Na base destes dois novos projectos o ambiente surge como preocupação central. Enquanto o Hotel Casa Camper, em Barcelona, beneficia de múltiplos recursos energéticos alternativos e ecológicos, o novo restaurante FoodBALL, em Barcelona e Berlim, apresenta uma cozinha verdadeira, com base na origem natural e orgânica dos ingredientes e na reciclabilidade de todos os elementos decorativos e de embalagem.

SAPATOS COM ALMA DE GENTE

A Camper é hoje uma marca de referência mundial e um símbolo de grande empreendedorismo de Espanha. Do simples prazer de caminhar, à descoberta da origem dos sabores, a um hotel onde é suposto sentirmo-nos em casa, a Camper representa, na sua essência, a celebração dos prazeres básicos da vida. Estamos perante uma marca onde a tradição do fabrico se mistura com uma visão estética muito depurada, na procura de uma plasticidade orgânica e de uma modernidade muito próprias, cuja síntese surge tão bem descrita numa das suas peças da última colecção: "Cor, feminilidade e conforto genialmente combinados, como numa salada perfeita." São os ingredientes de sucesso de uma marca que começou por fabricar apenas sapatos, mas cuja alma, mesmo quando por questões técnicas tinha que ser de ferro, foi sempre genuína, verdadeira e, acima de tudo, profundamente humana.

