



## **“EL MÉS IMPORTANT ÉS CREURE EN EL PRODUCTE QUE FAS”**

### **JOAN ROJAS, CREADOR DEL TUBULAR *BUFF***

JORDI CUADRAS I OLIVA

En la immensitat del polígon industrial d'Igualada busco la fàbrica de Buff, més ben dit, la de l'empresa Caviro. De seguida la veig: disseny modern amb una gran planxa de ferro oxidat que ocupa tota la façana acompanyada d'un gran logotip de la marca. M'obren, saludo el jardiner que rega les plantes del celobert i, una vegada entro a l'edifici, em fan esperar en una sala des de la qual pugem unes escales. Tot és vidre, ferro i parets grogues, blanques i negres, seguint els colors del logotip. Un home amb unes ulleres vermelles penjant del coll, sabates del mateix color, pantalons beix, camisa verda i jersei de color gris i taronja em ve a rebre. Ell és l'inventor d'aquesta peça que tots hem portat en un moment o altre al coll. Acumula anys d'experiència en el món dels complements de la roba esportiva: abans de crear el tubular estava especialitzat en la fabricació de colls i punys per a les equipacions d'equips com el Barça o el Reial Madrid. Mentre pugem les escales m'explica que l'aventura del *Buff* comença l'any 1991 i que la primera venda la fa l'any olímpic: el 1992.

**—Em pensava que em rebria amb un Buff al coll.**

—Durant l'hivern sempre en porto un però ara, segons la temperatura, me'l poso per exemple al canell, que pot servir per a treure't la suor del front quan estàs treballant. Però bé, estic acostumat a dur-ne; si no el promociono jo, qui el promocionarà?

**—Per tant, una mostra que el Buff serveix per a tot. Quina definició en donaria per a algú que no el conegués?**

—Primer de tot, cal deixar clar que Buff és una marca. És la marca d'un tubular. Ara molta gent lliga el nom amb el producte, però Buff només és una marca. Per a algú que no conegui el que fem li diria que és una peça de roba tubular multiús: per al coll, per al cap, per anar d'excursió, per anar pel carrer..., és una peça molt pràctica i agradable de portar.

**—I per què el nom de Buff?**

—Vaig buscar un nom atractiu i se'm va ocórrer Buff. Va néixer d'una barreja entre bufanda, borrasca... Primer el vaig escriure amb dues us i una efa i després al revés, que és tal com ha quedat.

**—Vostè va pel carrer i veu algú que porta un Buff. Què és el primer que pensa?**

—Em sento orgullós que porti una peça creada per mi.

**—Acabem de sortir de l'hivern, temporada de l'any en la qual fa més fred: és quan es venen més Buff o bé el producte no té calendari?**

—I tant, sobretot aquí a Espanya aquest és un producte d'hivern. En canvi, a països més freds, el Buff és per a qualsevol època de l'any i a l'hivern utilitzen una varietat del producte que es diu polar-Buff.

**—Hem parlat de la marca, del producte... Com se li acudeix crear aquesta peça per al coll?**

—La idea va néixer a partir de la “braga” militar. Durant la mili et donaven un trosset de

teixit d'aproximadament vint centímetres d'una llana de color caqui que picava moltíssim. Jo la feia servir per anar amb moto i un dia vaig dir: això ho has de canviar. Aleshores va ser quan vaig començar a provar fils, a provar màquines, teixits i matèries fins que vaig tenir el producte.

—**Com era el primer Buff?**

—Tal i com el coneixem ara, exactament igual. No ha canviat ni de mides ni de matèria. El que recordo de la primera col·lecció és que era molt petita i amb pocs models.

—**Què en deia la gent del producte, com el rebia?**

—Jo hi creia i la gent del meu entorn també. Primer de tot el vaig fer provar als amics i a la família. Hi havia gent a qui li agradava i gent a qui no, però en general es va rebre bé, em van dir que era una peça pràctica i vaig notar que la gent el feia servir. El més important és creure en el producte que fas.

—**La principal característica d'un tubular és que és un producte sense vores. Quin és el secret?**

—Això ho vam fer perquè no molestés, perquè les costures sempre molesten i es noten. A més, el coll és una zona molt fina i una costura et podria fer nosa. Per fer-ho tenim unes màquines tubulars dissenyades expressament per a fabricar el producte.

—**I suposo que a partir d'aquí, quan ja el té inventat, treballar sense parar per donar-lo a conèixer. Va ser molt difícil introduir-lo al mercat?**

—És difícil, sí, perquè havíem de donar a conèixer una peça que fins aleshores no existia ni es comercialitzava. De mica en mica i amb molt esforç, primer donant-lo a conèixer aquí a Espanya i després a l'exterior començant per França, vas trobant distribuïdors, comences a vendre i entres en una cadena de molta promoció del producte i de viatjar molt. A part, també l'anava a promocionar en botigues.

—**I si li pregunto per la competència?**

—La marca Buff és l'original i després, és clar, ha sortit molta competència, sí. Quan una

peça té èxit o un negoci té èxit, la gent s'hi fixa i vol fer el mateix. Em copien el producte, la presentació d'aquest a les botigues, els dibuixets de les explicacions... Ja faig accions legals, però és difícil aturar-ho.

—**Com resumiria aquests gairebé quinze anys de Buff, què és el que ha passat tant en el producte com en l'empresa?**

—Jo vaig començar venent únicament aquí a Espanya i ara estic venent a més de quaranta països. Això ha estat gràcies a l'equip humà que tinc aquí a l'empresa, jo sol no ho hagués pogut fer. Estic rodejat de persones molt vàlides que entre tots hem posat el Buff on és ara.

—**I què en diuen a l'estranger?**

—Primer de tot has de buscar un distribuïdor que cregui en el producte. Si a ell li encaixa, el sap explicar bé i el sap vendre, només és qüestió de buscar els clients que també el coneguin i el sàpiguen explicar, i de mica en mica la cosa va corrent.

—**El país més lluny de casa nostra on podem trobar el Buff.**

—Se m'acudeixen per exemple la Patagònia, Xile, la Terra del Foc a Argentina o Austràlia.

—**I a partir del Buff estàndard, des de l'empresa Caviro heu continuat innovant i creant nous dissenys.**

—Sempre ho hem fet sobre complements del Buff. Com he dit, hem creat també el polar Buff, que és el Buff d'hivern, el que més abruga. També tenim el Buff amb visera, el visor Buff, molt còmode perquè és una gorra que te la pots posar com a cinta, com a sahariana... i mil formes més que serveixen molt per a l'estiu. Tot el que és col·lecció d'estiu ho fem amb una matèria que és molt fresca i a més protegeix un 95% dels raigs UVA sense deixar-los passar.

De tots els Buff, a part de l'adult, també n'hi ha una talla *baby* per a nens de 6 mesos a 4 anys i la júnior de 5 anys fins que es fan grans. I actualment volem crear noves variants i estem investigant amb peces més tècniques com *gorotex*, *winner stopper* i productes que no deixin passar el vent.

—**A més, tot això ho feu en diferents línies de producció.**

—Sí, hi ha la col·lecció pròpia, una de llicències amb dibuixos per exemple de la Warner, de Disney, i la d'encàrrecs amb Buff especials per a empreses, escoles... on hi estampem el logotip o el dibuix que ens demanen.

—**Una de les característiques del Buff també és la seva original presentació. Per exemple, en les botigues els podem veure posats en caps de cartró.**

—Jo tenia el Buff a la mà i vaig pensar que, si els posava en una caixa, la gent no sabia què era. I un dia mirava una revista on vaig veure la fotografia d'un paio, vaig tallar el cap i li vaig posar el Buff. D'aquesta manera es va crear la cara i la presentació amb la qual tothom veu per què serveix el producte, ja que és una presentació molt explícita.

—**I darrere la cara de cartró hi ha tot d'explicacions en forma de dibuixos de com utilitzar un Buff. Suposo que sorgeixen a partir d'anar-lo fent servir.**

—Sí, en principi era per al coll i aleshores, tot jugant-hi, van començar a sortir totes les posicions que hi ha ara. Algunes van sortir d'aquí a l'empresa i altres ens les van dir els mateixos clients: mira, es pot fer això amb el Buff! Per exemple, una nen portuguès em va donar la idea de fer el pirata.

—**A part de la presentació, tots els dibuixos de la col·lecció pròpia també tenen un disseny molt especial. Quina filosofia seguiu a l'hora de posar-vos a dibuixar un Buff?**

—Primer de tot que ens agradi, que vegem que sigui un dibuix atractiu, que combini amb qualsevol tipus de roba posant-hi colors agraiïts que combinin amb tot. Això sobretot ens hi trobem quan el Buff l'ha de fer servir una noia, perquè vol que si el vestit és vermell, al tubular també hi hagi una mica de vermell. Sempre intentem que siguin colors combinables. A part, hi poden haver dibuixos més simples i clàssics per a gent gran i dibuixos amb colors molt vius per a gent jove. De totes maneres tenim una línia de

dibuixos molt àmplia perquè cada client s'adapti el Buff al seu gust.

—**I un producte, un Buff que sobretot l'heu promocionat en esdeveniments d'esports d'aventura...**

—Al principi el vam començar a promocionar als raids d'aventura perquè era una pràctica multiesport on hi havia des de la bicicleta fins a l'escalada; hi era tot. És un esport en el qual es fan tots els esports de l'aire lliure i per això vaig començar per aquí, perquè era on es podia demostrar per què servia el Buff.

—**Seguint en l'àmbit esportiu, heu anat més lluny i heu creat diferents equips esportius.**

—Hem tingut equip de BTT, equips d'aventura que han participat per tot el món... Sempre hem volgut recolzar esports que comencen i que són simpàtics. Per entrar en el mercat d'esports com ara el futbol o altres de semblants, el presupost no hi arriba. També he volgut ajudar gent que fa esport i que comença a despuntar, com per exemple l'Albert Balcells fa uns anys o el Roger Roca que actualment patrocino. És d'aquí a Igualada, és bo i l'haig d'ajudar. Ell em promociona el producte i jo l'ajudo.

—**Parlem de l'actual situació tèxtil a la nostra ciutat i comarca, perquè està complicada, tot i que ara potser s'ha estancat. ¿Quina visió en té, com a persona vinculada al mercat del gènere de punt?**

—Bé, al gènere de punt ho tenen complicat per aconseguir uns preus competitius al mercat perquè s'està produint molt a fora i de l'exterior entren moltes produccions. Jo, com que vaig crear una peça nova i he començat aquí, encara puc mantenir la producció aquí, però arribarà un dia en el qual, per estar a l'alçada dels xinesos, que ja em copien amb uns preus molt, molt barats, potser em veuré obligat a fabricar a fora, no ho sé. Però ara per ara no en tinc cap ganes. Gens.

—**Quins camins de futur hi ha, quina seria la solució?**

—En el gènere de punt, qui s'especialitzi en algun tipus de peça, tingui una mica de marca i

un nivell de disseny una mica alt, s'anirà aguantant perquè no tothom vol comprar productes xinesos. Hi ha gent que vol comprar productes fets aquí ni que li costin més cars, però amb un disseny molt diferenciat respecte al que troben a fora. Aquesta és l'única sortida que hi ha: fer molt disseny. És a dir, coses especials que a l'Orient no es puguin fer, que els costin. Ja ho faran, ja, t'ho copiaran tot, però si tu ho comences aquí i ets el primer, tens molt avantatge.

**—Pel que fa al Buff, teniu algun projecte de cara al futur?**

—Anar innovant, anar fent productes nous, dibuixos encara més macos, i continuar al capdavant dels tubulars mantenint la marca al més amunt possible. I fer sempre novetats, perquè els altres no ens les puguin copiar. Sempre em copien el que han vist a les fires de l'any passat, però joestic un pas més amunt i espero continuar així.

**—Segur que té anècdotes al voltant del Buff.**

—Sí, sobretot d'usuaris que ens envien e-mails explicant-nos coses que els han passat amb el Buff. Els que et fan sentir millor són els de la gent que pateix càncer i que et diuen que el Buff és fantàstic per cobrir-se el cap. Ens expliquen que no sabien què posar-se per tapar-se'l i que el Buff els serveix per a tot...

**JORDI CUADRAS I OLIVA** (Igualada, 1987) està cursant la llicenciatura de Periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha intervingut en diferents programes de Ràdio Igualada i Conca TV. Actualment també és el corresponsal de l'Agència EFE a la comarca de l'Anoia i locutor d'esdeveniments culturals i esportius.

