

APUESTA POR GAFAS DE DISEÑO INDEPENDIENTES

MARK DE LANGE, CEO Y FUNDADOR DE ACE&TATE, HA HECHO DE SU FIRMA DE GAFAS UN REVOLUCIONARIO NEGOCIO CON PREVISIONES DE RÁPIDO CRECIMIENTO.

Estaba de viaje en Nueva York con mi pareja y compré un par de gafas preciosas, pero caras. Luego descubrí que añadirles unas lentes graduadas me iba a suponer aún más dinero, tiempo y esfuerzo. No entendí por qué el proceso tenía que ser tan complicado". Dotado de ese espíritu emprendedor y pragmático holandés, Mark De Lange (38) se puso a investigar entonces el sector de gafas. Descubrió que si eliminaba intermediarios, podría ofrecer gafas de diseño a precios asequibles y transparentes. Introdujo el optometrista directamente en la tienda para acortar tiempos y poder entregar las gafas con sus lentes graduadas en el mismo día. A ello añadió su amor por la música, impregnando así la creatividad en el ADN de la marca. Así nació Ace&Tate en 2013.

Toda una revolución en un sector valorado en 131 mil millones de dólares en 2019 y que se pronostica crecerá un 60% hasta el 2025 según Statista. A pesar del peso que mantienen los tres grandes gigantes del sector, Luxottica, Safilo Group y Marcolin SpA, cada vez son más las personas que se decantan por el nicho creciente de gafas de diseño independientes. En apenas seis años, Ace&Tate ha mostrado ser una *startup* exitosa. Ha vendido su millonésimo par hace poco, cuenta con 54 tiendas en 10 ciudades y planea abrir 30 comercios más este año. Acaban de elegir Madrid para abrir su primera tienda en el sur de Europa.

¿Cómo consigues diferenciarte dentro de este nicho tan competitivo?

Cuando empecé Ace&Tate solo se podía escoger entre gafas caras de lujo o gafas de bajo coste. Faltaba una empresa que hiciera

de comprar gafas algo divertido y sencillo. Ofrecemos un producto de alta calidad con una transparencia absoluta en nuestros precios y una experiencia de compra omnicanal. Por ejemplo puedes pedir online cuatro pares de gafas para probarte durante cinco días antes de decidirte. También puedes hacerte una revisión de la vista gratis en nuestras tiendas. Para mí la marca es una manera de interactuar con creativos que admiramos y apoyarlos. Esto trasciende en todo lo que hacemos. **¿Por qué elegisteis Madrid para abrir vuestra primera tienda en el sur de Europa, incluso antes que Milán, una de las mecas del diseño?**

Madrid tiene una energía muy positiva, palpable en cada rincón de la ciudad y queremos formar parte de ello. Del mercado español nos atrae el tamaño de sus ciudades, la composición joven de su demografía y el optimismo económico actual. España es ahora mismo uno de los motores del crecimiento económico en Europa. Pero también ha sido una decisión emotiva. Visitamos la capital varias veces y nos atrajo mucho su sentido de apertura y el gran momento creativo que está viviendo. Sentimos que era un buen punto de partida para Ace&Tate en España y en el sur de Europa. En primavera abriremos una segunda tienda en Barcelona.

¿Y cómo ves la escena creativa en Madrid?

Los creativos de la ciudad están viviendo un momento muy interesante y quisimos invertir en este talento emergente desde el primer momento. Nuestra tienda en la calle Claudio Coello fue diseñada junto con el artista callejero madrileño Digo Diego teniendo en cuenta la naturaleza alegre de la ciudad. También hemos creado una serie de guías de la escena creativa que se pueden recoger en nuestra tienda. Para cada uno de los barrios destaca-

Mark de Lange, CEO y fundador de Ace&Tate. →

dos, un joven creativo nos revela sus direcciones favoritas. ¡Tengo muchas ganas de volver! **¿Hay un número mínimo de pares de gafas que te gustaría que comprasen tus clientes al año?**

Cuando te pones un par de gafas, cambias tu imagen, cómo te sientes y cómo los demás reaccionan ante ti. Siempre me sorprendió que cambiemos de ropa según la ocasión, pero nunca cambiamos de gafas. Más que se compren un sin fin de gafas lo cual sería un consumismo descontrolado, preferimos que nuestros clientes vean las gafas como un accesorio y que tengan dos o tres marcos para ir rotando.

¿Con qué disfrutas más al trabajar en una 'startup'?

Me gusta que mi rol como fundador cambia completamente cada seis a 12 meses. Al principio me encargaba hasta de comprar el papel higiénico y reponer la nevera de la oficina. Ahora me aseguro de que sigamos siendo relevantes dentro de tres años. Disfruto mucho de trabajar con un equipo joven y motivado. También me ilusiona ver como la gente interactúa con la marca.

¿Hay algo que hubieras hecho de forma diferente?

¡Mucha cosas! Siempre quise controlarlo todo hasta que por fin acepté que para ciertos roles habíamos contratado a gente mucho más válida que yo. Si me hubiera dado cuenta antes, algunas cosas habrían sido más fáciles. Creo.

¿Dónde te gustaría ver a Ace&Tate dentro de 3 años?

Nuestra ambición es ser un jugador a nivel mundial y el líder de mercado para las generaciones Z e Y. También para mí es primordial que seamos líderes en términos de sostenibilidad. De la misma forma que se piensa en Patagonia para la vestimenta sostenible, quiero que se asocie Ace&Tate a gafas sostenibles.

¿Es posible hacer gafas sostenibles?

Nos sorprendió ver lo poco que se está haciendo en el sector. Por ejemplo, una montura de acetato se hace directamente de una losa de este material del que hasta un 75% se pierde en deshechos. No soy partidario de hacer mucho ruido hasta que no hayamos logrado que nuestro producto y negocio sean realmente sostenibles. Nos hemos marcado objetivos muy claros para que tanto nuestro packaging como las gafas usen materiales más sostenibles. Llevamos trabajando en ello de forma discreta pero constante desde hace tres años y pronto habremos alcanzado un punto desde el que me sentiré más cómodo para hablar de ello en detalle. ●

“OFRECEMOS UN PRODUCTO DE ALTA CALIDAD CON TRANSPARENCIA ABSOLUTA EN PRECIOS Y UNA EXPERIENCIA DE COMPRA OMNICANAL”

