

# Un 'motard' en el tèxtil

SUSANNA

## CONFECCIÓ

► Fill d'una família del tèxtil d'Igualada, va idear una versàtil peça tubular amb la qual factura 13,5 milions d'euros

► Aficionat a anar en moto, es va obsessionar amb la confecció d'una peça de protecció del coll agradable a la pell

►► **Rojas, a les instal·lacions de la seva empresa.**



MANEL TORREJÓN  
BARCELONA

Joan Rojas (61 anys) ha sabut renovar el llustre de la dinastia tèxtil igualadina que el seu pare va inaugurar el 1929. Quan el negoci familiar de gènere de punt es va veure obligat a tancar, el Joan, bregat ja en el món del disseny i dels patrons, va començar a fabricar «complements», com colls i tires de pantalons, per a confeccionistes esportius. Es guanyava la vida, però estava exposat, com ho va estar el seu progenitor, a les fatals oscil·lacions del mercat i als seus perjudicials capritxos. I també a la dependència d'uns quants clients.

Motard empedreït -els diumenges es diverteix per les carreteres catalanes a bord d'una BMW GS 1.200-, en un dels seus viatges pel nord d'Espanya se li va encendre la bombeta: «Portava un tapaboques militar de llana al coll per protegir-me del vent i del fred i se'm va

acudir millorar-lo, perquè aquell picava i era bastant lleig. Em vaig posar mans a l'obra: tenia coneixements de fibres i vaig personalitzar una màquina».

Era el 1991. Gairebé sense ser-ne conscient, Joan Rojas s'estava marcant com a propòsit la innovació. I qui era llavors un proveïdor, com molts altres, en un sector tèxtil en decadència, és avui un capdavanter del disseny propi i de la permeabilitat a nous materials de confecció. I, així mateix, un defensor de la importància de les marques fortes. La seva, Buff, ho és en el seu segment: el seu producte és una peça tubular, sense costures, amb colorit i amb disseny. I versàtil. Sobretot versàtil. Pot ser usada com a bufanda, gorra, mocador, màscara, passamuntanyes, cinta, canellera, etcètera. El 2006, les vendes van pujar a 13,5 milions d'euros, un 80% generat a l'estranger, amb una plantilla de 50 persones. Als EUA tenen oficina a Pe-

taluma (Califòrnia), on han florit gegants de *sports wear* com Quiksilver.

Buff, marca orientada per als que «aprecien l'esport a l'aire lliure i una moda pràctica», té unes 350 referències. «La meitat les renovem cada any», diu Rojas. Aquesta taxa de rotació de producte és clau per créixer

► **Té oficina a Califòrnia, on han florit gegants del seu sector com Quiksilver**

i per diferenciar-se en un subsector amb molt plagi.

«I pensar que no havia estat mai un bon comercial. Els primers tubulars van ser per a mi i els meus amics. De seguida em vaig veure deixant-los en dipòsit a les botigues de les pistes d'esquí i regalant-los als monitors, els millors prescrip-

tors». A partir d'aquí, el seu prete va entrar a les cadenes de bigues d'esports i a El Corte Ingles amb llicències com Disney i Wal-Mart Bros, a les d'objectes de regal.

Rojas, que va començar a preparar el trial a finals dels 60, i quatre anys de la jubilació però conserva un esperit jove que és jove qui vol ser-ho i, s'hi qui passa el cap de setmana a d'una moto de 1.200cc.

Marca i fundador compartint aquest ADN, una genètica que flecteix en els patrocinis de la companyia -equips d'esports d'ave de maratons de muntanya i de competicions extremes, com el Rakar- i en la seva estratègia. «A mavera llançarem una col·lecció *running*, amb malles i samarretes lleugeres, transpirables i amb materials tècnics». A més de ser n Joan Rojas és un hortolà an «Cereals i oliveres en una f Igualada». ≡