

etnia  BARCELONA

# Etnia Barcelona: la marca que llenó de color el mundo eyewear

**ETNIA BARCELONA ES UNA MARCA DE GAFAS INDEPENDIENTE QUE HA LLENADO DE COLOR EL MUNDO EYEWEAR. ABOGA POR LA LIBERTAD, EL ARTE, LA CREATIVIDAD Y LA CALIDAD EN CADA UNA DE SUS CREACIONES. SU FLAGSHIP, UBICADA EN EL BARRIO DEL BORN DE BARCELONA, ES EL FIEL REFLEJO DE LA GRAN PERSONALIDAD DE ESTA FIRMA CATALANA.**

**D**avid Pellicer, fundador de Etnia Barcelona, acaba de recibir el Premio José Manuel Lara a la Ambición y el Propósito Empresarial, otorgado en el marco de la XXXVI Reunión del Círculo de Economía. Un reconocimiento que le llega en el año en el que su firma cumple 20 años, siendo un referente como marca de gafas independiente y ocupando el tercer y segundo puesto del ranking de marcas más vendidas de Europa.

Llegar hasta aquí ha requerido esfuerzo y tenacidad. Sin embargo, su innovación, la calidad de sus productos, su *savoir faire* y toda la filosofía conceptual que acompaña a esta firma catalana la han catapultado a lo más alto.

Hablamos de la tercera generación de una empresa familiar dedicada al mundo óptico. El padre y el abuelo de David Pellicer fabricaban gafas de vista para otras marcas. Aprendió de ellos y en 2001 se lanzó a crear algo nuevo, diferente, que se salía un poco de los cánones establecidos en el mundo de la óptica. David Pellicer introdujo color a un accesorio que siempre había sido marrón o negro. Nació así Etnia Barcelona. Una empresa cuyo lema se centra en 3 C: Color, Calidad y Cultura. Cuyo nombre se basa en la diversidad cultural del mundo y en la ciudad que la ha visto nacer.

## **Explosión de color en el mundo eyewear**

Sus diseños son atrevidos, con combinaciones de color nunca vistas, que resalta la personalidad de cada rostro y que hacen que sea la marca con más referencias de color en el mundo eyewear. Pero más allá de su innovación estética, los productos de Etnia Barcelona son de alta calidad, gracias al uso de acetatos naturales y lentes de cristal mineral con tecnología HD Colors, en cada una de sus monturas.

El uso de acetatos naturales, provenientes del algodón y la madera, como los de la firma Mazzucchelli, proporcionan a las gafas mayor flexibilidad, adaptación al rostro y ligereza. Unas cualidades que también son válidas para sus gafas realizadas en metal hipoalergénico de altísima calidad, o las elaboradas con titanio puro japonés.

En cuanto a las lentes, Etnia Barcelona utiliza lentes de cristal mineral Barberini y la tecnología HD Colors que resalta e intensifica los colores primarios. A todas ellas se les aplica los mejores tratamientos antirreflectantes, anti-scratch, oleofóbico e hidrofóbico para ofrecer la mejor experiencia visual a sus portadores. Así como una amplia variedad de filtros y colores, según sean sus necesidades. Todo ello con unos materiales que favorecen la sostenibilidad, otra de las apuestas de la com-

pañía. Además de un packaging 100% reciclable, las colecciones de Etnia Barcelona se producen en sus fábricas propias, con tecnología que reduce el impacto medioambiental y contribuyen a la economía circular. A través de su fundación, Etnia Barcelona Foundation, dan una segunda vida al excedente del producto y ayudan a mejorar la visión de aquellas personas que viven en situación de vulnerabilidad y no pueden permitirse el cuidado de su visión.

Etnia Barcelona se describe como una marca libre, humana, multiétnica. Sus diseños son una invitación a expresarse con libertad, a través de su diseño, de sus colores, de su relación con el arte y la cultura. Entre sus colecciones destacan las colaboraciones con creadores contemporáneos como Nobuyoshi Araki, Steve McCurry, Basquiat o más recientemente con Ignasi Monreal, entre otros. Entre sus clientes, celebridades como Naomi Watts, Rita Ora, Beyonce o Jay-Z.

“LA PROPIA FLAGSHIP CUENTA EL  
STORYTELLING QUE LA FIRMA QUIERE  
HACER LLEGAR A SU PÚBLICO”



## NUEVAS APERTURAS

La flagship de Barcelona se ha convertido en la mejor de las presentaciones de la marca al cliente final. De hecho, la tienda se inauguró para que ese público final conociera mejor la marca, ya que el sector ya era conocedor de sus cualidades. Sin embargo, esta incursión en el mundo retail no ha sido la única. Hace pocos días abrió otra tienda en el centro comercial La Roca Village. Una tienda outlet que mantiene la esencia de su hermana mayor. Eso sí, en un espacio más reducido.

Del mismo modo, del 1 de julio hasta el 18 de octubre, Etnia Barcelona se traslada a Ibiza con una *pop up store*, situada en Cala Bassa, cerca de San Antonio. Una ubicación que también conecta con el espíritu de la firma catalana. De hecho, uno de los primeros éxitos de Etnia Barcelona fue su colección Ibiza. Una serie de gafas fluorescentes que marcaron el verano de 2003 y que ayudó a posicionar a la marca. Por otro lado, Ibiza es sinónimo de libertad, de multiculturalidad, de color. Unos valores que también comparte Etnia Barcelona.

Asimismo, recientemente, la compañía ha adquirido la marca de gafas catalana Lool Eyewear, especializada en la fabricación de monturas sin tornillos ni soldaduras. En este sentido, desde Etnia Barcelona han comunicado que *“la compañía ratifica su estrategia de crecimiento en el canal óptico, añadiendo a la cartera una marca de gafas ligeras con espíritu tecnológico y un alto potencial en materia de sostenibilidad”*.

Etnia Barcelona prevé llegar a una facturación de 80 millones de euros para este ejercicio, lo que supondría un crecimiento de algo más del 40% respecto al 2020, y del 20% respecto al 2019, año en el que sus ventas fueron de unos 60 millones de euros.

## Barcelona parte de su esencia

Con oficinas en Barcelona, Miami, Vancouver y Hong Kong, está presente en más de 60 países, con 15.000 puntos de venta distribuidos en todo el mundo. Sin embargo, Etnia Barcelona tiene su epicentro en la Ciudad Condal. Es la ciudad que la ha visto nacer, crecer y que mejor representa parte de su ADN. Ese estilo de vida abierto al mundo, creativo e innovador.

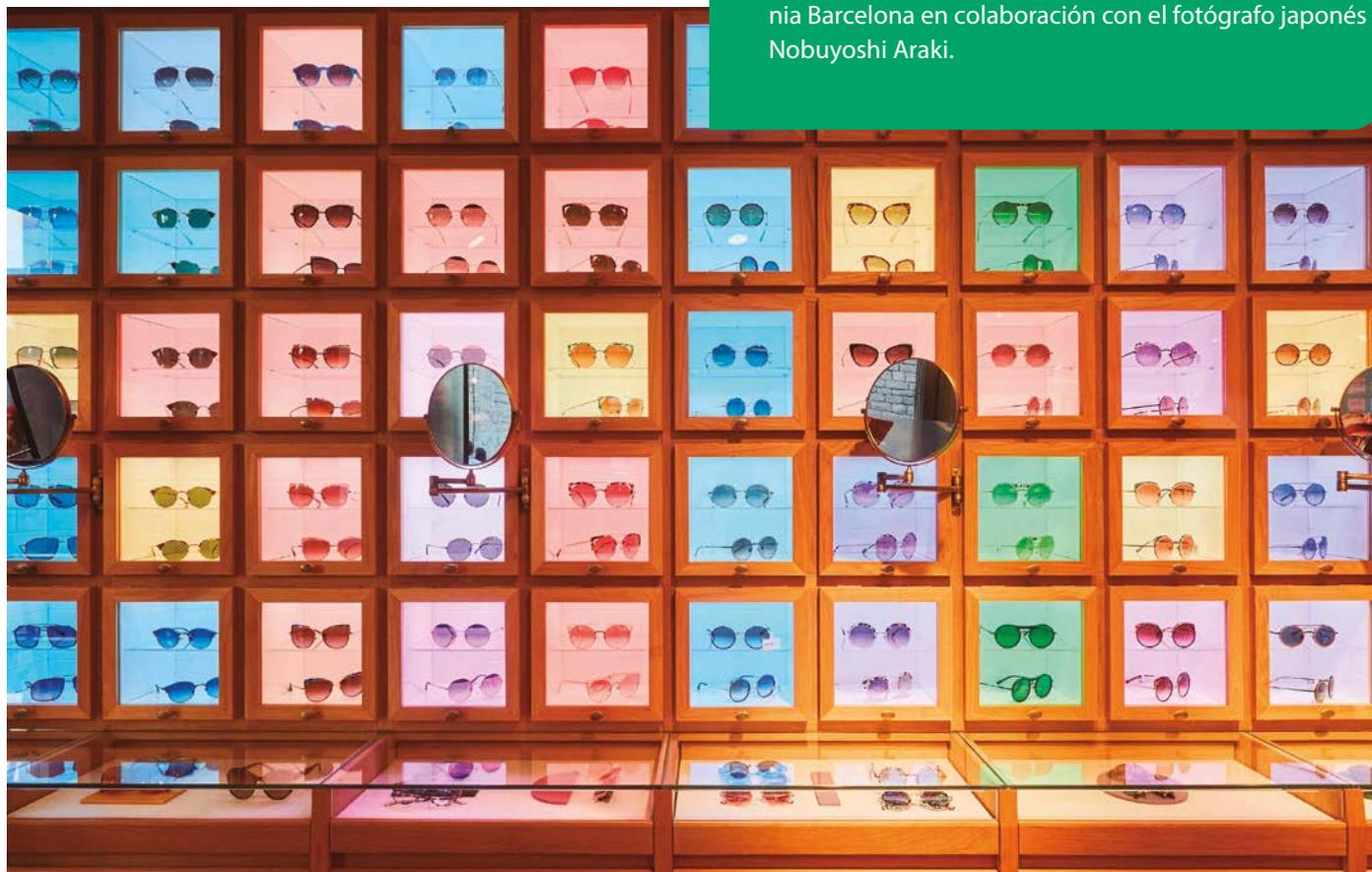
Precisamente en esta ciudad es donde se encuentra su flagship. Una tienda de siete plantas que representa a la perfección la esencia de esta marca. Inaugurada en 2007, cada uno de sus detalles, cada uno de sus rincones explica la filosofía y los valores de la firma Etnia Barcelona. Empezando por su ubicación. Se encuentra en el barrio del Born. Y ello no es casual. El Born rezuma artesanía por los cuatro costados. Sus calles llevan el nombre de los artesanos que muchos años atrás ocupaban sus bajos ejerciendo estas profesiones. Por ello, Etnia no podría estar en otro lugar. No encajaría en un Paseo de Gracia, por ejemplo.

Además, se encuentra frente a la Basílica de Santa María del Mar. Visita obligada para todos los turistas que llegan a la ciudad. Son uno de sus mejores clientes de Etnia Barcelona, llegados de todas las partes del mundo, en busca de sus excelentes productos. Y donde el boca a boca es fundamental. Su lema es "de la excelencia para arriba" y eso hace que la experiencia de compra que viven sus clientes sea muy gratificante y, algunos, quieran repetir. A pesar de ello, desde Etnia Barcelona reconocen que el cliente local es el que ha salvado las ventas durante la época de pandemia y ello se ha de tener en cuenta.

## EL ARTE INSPIRA

No hay duda de que el arte inspira la manera de ver el mundo de Etnia. Por ello, llevan años creando su historia a través de colaboraciones con leyendas del mundo del arte.

- 2020. *Ignasi Monreal x Etnia Barcelona*. Una colección exclusiva diseñada en colaboración con el "enfant terrible" de la pintura española del siglo XXI: Ignasi Monreal, uno de los jóvenes talentos españoles con más proyección internacional.
- 2019. *A David Bowie tribute*. Edición limitada inspirada en la personalidad y el inconfundible estilo del artista durante dos de sus encarnaciones clave de los años 70: Ziggy Stardust y The Thin White Duke.
- 2016. *Jean Michel Basquiat x EB*. Un homenaje al mundo del graffiti y el arte callejero. Una colección creada a partir de tres de sus obras que compartían un denominador común: los tres vértices de su corona.
- 2014. *Wild love in Africa*. Steve McCurry fotografió la campaña de esta colección inspirada en los colores vivos de la sabana y en la energía que desprende su gente.
- 2013. *International Blue Klein*. Una edición limitada que tenía como protagonista el pigmento Internacional Klein Blue, patentado por el mismo Yves Klein.
- 2012. *Paris – Tokyo*. La primera colección de sol de Etnia Barcelona en colaboración con el fotógrafo japonés Nobuyoshi Araki.



## Una flagship que cuenta su historia

Al entrar, la elegancia de sus estanterías, el arte presente en cada uno de sus rincones, con fotografías y libros, la esmerada decoración de la tienda, y la procedencia de sus dependientes llegados de todas las partes del mundo, siguen contando el storytelling que la firma quiere hacer llegar a su público. Una historia que crea marca y que hace partícipe de ella a todos sus clientes.

La restauración del edificio corrió a cargo del prestigioso diseñador de interiores Lázaro Rosa-Violan, quien quiso conservar toda la esencia de barrio y del edificio, utilizando baldosas de mosaico hidráulico, conservando la 'volta catalana' de sus techos o añadiendo, a un moderno ascensor, un elegante toque de madera. Y aunque el color de Etnia Barcelona es el rojo, la tienda está impregnada de tonos azules. El color del mar, del Mediterráneo.

El edificio se distribuye en siete plantas. A pie de calle se encuentran las colecciones de sol. En el siguiente piso, las gafas de vista. Un tercer piso de oficinas y zona de descanso para los empleados. Dos pisos donde se encuentra dos showrooms para los ópticos optometristas, y una última planta que es la joya de la corona del edificio y la mejor forma de terminar su exclusiva experiencia de compra: una espectacular terraza con vistas a Santa María del Mar.

En la tienda no realizan revisiones ópticas. Aquí el cliente elige la montura que más le guste entre infinidad de modelos. Incluso puede customizarlas y crear su propia montura si no encuentra nada que se ajuste a sus gustos. Después, Etnia se encargará de hacer llegar su elección al óptico optometrista que el cliente prefiera para que le haga la graduación. Eso sí, debe ser una óptica colaboradora de la marca. Si el resultado final no les satisface, siempre pueden devolverla sin coste alguno, ni por parte del cliente ni de la óptica asociada.

En 20 años, Etnia Barcelona se ha posicionado en todo un referente en el mundo de la óptica y en el mundo de la moda. Cada uno de sus pasos ha ido encaminado a crear la marca que un

día David Pellicer soñó. Una marca que cuida la excelencia, se fija en todos los detalles, apuesta por la calidad, la innovación y la tecnología. Y lo más importante, ofrece a sus clientes una experiencia de compra difícil de olvidar. ■

“ETNIA BARCELONA ES UNA MARCA LIBRE, HUMANA, MULTIÉTNICA. SUS DISEÑOS SON UNA INVITACIÓN A EXPRESARSE CON LIBERTAD, A TRAVÉS DE SU DISEÑO, DE SUS COLORES, DE SU RELACIÓN CON EL ARTE Y LA CULTURA”



## LAS CLAVES DE ETNIA

*Tres generaciones creando gafas.* En los años 50, Fulgencio Ramo, abuelo de David Pellicer, abre su primera fábrica de gafas. En ella ayudaban sus hijos que, rápidamente, adquirieron todo el conocimiento y tomaron las riendas del negocio. Esta segunda generación diseñaba, creaba y distribuía las gafas a toda España, pero no fue hasta finales de los 90 cuando David Pellicer entró en la compañía con la ilusión de crear algo nuevo.

*Una marca de gafas independiente.* David Pellicer aportó color a un producto que hasta entonces solo era marrón o negro. Si algo tenía claro es que no se quería dedicar únicamente a fabricar gafas, quería algo más: crear una marca. Una marca que concibiera la idea de ser libre, humana y respetuosa con

todas las etnias. Que pensara en todas las personas y formas de expresarse a través del color y del arte. Y así es como nació Etnia Barcelona.

*Barcelona, la ciudad que les inspira.* Barcelona ha sido la ciudad que los ha visto nacer y crecer. Una ciudad abierta, innovadora, que no olvida nunca su pasado. Barcelona ha forjado el carácter de Etnia, una marca que mira hacia delante sin olvidar de dónde viene.

*Lente mineral y acetato natural.* Durante tres generaciones la calidad ha sido fundamental y lo sigue siendo. Controlan todo el proceso de principio a fin, teniendo en cuenta cada detalle para asegurar los estándares de calidad.

*Una marca más sostenible.* Etnia lleva años trabajando para ser una marca más sostenible y ética. Desde la materia prima natural hasta su proyecto más social con Etnia Barcelona Foundation.