

Societat | Aina Font Torra | Actualitzat el 22/07/2015 a les 21:01

## Killing Weekend, l'empresa de dos joves manresans creada a l'Índia

*Es tracta d'una marca de roba urbana ideada per l'Alba i el Xavier després d'un viatge per desconnectar de la rutina*



*El Xavier i l'Alba al local on treballen i on tenen els seus dissenys. Foto: XiAM.*

Al Xavier i a l'Alba Martínez -tots dos amb el mateix cognom però sense ser germans: són parella- fa dos anys els va canviar la vida. De fet, i pel que explica el Xavier, aquest canvi va venir una mica buscat, però el que els hi va acabar passant després sí que no formava part de l'aventura un cop la van començar.

De fet, ens hem de remuntar a l'estiu del 2013 si volem conèixer la història d'aquests dos emprenedors. L'Alba tenia 27 anys i el Xavier 29 i tots dos "estàvem molt cansats de la vida que portàvem", explica el Xavier: "tots dos teníem una feina que ens podia permetre anar a sopar quan volíem i anar fent tranquil·lament, però no estàvem bé amb nosaltres mateixos". Els hi faltava alguna cosa, expliquen. És per això que van decidir trencar amb tot i marxar a viatjar a l'Índia, "amb bitllet d'anada però no de tornada". "Ho vam deixar tot", recorda el Xavier que fins el moment havia treballat de dissenyador gràfic i comenta que "fins i tot em vaig vendre l'ordinador, que era la meva eina de treball".

Amb la única intenció de desconnectar, gaudir i conèixer noves cultures i costums, la jove parella va recórrer la costa oest de l'Índia fins a arribar a la punta sud. Durant els pràcticament quatre mesos que va durar aquesta ruta, l'Alba i el Xavier també tenien temps per pensar en el futur:

"nosaltres sempre hem estat molt inquiets i fèiem volar coloms. Teníem una llista molt llarga de projectes per fer a Manresa: des de fer un local d'entrepans i vins fins a crear una botiga online. Dintre d'aquesta llista també hi havia la idea de crear una marca de roba. Però no era res més que això; una idea escrita en un paper", explica el Xavier.

Un cop havent visitat el sud del país on eren, van pujar fins el nord, a Rajasthan. Allà van conèixer l'Axel, un noi de Barcelona que feia 8 anys que vivia a l'Índia i que havia creat una marca de roba muntant una fàbrica perquè la gent de casta baixa del país tingués una feina amb un sou digne. "Ens va meravellar la idea i vam decidir anar a veure la fàbrica", recorda Martínez, que comenta que els hi va agradar molt i que "a partir de llavors ja ens vam prendre més seriosament el punt de la llista de projectes que teníem amb l'Alba de crear una marca de roba". El que la parella de Manresa pretenia era fer un a marca de roba que expliqués la seva experiència i la seva aventura per l'Índia. I quina millor manera de fer-ho que estampant fotos fetes per ells durant els mesos de ruta, en una samarreta?

"I ens vam posar a treballar. Vam anar fins a Nova Delhi a comprar un ordinador i vam començar a fer els dissenys", memora el jove protagonista de la història, que relata que la primera producció la van haver d'anar a fer a Tailàndia perquè "la qualitat d'impressió digital a l'Índia era molt difícil de trobar". De totes maneres, i malgrat el viatge circumstancial a Tailàndia, la intenció dels joves era quedar-se a viure a l'Índia.

## La marca

El nom de la marca -Killing Weekend- no va ser una idea del moment. Tal com el Xavier explica, "Killing Weekend venia d'un projecte que jo feia molt temps que tenia al cap". De fet, si traduïm al català el significat d'aquestes paraules ens trobem que podem fer-ne dues interpretacions: "Matar el cap de setmana", que seria entendre el cap de setmana com un moment de gresca constant per compensar la rutina dels dies laborables; o "que el cap de setmana no et mati", reflexiona el Xavier, que afirma que aquest darrer és el significat que ells volen donar a la marca. Un significat de "buscar experiències diferents cada dia per trencar amb la rutina, ja sigui quedant amb un amic per anar a fer una cervesa, anant al teatre, a córrer... No es tracta d'idealitzar els caps de setmana perquè cada dia podem tenir-ne un de petit".

## Les vendes

"Des del principi la nostra intenció era vendre el producte a Catalunya perquè bàsicament era on hi teníem els contactes i on hi havia la gent que ens podia ajudar a distribuir el material", explica el Xavier, que recorda amb un somriure que "els amics i la família van ser els primers compradors".

Però la jugada els va sortir bé i les samarretes s'anaven venent, fet que els hi va fer plantejar d'elaborar una altra producció "una mica més treballada". "Ja no només fèiem dissenys amb estampats fotogràfics sinó que vam dissenyar edicions limitades de peces de roba fetes amb teles índies i amb estampats que a nosaltres ens agradessin o que tinguessin un significat", comenta Martínez, que aclareix que la segona fornada ja la van fer en una fàbrica de Rajasthan que treballava per quatre marques diferents.

"Però ens tornàvem a trobar com a Catalunya feia un any i mig: la rutina. Havíem creat una empresa, ja ens havíem instal·lat a Rajasthan, el dia a dia era monòton... I vam arribar a la conclusió que si el nostre target havíem decidit que fos a Catalunya, la millor opció era tornar i ser nosaltres els distribuïdors del producte, bàsicament perquè qui millor que nosaltres podia explicar d'on sortia tot plegat?", fa memòria el Xavier, que tot just fa un any que juntament amb l'Alba s'ha reinstal·lat a viure a Manresa i que afirma que des de llavors no han parat de treballar. "Primer de tot ens vam posar amb el tema de les xarxes socials i la pàgina web i vam començar a anar a mercats per donar-nos a conèixer d'una manera més àmplia", diu Martínez alhora que expressa "l'aventura" que els va suposar trobar una fàbrica disposada a produir els seus dissenys i que finalment han trobat a Solsona: "al cap i a la fi no deixem de ser una petitíssima empresa", riu.

"La nostra intenció amb tot això és tenir una llibertat en un futur per fer la nostra i viatjar, que és el que ens agrada", comenta en dissenyador gràfic manresà, que a banda de Killing Weekend treballa d'autònom, igual que l'Alba, que està posada en el món de l'educació i la restauració. Amb el temps lliure que tenen, es reparteixen les tasques per tirar endavant l'empresa: "l'Alba porta la part dels números, fa de comercial, té molta facilitat a l'hora de tractar amb les persones. Jo en canvi estic més amb el tema de les xarxes socials, el disseny... Però tot és, evidentment, treball en equip", recalca el Xavier.

## "El nostre concepte és ser diferents"

"Jo no enganyaré a ningú i potser queda una mica malament que ho digui, però la roba que dissenyem l'Alba i jo és pensant en el nostre gust, perquè ens agrada", explica Martínez, que si bé segueix les tendències de moda -com els colors i les formes que es porten-, sempre acaba redissenyat-ho per portar-ho al seu estil. "El nostre concepte és ser diferents. Amb l'Alba sempre diem, *Si portes la nostra roba ets un Killing*".

De fet, la seva manera de vendre també és trencadora i diferent. I és que moltes de les vendes que fan són en mercats a l'aire lliure acompanyats de DJ's que punxen música electrònica o alternativa. "La moda i la música van lligades. De fet la roba que portes explica qui ets, amb quins ambients et mous o com penses", comenta Martínez, posant èmfasi en el fet que no és casualitat que la música que sona durant el mercat sigui la que és: "Killing Weekend és una marca urbana, la serigrafia és més extremada i utilitzem colors vius".

Tot i això, els colors s'apagaran una mica quan arribi la temporada tardor-hivern en la qual ja estan treballant. Abans, però, els queda una cita important on encara presentaran models d'estiu: la fira White Summer de Pals, un mercat que es durà a terme del 8 al 23 d'agost en el qual s'hi podran trobar propostes musicals, gastronòmiques, artístiques i, com no podia ser d'una altra manera, de moda, amb la presència dels dos joves manresans fundadors de Killing Weekend.