

Mode sport-urbaine : la génération branchée s'habille en Capland !

Les Français, surtout les plus jeunes, sont toujours en recherche de signes vestimentaires distinctifs, un logo bien visible, une manière de porter son jean, une casquette qui sort de l'ordinaire... Et si par chance ce vêtement pouvait en plus être « IN », connecté ou en lien direct avec leur passions ! C'est partie de ce constat que la société Capland a décidé de se lancer dans la création et la commercialisation de vêtements sportifs connectés.



SOYONS UNIS, TOUT EST POSSIBLE

Capland connecte la génération Z à ses accessoires sportswear

Les jeunes ont particulièrement besoin de montrer qui ils sont à travers leurs vêtements ; les activités qu'ils aiment, les personnalités qu'ils apprécient, les causes qu'ils soutiennent. Le sport, qui en fait partie, influence de nombreux styles très différents : footballeur, basketteur, skateur, surfeur... Aussi, ces jeunes que l'on appelle « la Génération Z », hyperconnectée et immergée dans l'information immédiate, sont en recherche de produits innovants. Capland a misé sur ces deux facteurs pour concevoir sa première ligne de casquettes aux couleurs des clubs français de football américain.



Des vêtements connectés pour suivre l'actualité de son club sportif préféré

L'atout de la marque est de proposer des vêtements et des accessoires résolument modernes : les personnes qui les portent peuvent créer et entretenir un lien fort avec leur club sportif de prédilection. Comment ? En étant connectés à celui-ci. Grâce au QR code, aussi appelé « flashcode », imprimé sur l'étiquette du vêtement, l'utilisateur peut facilement accéder aux données et aux actualités de son équipe favorite grâce à son smartphone : scores passés, classements, matchs et rencontres à venir, événements, déplacements... Un système qui rassemble, qui fédère joueurs et supporters et qui peut aussi en convaincre et en attirer de nouveaux. Les prototypes de ces accessoires de mode ont été élaborés à USINE IO, située en plein cœur de Paris.



Casquettes snapback : connectées et résolument branchées

Capland a acquis les droits de la Fédération Française de Football Américain ainsi que ceux de 21 clubs de football américain pour lancer la première collection de casquettes connectées à l'effigie des équipes. Les snapback les plus célèbres sont celles de LA, de NY ou encore des Chicago Bulls. Au tour des équipes françaises de pouvoir afficher sur toutes les têtes la puissance de leurs équipes. Chaque casquette porte le logo de son équipe, brodé et en relief, ainsi qu'une pastille réalisée par le graffeur Bebar, artiste de la scène street art, mentionnant la devise de Capland : « Soyons unis, tout est possible ». Capland apporte un soin tout particulier à la qualité des matériaux utilisés et à la durabilité et la solidité de l'ensemble de ses produits.

Enrick Boisdur précise :

« Nous fourmillons d'idées et de projets : nous travaillons déjà sur une nouvelle génération de fermoir de casquette, nous allons créer des uniformes de match personnalisés pour les clubs de football américain ainsi que des maillots replica pour les supporters. Tous ces articles, pour hommes et femmes, seront vendus en magasin. »



Chez Capland, les rêves se concrétisent avec l'expérience

Capland est le projet d'Enrick Boisdur, un homme de 46 ans qui ne doit ce qu'il a acquis qu'à sa force et sa détermination. Après quinze années au service d'un groupe français d'électronique, il séjourne pendant plus d'un an à Palo Alto, en Californie afin de mettre au point un hologramme numérique. Il intègre ensuite les rangs d'un acteur mondial de l'informatique pendant un an et demi puis crée le réseau Cokcinel, www.cokcinel.com, qui rassemble des développeurs informatiques indépendants. Avec l'expertise acquise, Enrick Boisdur lance Capland en février 2014.

C'est une opportunité qu'il a su saisir lorsqu'un de ses collaborateurs lui demande de contacter la Fédération Française de Football Américain en vue d'une application mobile. Mais la FFFA a besoin de publicité,



de merchandising et pas d'application. Il leur expose alors son idée de licensing sportif, le pari est lancé. Après six mois de discussions avec l'ensemble des clubs de D1 et D2, un accord de principe est obtenu et les premiers prototypes de casquettes ont pu voir le jour.

Un rêve qu'il avait déjà fait aux Etats-Unis dans les années 90 :

« En pénétrant un jour dans une immense boutique américaine entièrement consacrée aux casquettes sportives, appelées là-bas « Snapback », je me suis demandé pourquoi nous n'avions pas cette même mode en France. Nous avons les mêmes casquettes mais à l'effigie de leurs équipes. Pourquoi ne pas offrir aux Français la chance de porter les casquettes de leurs équipes locales ? »

L'hologramme numérique développé à Palo Alto sera bientôt la suite logique du QR Code actuellement présent sur les vêtements connectés : un autre de rêve qui se concrétise avec l'expérience.

Un marché qui n'en finit pas de grandir

Après le football américain, Capland est en train d'explorer un nouvel univers sportif : le baseball. Trois clubs de l'élite française - les Boucaniers de la Rochelle, les Huskies de Rouen et les Lions de Savigny sur Orge - ont d'ores et déjà signé avec Capland. Enrick Boisdur apparaît comme un outsider dans cet univers où ses concurrents directs ne sont autres que des marques mondialement reconnues telles que Nike, Adidas ou encore Under Armor. Mais l'innovation, l'inventivité, l'audace et bien sûr, la French Touch, peuvent faire toute la différence.

Pour en savoir plus

www.capland.fr
www.facebook.com/CaplandOfficiel
twitter.com/CaplandOfficiel

Contact Presse

Enrick Boisdur
mail : enrick.boisdur@capland.fr
tel : 01 84 17 27 75 / 06 14 18 44 41

