

Nieuw in België vanaf 1 juli: de pop-up die veel meer is dan dat

TheList verlegt met nieuwe conceptstore de regels in pop-upland

Knokke, 29/06/2018 – Het belooft een boeiende zomer te worden aan de Belgische kust. Op de Zeedijk in Knokke-Zoute verlegt TheList dit jaar met een immense, nieuwe conceptstore nogmaals de regels in pop-upland. Daarvoor staat een sterrencast van Belgische innovators, foodies en internationale designtoppers garant. TheList brengt voor de veeleisende consument de beste ingrediënten samen en schotelt hen een ongekend retailrecept voor. Tel daarbij een unieke toplocatie pal in het mondaine hart van Knokke en TheList wordt niet alleen de grootste pop-up van Knokke (450 m² aan inspiratie!), maar misschien ook wel de spannendste.

"Pop-ups zijn eigenlijk een beetje saai geworden. Net als de conceptstore is het fenomeen pop-up ondertussen een gekend format geworden, soms met bijbehorende clichés. Niet elke uitverkoop waar een fiets en een cactus tegen de muur hangen, zijn een pop-up. En dat terwijl het idee van een gedeelde, tijdelijke ruimte op toplocaties een creatief antwoord kan bieden op heel wat uitdagingen waar de retailsector mee wordt geconfronteerd", aldus initiatiefnemer Emm Verheyden.

Voor de veeleisende consument

Het grotere plaatje achter dit project? Meer dan ooit de rol van TheList benadrukken als platform voor sexy en slimme merken en retailers. Deze conceptstore legt een verbinding tussen een hypergeïnformeerde, veeleisende consument enerzijds, en merken en concepten die experimenteren met nieuwe businessmodellen en distributie anderzijds.

Een greep uit het aanbod:

- Het Belgische **Furnified** toont in TheList een collectie designmeubelen en accessoires tegen zeer scherpe prijzen. Het merk is enkel online te koop én via een eigen showroom en de betere pop-ups.
- De Belgische start-up **Cowboy** lanceert een e-Bike die een strakke prijs, knap design, *experience app* en een nieuwe kijk op stadsmobiliteit combineert. In TheList staat hij klaar voor een testrit.
- In het Vier-programma De Leeuwenkuil pitchten jonge ondernemers op zoek naar kapitaal en een netwerk hun concept aan kritische investeerders. In TheList krijgt een aantal van de winnaars een plek om hun collectie te tonen. Zo presenteert **Lies Mertens** haar klassevolle, minimalistische tassen, en **Likami** van Marianne Priem toont dat huidverzorging ook biologisch en natuurlijk kan zijn.
- De Hasseltse Pascale Wagelmans is oprichtster en bezielster van **OUI**: een conceptstore in hartje Hasselt, en het bewijs dat een combinatie van een sterk doorgedreven research, persoonlijke keuzes en smaak ver weg van de platgetreden paden weleens de toekomst van de *local design store* kan zijn.
- Meer Limburgse branie komt van **Blueberry Fields** die een volledig productassortiment ontwikkelden op basis van blauwbessen. *Homemade superfoods* én hun award-winning **KUU** tube liggen hapklaar in TheList.

- Ook een Belgische, lokale topper die de focus legt op kwaliteit, erfgoed én vernieuwing is **Camp's**. Deze producent legt groenten in, maakt mosterd en pickles. Al meer dan honderd jaar.
- Jonger, maar niet minder gedreven door kwaliteit is Syrco Bakker, chef van Pure C. Hij presenteert in TheList zijn **Hierbas de las Dunas**, een destillaat van achttien soorten kruiden, bloemen en planten uit de duinen bij Cadzand. Van zeekraal tot rucola, van de takken en bessen van de duindoorn tot rozen van de rozenbottelstruiken en van zeevenkel tot tijm. Zeeland in een flesje, zeg maar.

TheList goes local? Inderdaad, maar kruidt het aanbod wel af met een selectie internationale spelers.

Pinch, het Britse designmerk gerund door Russell Pinch and Oona Bannon, heeft een eigen winkel in Clapham (Londen), maar toont nu in Knokke enkele hoogtepunten uit hun collectie. De Belgische juweelontwerpster Charlotte Valkeniers werkt eveneens vanuit Londen voor een internationaal publiek, maar toonde tot op heden haar werk nog niet in België. Hoog tijd voor een pop-in-shop bij TheList, dus.

Samengevat? Het wordt een spannende zomer in Knokke...

Over TheList

TheList viert dit jaar z'n vijfde verjaardag. Het pop-up concept dat in heel België spannende concept-stores organiseert verlegt de grenzen van het genre.

"We hebben vanaf het begin gefocust op de combinatie van goede content op toplocaties," weet oprichter Emm Verheyden. *"De juiste merken en concepten op het juiste moment aan een brede doelgroep presenteren op locaties met veel traffic."* TheList experimenteert met nieuwe business modellen, nieuwe samenwerkingsvormen, verbindingen tussen B2B, B2C, tussen online en offline, marketing en retail. *"Uit die kruisbestuiving ontstaan de modellen voor de toekomst van retail,"* aldus Verheyden. *"Hoe die eruit zullen zien weet niemand met zekerheid, maar wel zeker is dat samenwerkingen tussen gerelateerde merken en shared spaces daar deel van zullen uitmaken."*

In 2017 ontdekten bezoekers van TheList in Knokke tot hun verbazing dat je er zowel een paar Nike sneakers, limited-edition boeken van Taschen, als een werk van Gilbert & George kon aanschaffen.

De Antwerpse editie van TheList serveerde even later vrolijk Croque Monsieurs van Kobe Desramault, gehaktballen van Wim Ballieu en grafisch werk van Luc Tuymans. Maar net zo goed kocht je er de meubelen voor je design loft, al je eindejaarscadeaus, exclusieve boeken, of trendy wintermode.

"In Waasland Shopping Center ontwikkelden we een 800m² concept-store waar je zowel een Mini, leuke design geschenken, kinderboeken, en trendy drankjes kon shoppen. Niet meteen een plek waar je een trendy conceptstore verwacht, maar net daarom was het er aanschuiven aan de kassa."

Beleving is key. De bezoeker wordt verrast door opmerkelijke combinaties en concepten, de deelnemende merken tonen zichzelf in een unieke context.

Er zijn nu eenmaal weinig shops waar je zowel een Tesla als een designer bril kan shoppen. Of waar je tegelijk Chinese antiek, accessoires en een pak op maat vindt. *"En tijdens de Nacht van Zoute kon je daar door een travelling barbier ook nog 's je baard laten trimmen,"* lacht Verheyden. *"We hebben geleerd dat het net die creatieve aanpak en sterke selectie is die het concept succesvol maakt. Combinaties van sterke merken, startups én concepten die de bezoeker verrassen. Dat kan door het presenteren van nieuwe producten of concepten, maar net zo goed door een nieuwe context of invulling te bieden voor een klassiek merk. Het einddoel is een plek ontwerpen waar verwondering en ontdekking centraal staan. Een museum store without the museum."*

TheList

Zeedijk - Zoute 738

8300 Knokke-Heist

In juli en augustus elke dag open van 11u tot 18u.

In september elk weekend en maandag.

www.thelistmag.com

www.facebook.com/thelistmag.online/

https://www.instagram.com/the_list_mag/

#the_list_mag

Voor interviewaanvragen, beeldmateriaal of meer info, neem contact op met:

Wavemakers PR & Communications

Elke De Mayer

elke@wavemakers.eu

0485 75 28 66