

Ossa també ens vestirà

Ossa també sorprendrà amb una col·lecció de roba 'retro' per a autèntics 'motards' que serà a les botigues l'estiu del 2010.

Bultaco fa anys que aposta per un públic més jove amb una extensa gamma de productes, des de roba fins a rellotges cars i material escolar.

JORDI PLAY



El renaixement d'un clàssic com les motos Ossa no podia arribar sense un complement imprescindible per als qui s'estimen de debò la marca, la roba i accessoris amb el logotip del trèvol. Ossa Factory Motors ja treballa en una primera línia de moda d'un centenar de peces i complements per a home i per a dona que es posarà a la venda al desembre per a la temporada d'estiu del 2010. L'empresa no tanca la porta a les col·leccions infantils, que seran el pas següent, així que s'hagin consolidat les primeres col·leccions d'adults. I, com amb les motos, l'objectiu és la qualitat màxima dissenyada i feta des de casa.

“La personalitat dels nostres productes es basarà en el coneixement històric de la marca Ossa, però amb un valor afegit: l'aposta pel disseny i amb tots els recursos tècnics de què disposem actualment al sector tèxtil”, descriu Elsa Monfort, responsable de màrqueting d'Ossa Factory. El repte d'aquesta aposta pel marxandat-

ge serà, com explica l'empresa, “trobar i desenvolupar una imatge i una classe de col·lecció que pugui ser distribuïda en botigues de nivell mitjà-alt d'una forma natural, aprofitant tot el potencial de la imatge *vintage, retro*. Crearem una imatge de llibertat i esperit aventurer que transmeti les emocions sentimentals que desperta la marca Ossa”.

La nova Ossa Factory ha pogut desfer l'embolic de les patents que des de feia anys havia convertit en tota una odissea trobar productes amb el logotip d'Ossa. Era molt més fàcil d'adquirir un llibre o una gorra en una subhasta per internet als Estats Units que no pas en una botiga de motos de Barcelona especialitzada en marques clàssiques. Ara, la marca és registrada i és propietat exclusiva de l'empresa catalana. De moment, els productes es comercialitzaran a l'estat espanyol i a Europa, sobretot a Anglaterra, on Mike Andrews, el pilot de l'època d'or d'Ossa, encara té molta requesta. De fet,

també es comercialitzarà una línia exclusiva de productes Mike Andrews, que probablement interessarà molt el miler d'afortunats que puguin comprar una rèplica d'aquesta moto de trial de 250 cc.

Bultaco regna al mercat actual. “Guaita, pare, una moto com la meua motxilla de l'escola!” Quan Joan Bultó va sentir aquesta frase fa unes setmanes, a la inauguració de l'exposició “Bultaco, Montesa, Ossa: eternes rivals” al Museu de la Moto de Bassella, va pensar què hauria dit el seu pare... El 1958, a Barcelona, Paco Bultó havia creat un mite amb el dit rampant de Bultaco, que avui, malgrat que ja no es fabriquen motos —de moment— és més viu que mai.

La família Bultó té la propietat de la marca Bultaco i té registrades totes les patents possibles, des de motos i bicicletes fins a roba, ulleres de sol, rellotges, targetes de crèdit i material escolar. “El negoci funciona molt bé”, reconeix Joan Bultó, que destaca que “és una marca

EL TEMPS



Bultaco s'ha consolidat com a marca de roba i complements al mercat, al sector mitjà-alt i sobretot en públic jove. L'aposta d'Ossa serà per l'alta qualitat feta a Catalunya, amb un públic d'estil retro que vulgui recuperar el valor sentimental de la marca.

amb molta tirada i amb un client, del segment mitjà-alt, molt fidel. Sap que trobarà qualitat i exclusivitat en tots els productes". La marca també té una gamma de productes més assequibles.

Bultaco ha sabut atreure clientela jove que en molts casos ni tan sols ha vist mai una de les seves motos. "Els agrada la marca i el disseny, però potser no saben que és una marca de motos. Amb tot, cada vegada és més coneguda entre el jove, perquè tenim una escola infantil de moto, la Bultaco Camp, on els ensenya a anar amb moto i es familiaritzen amb la marca", explica Joan Bultó, que destaca els esforços que exigeix situar una marca en un segment mitjà-alt. "Cada empresa que vol una llicència Bultaco ha de complir unes exigències de qualitat, de subministrament, atenció al client, etc. I si no ho compleixen, no poden produir, encara que hi perdem negoci."

Com totes les marques conegudes, Bultaco també ha de fer front a la pira-

teria. Per això té un equip de marca que es dedica a vigilar el mercat i, si detecta productes falsificats, engega un protocol d'actuació per eliminar-lo de seguida. "Això ens costa molts diners, però és necessari. Si et copien vol dir que ets bo, oi?", diu Joan Bultó.

Autèntics apassionats. Més enllà del marxandatge, Bultaco ha generat un gran moviment de col·leccionistes de motos. El Moto Club Bultaco Sport Classic, amb seu a Terrassa, n'és un bon exemple. Aplega socis de tot l'estat espanyol, França i Itàlia. Ramon Codina n'és el president, i ha comprovat personalment que "la marca Bultaco es coneix a tot el món". Va fundar el primer Moto Club Bultaco el 1984, però no el va poder legalitzar fins els anys 90 pels litigis de marca. També hi ha clubs a Austràlia, Suïssa i Bèlgica, entre més països. "A casa meua sempre hi ha hagut Bultaco, és un element essencial. I, com

jo, molta gent recorda les motos del pare o de l'avi; avui, poder recuperar aquest patrimoni sentimental té molta tirada", reconeix Codina. Per a ell, "seria un somni veure renèixer les Bultaco, una moto que va ser pionera en tecnologia i que va regnar en tots els campionats".

Quan l'any 1979 l'empresa que havia fundat Francesc Xavier Bultó el 1958 presentava suspensió de pagaments, es tancava un capítol de dos decennis de glòria mundial per a les seves motos. Paco Bultó ja havia viscut un fracàs abans amb Montesa, fundada el 1944 amb Pere Permanyer, la primera empresa de motos totalment catalana. Les desavinences amb el seu soci el van fer baixar del tren i dedicar-se, com volia, a les motos de competició. Avui, mig segle després, el logotip de Bultaco amb el dit triomfador envaeix des dels armaris dels adults nostàlgics fins als patis de les escoles.

Gemma Aguilera