

SAVAGE: la historia de 3 amigos que pasaron de estampar camisetas a tener más de 200 mil seguidores en Instagram

SERGI MUNNÉ, JOSEP NOS Y GERARD SAGRISTÀ

LOS 3 JÓVENES DE 26 AÑOS FUNDADORES DE SAVAGE

SAVAGE nació en 2017 en Barcelona de la mano de 3 amigos del colegio que decidieron dar un paso al frente y lanzar una marca de ropa deportiva de alta gama con tres valores añadidos perfectamente definidos: diseño, comodidad y una fabricación 100% Made in Spain que apostando por la producción de proximidad con materiales orgánicos y reciclables. Tras lograr una repercusión récord en España a través de las redes sociales, la marca inicia una nueva fase de expansión apostando por el canal deporte y, especialmente, por aquellas tiendas que quieran diferenciarse de una oferta exageradamente homogénea y conservadora. Lo que ofrece SAVAGE es difícil de rechazar y ya hay varias cadenas de referencia, como +DConti, que ya han apostado por la marca...



¿Podría explicarnos brevemente cuándo y cómo surgió la idea de impulsar la marca SAVAGE?

Al acabar los estudios, cada uno de los 3 amigos tenía opciones diferentes de empleo, pero ninguna de ellas nos apasionaba. Un día decidimos juntarnos y montar un pequeño negocio que nos diera sustento y en el que cada uno pudiera desarrollar sus capacidades libremente. Así pues, nos juntamos un creativo, un relaciones públicas y "numeritos" estampando camisetas para equipos deportivos locales y personalizando ropa para grupos de amigos. Un día jugando al ping pong en la oficina, se nos ocurrió la idea de diseñar un logo y crear una marca única: en ese momento nació SAVAGE.

¿Cuál ha sido la evolución de la marca en estos años de aventura?

Nacimos con el auge de las redes sociales, principalmente Instagram, y ello fue una plataforma de lanzamiento brutal, así que nos convertimos en una de las marcas más virales a través de la plataforma. Pero sentíamos que nos faltaba algo: habíamos viralizado productos, pero teníamos un catálogo muy pequeño con muy poca variedad de tejidos y productos. Además, aunque habíamos conseguido ser virales no estaba muy claro qué era ser SAVAGE. Así que comenzamos un nuevo camino desde cero y nos adentramos en el mundo del STREET y SPORTSWEAR. Y es ahí donde encontramos nuestro sitio. Hacer prendas con mucho diseño, con mucha atención en los detalles y, sobre todo, que cuando te las pruebas te genere un efecto que llamamos el efecto "WAU". También desarrollamos el nuevo slogan BE WHO YOU WANT TO BE que, en resumidas cuentas, trata de empoderar a las personas a través de la moda.

La marca está especializada en el llamado lifestyle ¿Cómo ve el universo -a nivel global- de la moda deportiva? ¿Y particularmente en la categoría textil?

A través de nuestro prisma vemos que poco a poco la comodidad y el estar preparado para cualquier cosa son 2 premisas muy importantes dentro de la

industria textil a nivel mundial. Creemos que esto, junto a un estilo vinculado al streetwear para aportar más personalidad, es el futuro hacia dónde va toda la industria.

¿Cómo definiría la colección actual? ¿Cómo está estructurada?

Esta es nuestra primera colección completa y en ella podemos encontrar camisetas, sudaderas, calcetines, chaquetas y mucho más, así que es, por fin la culminación de meses y meses de trabajo. Lo vivimos como el lanzamiento de nuestra primera obra maestra. Veamos qué opina el público.

¿Qué productos son los más representativos?

La verdad es que creamos todos los productos con muchísimo entusiasmo, desde los accesorios como calcetines, hasta toda la línea textil. Aun así, es cierto que tenemos una completa -y sana- obsesión con las sudaderas. De hecho, durante años hemos desarrollado y probado con muchos tejidos hasta encontrar lo que llamamos el efecto "Nube": un tejido tan cómodo, suave y versátil que cuando lo llevas puesto es como estar en una nube.

“Nacimos con el auge de las redes sociales, especialmente de Instagram, y ello fue una plataforma de lanzamiento brutal: nos convertimos, en muy poco tiempo, en una de las marcas más virales.”



“Todas las prendas de la marca han sido fabricadas en España y apostando por la producción de proximidad con materiales orgánicos y reciclables. Queremos contribuir a reflotar el tejido productivo nacional.”

¿Tienen planteado apostar por nuevos productos lifestyle? ¿Y técnicos?

Estamos en constante investigación y desarrollo de tejidos y productos que mejoren lo que hay actualmente en el mercado. Nos gusta probar cosas nuevas y no solo nos conformamos con esto, si no que para nosotros también es importante el impacto que hacemos en el medio ambiente a la hora de crear y fabricar, así que vamos mucho más allá, buscando vías de fabricación y desarrollo que sean sostenibles con el medio ambiente. Nos toca mejorar constantemente las características técnicas de los productos, pero también tenemos que pensar en “verde”.

La producción sostenible es, precisamente, una de sus más firmes apuestas... ¿Hasta que punto es importante este aspecto para la marca? ¿Cree que el consumidor empieza a valorar como es debido este compromiso por parte de las compañías fabricantes?

Por supuesto que es muy importante. Solo tenemos un planeta y tenemos que esforzarnos al máximo. La utilización de algodones orgánicos, poliésteres reciclados, tintas eco solventes... y muchos más procesos de fabricación sostenibles nos ayudan a estar perfectamente alineados en este camino. Y, por supuesto, creo que los clientes van en consonancia con este camino hacia la sostenibilidad.

Tras una exitosa primera fase de venta a través de la propia web de la marca, ahora apuestan en firme por las tiendas físicas y, en especial, por el canal deporte ¿Qué argumentos daría a los detallistas para convencerles de que deben apostar por Savage?

Lo primero que le diría a un detallista es que se pruebe una de nuestras sudaderas. Si lo hace, comprobará rápidamente que somos una marca diferente. Que nuestras prendas, además de estar fabricadas cuidando al máximo los detalles, son muy cómodas y ofrecen unas sensaciones únicas. Además, se han fabricado aquí y siguiendo procesos sostenibles y eso, hoy en día, siempre es un valor añadido. A partir de aquí, podemos hablar de los diseños únicos de nuestras prendas, de la fuerza que tiene la marca en las redes sociales, de la demanda que puede generar o de la eficiencia en el servicio, pudiendo garantizar la calidad y la entrega de los productos porque fabricamos en España. En definitiva, estoy convencido de que cualquier tienda puede sacarle mucho partido a nuestra marca.

¿Qué perfil de comercio se adapta mejor a esta nueva estrategia?

Todos aquellos que se animen a probar algo nuevo, que se atrevan a salir de la monotonía de las marcas de siempre y, sobre todo, aquellos que quieran productos que estén cuidados, en diseño y fabricación, hasta el más mínimo detalle. Comercios que arriesguen y que busquen diferenciarse en oferta para alejarse de propuestas tan homogéneas como las que hay ahora.

¿Como han planeado gestionar esta omnicanalidad?

Apoyándonos principalmente en el equipo que tenemos, con un trato muy cercano y con muy pocos intermediarios. A fin de cuentas, tenemos que ser excelentes en todo y esto también cuenta para la distribución. Tenemos muy claro que tener un buen producto no sirve de nada si no tienes un buen servicio. Tanto en el online como, sobre todo, en el offline. Son dos mundos complementarios que, además, se pueden retroalimentar. Nos hemos apoyado en la tecnología para desarrollar herramientas que nos permitan facilitar al máximo la operativa, algo clave para el buen funcionamiento.

¿Qué valor añadido aporta Savage en un mercado tan competitivo como el de la moda deportiva?

Nuestra gran baza siempre ha sido la versatilidad de nuestras prendas. Por sus diseños y su comodidad, son prendas que pueden usarse durante todo el día.

¿Qué papel jugará la internacionalización de la marca en los próximos años?

La globalización del mundo actual es, para algunas cosas, una ventaja, ya que ahora mismo podemos estar vendiendo desde nuestro cuartel general a cualquier parte del planeta de una forma muy sencilla. Y esto es increíble. Como todos los negocios, la expansión internacional es la catapulta para consolidarse y, en este sentido, es una de nuestras principales apuestas a corto y medio plazo.

“En momentos donde las marcas grandes tienen el poder para restringir el suministro de producto, SAVAGE es una oportunidad a tener en cuenta por el detallista, pues ofrece aire nuevo a su oferta, variedad y seguridad en las entregas.”