

Look

Telfar, de viral en el móvil a viral en la tele

La compañía estadounidense, que defiende el activismo *queer* y antirracista, ha lanzado Telfar TV, un nuevo canal de distribución para vender sus productos y evitar la reventa de sus bolsos, basándose en un modelo *on demand*.

Modaes
20 sep 2021 - 05:00



Telfar ha lanzado Telfar TV, el único canal disponible para comprar sus nuevos productos. Telfar Clemens, el fundador y director creativo de la marca, presentó su nuevo bolso *duffle bag*, de cuero vegano, en una conferencia de prensa que coincidió con el último día de la Semana de la Moda de Nueva York y, apuntó que, la única manera para poder obtener el nuevo modelo sería a través de este nuevo canal.

La marca se volvió viral el año pasado, cuando diversas celebridades fueron fotografiadas con sus bolsos. **La empresa, fundada hace quince años, defiende el activismo *queer* y antirracista y ha lanzado esta nueva iniciativa para evitar la reventa de sus productos**, además, el nuevo canal jugará un papel muy importante

Modaes

en sus entregas y reabastecimientos. Los bolsos de Telfar se venden por un precio que va desde los 150 euros hasta los 300 euros, dependiendo del modelo.

El canal de televisión estará disponible las 24 horas del día y únicamente retransmitirá contenido exclusivo de la marca. Se puede acceder a él a través de un sitio web específico que ha creado la marca, o a través de una *app*, disponible para Apple TV y Roku.

Telfar Tv estará disponible a través de una web habilitada y se podrá instalar como una ‘app’ a través de Apple Tv o Roku

A través del nuevo canal, los espectadores pueden escanear los códigos QR para comprar los productos y la empresa se encargará de que todo aquel que lo solicite, pueda tener su *it bag*, introduciendo una nueva estrategia de negocio, basada en el modelo *on demand*.

Tal y como anunció Clemens en la conferencia, la empresa convertirá Telvar TV en la página de inicio de la presentación oficial de su próxima colección, primavera-verano 2022, cuya fecha aún se desconoce.

La marca unisex de Telfar Clemens salió al mercado en 2005 en la ciudad de Nueva York, pero no fue hasta el año pasado, cuando sus bolsos se hicieron virales, **que New York Magazine publicó un artículo refiriéndose al bolso viral de Telfar como el *Birkin de Bushwick*, haciendo referencia a la joya de la corona de Hermés, pero con un discurso propio** y un precio más acorde al barrio más moderno de Brooklyn.