



kipling

ATELIÊ DE ESTÉTICA
prof. SIMONE VILLA

ISABELLA GOMES

YASMIN ROTONDO

HISTÓRIA

A Kipling foi fundada em 1987 na cidade belga de Antuérpia por Xavier Kegels e Paul Van de Velde, um engenheiro marítimo que tinha como idéia original criar uma linha de mochilas de nylon de ótima qualidade, confortáveis e funcionais, com um estilo único, e toques de diversão e aventura. Depois de conseguir US\$ 300 mil com investidores, ele começou a fabricar as mochilas escolares para crianças e vendê-las para lojas da cidade. O nome KIPLING surgiu quando os designers estavam procurando uma palavra que não significasse nada em língua nenhuma e fosse fácil de pronunciar no mundo inteiro. O nome escolhido para a marca foi o sobrenome do escritor britânico Joseph Rudyard Kipling, autor de “O Livro da Selva” (The Jungle Book), que se tornou internacionalmente um clássico para crianças também conhecido pelo seu personagem principal: o pequeno Mogli. Foi também deste livro que surgiu a idéia do famoso macaco (chamado de Kipling Monkey), que virou a grande referência da marca entre os consumidores.



kipling

A MARCA NO MUNDO

HOJE EM DIA, A KIPLING COMERCIALIZA SEUS PRODUTOS EM MAIS DE 65 PAÍSES AO REDOR DO MUNDO, ENCONTRADOS EM MAIS DE 4.200 PONTOS DE VENDA, 500 CORNES DENTRO DE LOJAS DE DEPARTAMENTO E 230 LOJAS PRÓPRIAS EM CIDADES COMO PARIS, LONDRES, TÓQUIO, HONG KONG E SÃO PAULO. SOMENTE A COLEÇÃO BÁSICA DA MARCA CONTA COM SETENTA MODELOS DE BOLSAS. TODA A PRODUÇÃO DA EMPRESA, APROXIMADAMENTE 6 MILHÕES DE PEÇAS POR ANO, É FEITA EM FÁBRICAS LOCALIZADAS NA CHINA. O TRABALHO DE CRIAÇÃO DOS MODELOS É REALIZADO NA SEDE DA EMPRESA, NA CIDADE DE ANTUÉRPPIA. A CADA MINUTO SÃO VENDIDAS 28 BOLSAS DA MARCA NO MUNDO.

kipling 

LONDRES



kipling 

BÉLGICA



ANTWERP, BRUSSELS OR BRUGGE

kipling 

Filipinas



kipling 

A MARCA NO BRASIL

A MARCA DESEMBARCOU oficialmente NO BRASIL EM 1997 trazendo junto com seus produtos o macaquinho, símbolo da marca, que conquistou crianças, adolescentes e adultos em todo o mundo. A unidade brasileira ocupa uma posição de prestígio para a empresa. Em termos de faturamento, está posicionada como uma das três maiores do mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e da Itália. Desde 2004, a KIPLING pertence ao grupo americano VF Corporation, que na época pagou US\$ 180 milhões pela marca de bolsas e acessórios. Após a venda, a marca vem apostando fortemente no desenvolvimento de produtos e design modernos, com suas campanhas publicitárias tendo um apelo de moda e não mais focadas em crianças e animais como acontecia antes. Um dos modelos de maior sucesso da marca é o Fundamental, mochila com alças reguláveis, dois zíperes em diagonal na frente e um lateral, além do chaveiro de macaquinho. Este artigo tem mais de dez anos e é um dos mais vendidos em todo o mundo. Outro modelo que faz bastante sucesso é a Backtroll, uma mala com rodinhas para viagem. Em 2006 a marca começou a anunciar nas mais badaladas revistas de moda na Europa.

kipling 

APESAR DO SUCESSO DA MARCA, EM 2007, A KIPLING decidiu que era hora de mudar. “QUEREMOS TORNÁ-LA MAIS FASHION”, disse o inglês RICHARD MACEY, presidente mundial da empresa, “A PARTIR DE AGORA A KIPLING SERÁ UMA GRIFE MAIS CONTEMPORÂNEA”, completou ele. As bolsas de náilon coloridas continuaram a existir, mas uma nova linha foi adicionada ao portfólio de produtos. A marca começou a produzir itens a partir de materiais como couro e jeans e decidiu usar estampas mais ousadas. Os macacos, símbolos indefectíveis da grife, ganharam versões feitas de plástico e metal. As lojas foram reformuladas e passaram a ter um visual mais limpo e moderno. PARA REFORÇAR A NOVA IMAGEM, A MARCA participou pela primeira vez da São Paulo Fashion Week, evento de moda mais badalado do Brasil. No desfile da estilista Glória Coelho, modelos carregaram uma versão revisitada das bolsas KIPLING, feita de couro. No lugar do macaco de pelúcia, a marca exibiu um pequeno gorila de metal. A MARCA RECENTEMENTE investiu também em desfiles na Bélgica e na França. A prioridade agora é ampliar a oferta de produtos. POR ESSE MOTIVO, A CADA ESTAÇÃO, 250 NOVOS ITENS SÃO LANÇADOS NO MERCADO.



kipling

RECIFE



kipling 

SÃO PAULO



kipling 

RIO GRANDE do Sul



kipling 

VITRINES



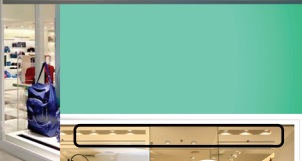
○ MENSAGENS SOBRE AS COLEÇÕES DE FORMA INTERATIVA.

○ LETRA CAIXA NA APRESENTAÇÃO DA LOJA.

○ CAIXOTES PARA APRESENTAÇÃO DOS PRODUTOS.



VITRINES



SEPARAÇÃO POR
TENS E SUBTENS



LETRA CAIXA NA APRESENTAÇÃO
DA LOJA




ILUMINAÇÃO FRIA COM SPOTS
EMBTIDOS



INTERIORES



 Separação por cores e por produtos

 Uso de prateleiras para apresentação dos produtos



Os móveis usados nas lojas normalmente são em cores claras e neutras para criar um destaque com os produtos que costumam ser sempre muito coloridos.

INTERIORES



Uso de Capitone na decoração da loja, principalmente no painel do caixa para exposição de produtos.






Separação dos produtos por tons e subtons.



Produtos

Os produtos são divididos em modelos inseridos em diferenciadas coleções, que geralmente são apresentadas por temas.

PRODUTO	Modelos	COLEÇÕES
 MALAS	<ul style="list-style-type: none">-DESESTRUTURADAS-MALA DE BORDO-MALA MÉDIA-MALA GRANDE	<ul style="list-style-type: none">-TWO TONE-POP STRIPE-LEATHER-BASIC-MONKEY MADNESS-TRAVEL
 Mochilas	<ul style="list-style-type: none">-PARA PASSEIO-ESCOLAR-COM CARRINHO-SOCIAL	<ul style="list-style-type: none">-Mini-TWO TONE-BASIC-POP STRIPE-So Salsa-MONKEY MADNESS
 Bolsas	<ul style="list-style-type: none">-de ombro-TRANSVERSAL-de mão-PARA TRABALHO-MATERNIDADE	<ul style="list-style-type: none">-Baby-Working Life-Mini-TWO TONE-BASIC-POP STRIPE-So Salsa-Pop Stripe-So Salsa-Pop Stripe-So Salsa-Monkey Madness-So Salsa-Monkey Madness-Modelos:-PARA PASSEIO-ESCOLAR-COM CARRINHO-social

Produtos

Os produtos são divididos em modelos inseridos em diferenciadas coleções, que geralmente são apresentadas por temas.

Produto	Modelos	Coleções
 Calçados	<ul style="list-style-type: none">-Sapatilha-Chinelo-Mocassin-Tênis-Espadrille (Alpargata)	
 Acessórios	<ul style="list-style-type: none">-Carteira-Case-Escolar-Nécessaire-Pochete	<ul style="list-style-type: none">-Two Tone-Basic-Partylicious-Mixte-Monkey Madness-Travel
 Estojo		<ul style="list-style-type: none">-Two Tone-Pop Stripe-Basic

O MASCOTE

PORQUE PENDURAR UM MACACO EM SUAS BOLSAS?
PORQUE QUANDO VOCÊ PENSA NA MARCA KIPLING,
PENSA NO MACACO. AFINAL DE CONTAS O MACACO É UM
SÍMBOLO DE DIVERSÃO, IRREVERÊNCIA E AVENTURA, PRINCIPAIS
CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS KIPLING EM SEU LANÇAMENTO
NO MERCADO. NO INÍCIO, O MACACO DA KIPLING EXISTIA APENAS
EM SEU LOGOTIPO. MAIS TARDE, PORÉM, ELE SE TORNOU UM
PERSONAGEM, E PASSOU A SER UM ACESSÓRIO DOS PRODUTOS DA
MARCA, O QUE CONTRIBUIU PARA AUMENTAR SEU CARISMA ENTRE
SEU PÚBLICO EM TODO O MUNDO. TODOS OS MODELOS DE MACACOS
LANÇADOS PELA EMPRESA, MAIS DE 430 MODELOS DIFERENTES, SÃO
BATIZADOS COM NOMES DE SEUS FUNCIONÁRIOS.



kipling 

DADOS CORPORATIVOS

- ORIGEM: Bélgica
- FUNDAÇÃO: 1987
- FUNDADOR: PAUL VAN DE VELDE E XAVIER KEGELS
- SEDE MUNDIAL: BORNEM, BÉLGICA
- PROPRIETÁRIO DA MARCA: VF CORPORATION
- CHAIRMAN & CEO: ERIC WISEMAN (VF CORPORATION)
- PRESIDENTE: RICHARD MACEY
- DIRETORA DE CRIAÇÃO: ISABELLE CHÉRON
- FATURAMENTO: US\$ 450 MILHÕES (ESTIMADO)
- LUCRO: NÃO DIVULGADO
- LOJAS: 230
- PRESENÇA GLOBAL: + 65 PAÍSES
- PRESENÇA NO BRASIL: SIM (35 LOJAS)
- MAIORES MERCADOS: ESTADOS UNIDOS, ITÁLIA E BRASIL
- SEGMENTO: ACESSÓRIOS
- PRINCIPAIS PRODUTOS: BOLSAS, MOCHILAS, MALAS E CARTEIRAS
- ÍCONES: O MACACO DE SUAS BOLSAS
- WEBSITE: www.kipling.com

Público alvo: agrada principalmente o público mais jovem, com design arrojado, funcionalidade e durabilidade. A marca tem muito apelo entre as crianças, adolescentes em idade escolar e jovens mulheres.

kipling 

REFERÊNCIAS bibliográficas

<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/09/kipling-marca-do-macaco.html>

<http://www.kipling.com/fr-fr/partner-with-kipling/>

<http://www.mameeandmefashion.com/>

ISABELLA GOMES E YASMIN ROTONDO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
ATELIÊ DE ESTÉTICA
Prof. SIMONE VILLA

