



**JORGE BERNÁRDEZ. Director general del Poble Espanyol**

Jorge Bernárdez és el director general del Poble Espanyol des de fa tres anys. Satisfet pel més d'un milió de turistes que visiten anualment el recinte, lluita ara per atraure als barcelonins, la gran assignatura pendent. Bernárdez espera fer-ho amb una nova oferta gastronòmica que complementi l'actual recorregut arquitectònic pels territoris del país.

**“La propera gran aposta del Poble Espanyol és la gastronomia”**

**XAVI CASINOS**

**Com porta la crisi el Poble Espanyol?**

Doncs el 2009 sí que notàrem una certa davallada de turistes, però en canvi el 2010 i el 2011 hem tingut un increment important de visitants. Per exemple, estem en més de 1,1 milió de persones per temporada que compren entrada, i si comptem la gent que hi treballa o visitants que no passen per taquilla, estarem parlant de quasi 1,4 milions. El Poble Espanyol, com a centre singular, està notant molt que Barcelona s'ha convertit en un destí internacional.

### **Amb aquest augment s'ha recuperat la xifra de visitants perduda fa dos anys?**

Sí, si ho comparem amb l'any de referència en el sector turístic, el 2007, que ha estat el millor exercici en termes de visitants i econòmics al conjunt del país. Aleshores vàrem registrar també al Poble Espanyol una xifra de visitants al voltant de l'1,4 milions.

### **De vegades se senten veus contra la vocació turística de Barcelona...**

I què faria Barcelona sense turisme en aquests moments? Cal un canvi de mentalitat respecte el turisme. El seguim veient que una cosa molesta, invasora, quan el que està fent és posicionar-nos a nivell mundial com a ciutat i manté l'economia de Barcelona d'una forma decisiva. És cert, però, que en aquesta mentalitat hi influeixen factors com que en algunes zones hi ha una excessiva concentració de turistes i locals del tipus pubs irlandesos i botigues de records. Això ho han de regular les administracions públiques.

### **Què hem de millorar més com a ciutat turística?**

El servei i atenció als clients, que són els turistes, especialment en el sector de la restauració, i així oferir un valor afegit. La gastronomia pot ser una molt bona oportunitat per Barcelona aprofitant que és una de les claus en la projecció de Catalunya. Quant a la resta estem bastant be. Hi ha un bon servei d'hotels i una bona seguretat, millorable, però bona. I una arquitectura impressionant.

### **Els turistes entenen el Poble Espanyol? Que és com un resum arquitectònic de racons d'Espanya construït per l'Exposició del 29?**

Vénen amb diferents graus d'informació. Hi ha qui ho descobreix a través dels elements d'informació que tenim al recinte, i hi ha els més avançats que ja porten una guia pròpia. Però una altra vegada el repte és explicar-li al ciutadà de Barcelona.

**Com es gestiona la convivència d'activitats tan diverses com l'artesania i la discoteca?**

És bastant més senzill del que sembla. El recinte podríem dir que és un poble amb una vida pròpia, amb activitat econòmica, intercanvis socials, amors, odis... I per sobre de tot això una empresa que gestiona els interessos generals. Aquí pots entrar a les 9 del matí i sortir a les 4 o 5 de la matinada. Artesans i discoteques conviuen sense problemes per una raó molt simple, per què tenen horaris i públics diferents. Clar que hi ha conflictes, però fàcils de resoldre.

**L'artesania es ven com un dels eixos de l'oferta del Poble Espanyol, però de vegades un té la sensació que és una mica com la germana petita del recinte...**

No sé per què es pot produir aquesta sensació, perquè des del Poble Espanyol estem molt interessats a tenir una oferta artesana important, que entenem com els locals que tenen productes amb una qualitat examinada per una comissió d'experts i que es fan al mateix Poble Espanyol. Un artesà que compri fora i vengui al recinte per nosaltres no és un artesà, és una botiga. Tenim de l'ordre de seixanta establiments i més de vint són d'artesania. És un factor clau en la nostra gestió i posicionament perquè ens fa diferents. És un producte *made in* Barcelona.

**Comentava abans que els visitants poden passar moltes hores al Poble Espanyol.**

**Com és que mai hi ha hagut un hotel al recinte?**

Molt senzill, per manca de cèdula d'habitabilitat, a causa de les peculiaritats de la seva construcció, pensada en el 1929 per ser efímera. S'havia d'enderrocar després de l'exposició.

### **Costa molt mantenir un recinte com el Poble Espanyol?**

Sí. Té un cost important al llarg de l'any, tant econòmic com d'intensitat en la neteja i reparacions. Els materials de fa vuitanta anys eren diferents.

### **Heu introduït en els darrers temps una activitat diguem-ne més que singular, els casaments. Realment hi ha demanda per casar-se al Poble Espanyol?**

Sí, sí, i tant. Tenim al voltant de quaranta casaments anuals, i no només residents, sinó que ve gent de fora, irlandesos, anglesos, xinesos, japonesos, russos... Es fan bodes religioses a l'església del monestir i civils també. Tot i que encara és petita, és efectivament una nova línia de negoci.

### **El Poble Espanyol té ofertes conjuntes amb el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), però amb cap més equipament cultural de la muntanya de Montjuïc. Per què?**

Ens encantaria. De moment només hem trobat predisposició amb el MNAC, però seria bo ampliar aquesta col·laboració amb altres operadors.

### **Com es valora des del Poble Espanyol la tasca de Turisme de Barcelona?**

Doncs sobre deu, jo diria que un deu. Fins i tot podria ser un onze, ja, ja. Determinant en la projecció de Barcelona com a destí turístic i en iniciatives com Shopping Line o Convention Bureau. També és important a l'hora de donar coherència al projecte de taxa turística.

### **És partidari d'establir aquesta taxa?**

Sí, i també que es cobri algun tipus d'entrada a llocs com el Parc Güell, entre un i dos euros només, i que aquesta recaptació tingui un destí finalista en la millora de la

qualitat dels serveis turístics. És bo que les coses es valorin. La cultura del gratis a llarg termini no és positiva.

**En els seus tres anys al front del Poble Espanyol, quins han estat l'elogi i la crítica més rellevants que ha rebut?**

El millor elogi és que quan preguntem als visitants com han conegut el Poble Espanyol, més del 60% responen que algú els n'ha parlat i els l'ha recomanat. Això vol dir que a la gent li agrada. No diré que és el pitjor, però la gran assignatura pendent segueix sent millorar la relació amb el ciutadà de Barcelona. En aquest sentit, el nostre gran projecte de futur é en l'àrea de la restauració. És a dir, sumar al recorregut arquitectònic el gastronòmic, que la gent pugui tastar al Poble Espanyol els diferents plats i productes típics dels territoris del país. Aquest recorregut és igual d'interessant per al turista com per al resident.

**Per què als barcelonins els costa tant pujar al Poble Espanyol?**

Potser pel mateix que els costa anar a la Sagrada Família o a d'altres atractius de la ciutat als quals que només van els turistes. Malgrat tot, els visitants residents són un 10% o 12% del total, és a dir unes cent mil persones a l'any, que són més que els que van a molts teatres, museus o altres centres turístics. Intentem atraure els ciutadans de Barcelona amb les activitats, com els concerts d'estiu i la programació infantil dels diumenges. I després hi ha els estudiants que participen en el programa educatiu, que són uns 25.000 a l'any.

**Al Poble Espanyol hi ha representades totes les autonomies, menys Canàries. Hi ha pensat incloure elements de l'arxipèlag?**

Doncs li he de dir que és una ambició personal. La meva família viu a Tenerife i jo hi vaig créixer. No hi ha res de Canàries perquè els qui van planejar el recinte ja fa quasi

cent anys ho van fer recorrent amb cotxe el país. És evident que no van poder anar a Canàries. Tampoc van anar a les Balears, però es van poder incloure elements gràcies al fet que algú va enviar-ne fotografies. Ara estem pensant com incloure la cultura canària.



**MONTSE AGUT, copropietària del restaurant Can Culleretes**

Montse Agut ha passat gairebé tota la vida dins les parets de Can Culleretes. Sent l'orgull i responsabilitat de dirigir, juntament amb la resta de la seva família, el restaurant més antic de Barcelona, obert, encara que com a cremaria, el 1786. Assegura que la tercera generació de la família –els seus pares van agafar el local el 1958-- ja estan a punt per al relleu.

**“Hi ha dies que el 80% dels clients  
de Can Culleretes són turistes”**

**XAVI CASINOS**

**Imagini que és el primer cop que vinc a Can Culleretes. No sé què menjar i vostè m'ha d'oferir un menú per convertir-me en client fix. Què em portarà?**

Podríem començar amb els nostres canelons, que tenen molta fama. Després podríem fer un civet de senglar o un garrinet a la catalana. Si és més de peix, doncs un llenguado amb ametlles. I de postres, que es una de les nostres especialitats, un pastís

de la casa, per exemple la cúpula de xocolata, que és una mousse amb un cruixent de praliné i un cor de vainilla.

**Aquesta especialització en postres és potser un homenatge als orígens de la casa, que va començar el 1786 en aquest mateix local com a cremaria...?**

De fet, la carta de postres la vaig començar jo quan els meus pares es van fer càrrec del restaurant. Jo no sabia fer ni un pa de pessic, res de rebosteria. Vaig anar a l'Escola Hofmann i allà hi vaig aprendre molt. Per això tenim aquesta carta de postres una mica fora de l'habitual com a valor afegit del restaurant.

**Com van de culleretes? En tenen prou o encara els en manquen?**

Ja, ja, vostè coneix be aquesta anècdota. Sí, sí, en tenim de sobres. Això ve del començament del local, quan era una xocolateria. Diu la història que sempre es necessitaven culleretes i el personal cridava: “¡Nois, culleretes!, ¡nois, culleretes! I d'aquí sembla que ve el nom. Una altra versió diu que va ser el primer lloc on tenien culleretes de metall, però crec que la bona és l'altra.

**Can Culleretes consta com el restaurant més antic de Barcelona, malgrat se sap que en els primers temps no era restaurant, sinó cremaria.**

Be, els del Guinness ens reconeixen com el més antic. Nosaltres no ho demanàrem. Nosaltres mai no fem publicitat pagant.

**I per què no en fan. Resulta una mica estrany en aquests temps.**

Per què fins avui hem considerat que no feia falta. Només ho hem fet una vegada a *El Periódico*, a una secció que es deia *Abrimos en agosto*. I també paguem a les *Páginas amarillas*. Per suposat, també tenim presència a internet. I això ho hem pogut fer perquè el local sempre ha estat restaurant i al mateix lloc.



**És com un miracle trobar-se encara a Barcelona un lloc com aquest, quan el que domina en aquest sector i d'altres són les franquícies i les cadenes... S'ha de lluitar molt per sobreviure en aquest context, per mantenir-se com ho han fet vostès?**

Sí, costa. El nostre avantatge és que ho portem la família. Només tanquem un mes a l'estiu. La resta de l'any estem al peu del canó.

**I la família continuarà la tradició?**

Sí, sí. Almenys la tercera generació està assegurada.

**Vostè i la seva família senten que tenen una responsabilitat per mantenir la solera d'un local tan històric i singular per a Barcelona com és Can Culleretes? En són conscients?**

I tant, seria molt greu no fer-ho.

**Quanta gent treballa al restaurant?**

Unes vint persones, i els caps de setmana algú mes.

**I quantes taules serveixen al dia?**

Unes 150 al migdia; al vespre depèn de l'època, i els caps de setmana podem fer perfectament 300 persones.

**Com valora el sector de la restauración a Barcelona? Hi ha una bona oferta? Va a la baixa? Cal impulsar-ho una mica més?**

Els locals de sempre anem fent les coses bé, però, especialment a Ciutat Vella, s'estan deixant obrir massa llocs on no es tracta gens be als turistes, ni se'ls dóna la qualitat de

menjar apropiat. Hauria d'haver-hi més control. I després els preus que fan pagar als turistes a alguns llocs, unes clavades que ens fan molt mal a tots. Ara hi ha molts clients estrangers que a més de la carta en el seu idioma la demanen també en castellà o català, perquè ja saben que a alguns locals hi ha dos preus. Hi ha qui diu que és igual, que els turistes no tornen. Doncs això és relatiu. Si tornen a Barcelona, tornaran als llocs on han menjat i els han tractat bé. I si no tornen, ho recomanen a amics.

**Aproximadament quina proporció de turistes té com a clients?**

Doncs hi ha dies que arriben a ser el 80%. Tenint en compte que, com amb la publicitat, nosaltres no donem comissions a hotels i taxistes perquè ens portin clients, considerem que és tot un èxit.

**La opinió pública de Barcelona està dividida respecte el turisme. Uns reconeixen que és peça bàsica de la nostra economia, però hi ha també qui es queixa del seu impacte. Vostè de quina banda està?**

Jo també em queixo d'alguns turistes. Segons quins ja no els deixem entrar, com els comiats de solters i persones que no estan en condicions, però afortunadament, almenys els que vénen a casa nostra, són minoria.

**Creu que el sector de la restauració està prou recolzat per les administracions?**

Doncs no gaire, especialment en el terreny de les normatives. Per exemple, un local com el nostre, de tants anys, és impossible que pugui complir les mateixes normes que d'altres fets de nou. Fins i tot vàrem haver de treure les bigues originals de 1786. No va haver-hi forma de poder-les mantenir malgrat tot el que vam lluitar. Hi ha un excés d'inconvenients.

### **I quant a promoció de la ciutat a través d'entitats com Turisme de Barcelona?**

En aquest sentit no es fa malament. La prova és la quantitat de gent que ve. Això significa que es fa una bona feina de promoció.

### **Pregunta de nota. Digui un restaurant de Barcelona que no sigui Can Culleretes.**

Ja, ja. Vaig molt al Merendero de la Mari i a Ca l'Agut. El Hofmann també m'agrada molt. El Botafumeiro... La veritat és que n'hi ha molts.

### **El seu dia més feliç a Can Culleretes.**

Potser el dia que vam celebrar els cinquanta anys. Va venir molta gent i va ser molt maco. Van enviar tantes flors que no sabíem on posar-les i les anàvem regalant als convidats quan marxaven. També tinc molt bon record d'alguns clients, com en Mario Cabré, que era molt bon amic. També recordo el dia que va venir el president Jordi Pujol poc després de sortir de la presó. No va tornar més fins no fa gaire. Ja no era president i se'n recordava.

### **I un dia amarg?**

Amarg, amarg, no en recordo cap especialment.

### **Qui voldria que entrés un dia a Can Culleretes?**

En George Clooney, ja, ja. Això no cal que ho posi, ja, ja.



**JAUME DONCOS, responsable de l'històric negoci de partitures Casa Beethoven**

Jaume Doncos és l'actual responsable de Casa Beethoven, comerç de visita obligada quan es cerca una partitura de qualsevol estil musical. Situada al número 97 de la Rambla, tocant al Palau de la Virreina, abans el va regentar el seu pare, i abans el músic Lluís Maria Gonçaga Jordà, a qui li va traspasar Rafael Guàrdia, que va obrir el negoci el 1880. Casa Beethoven resisteix ferma enmig de franquícies, *souvenirs* i *fast foods*.

**“Molts turistes entren pensant  
que Beethoven havia despatxat aquí”**

**XAVI CASINOS**

**És com un miracle que un negoci de venda de partitures com Casa Beethoven existeixi encara avui a Barcelona, al cor de la Rambla...**

Sempre ha estat un miracle per què és un article molt minoritari, però actualment, amb la crisi i la pirateria, podríem fins i tot dir que és un doble miracle. El que passa és que estem en un lloc privilegiat i això ajuda molt.

**No teniu una mica de complex d'Asterix, d'aldea dels gals que resisteix en una Rambla pràcticament conquerida per les franquícies, els negocis de *souvenirs* i les cadenes de menjar ràpid?**

En certa manera sí que fem una mica de resistència, però aguantarem, ja, ja. De fet, a algun estranger que ha entrat li ha fet fins i tot gràcia trobar catalans al front de la botiga, com si fos una cosa estranya que ja no es troba.

**Parlava de la pirateria. És veritat que a internet pots trobar qualsevol partitura i descarregar-la gratuïtament. Realment ho heu notat?**

No ens ha fet el mal que ha fet a les discogràfiques, però cada cop va a mes i amb impotència per parar-ho per què les noves tecnologies no es poden aturar. El que pot passar és que el negoci de les partitures quedi reduït a uns pocs reductes molt especialitats que subsistiran.

**Heu entrat en el negoci d'internet? Veneu partitures a la xarxa?**

Sí, però contra reembossament, per què és il·legal que jo les pengi per què els compradors les baixin o que les enviï per correu electrònic. Hi ha drets d'autor, *copyrights*, que crec que s'han de respectar en un negoci com aquest.

### **Quantes partitures diferents teniu a la botiga?**

Unes 120.000. Al ser un article petit, permet tenir molt fons. A més, s'ha de tenir en compte que un mateix tema pot tenir varies versions i n'hi ha també per diversos instruments.

### **Fa uns anys, quan un buscava una partitura de música clàssica, sabia que tard o d'hora havia d'anar a parar a Casa Beethoven. Ara també passa amb els estils moderns. Quan us vareu obrir també a la música actual?**

De fet des de sempre. El que passa és que el nom de Casa Beethoven s'associa a la música clàssica. Però ja als anys 40 sembla ser que varem batre rècords venent partitures del tema de la pel·lícula *El tercer home*. Els cuplets han estat tanmateix presents a la botiga des del primer dia.

### **Quina ha estat la partitura més rara que li han demanat mai?**

La veritat és que després de 32 anys venent partitures res se'm fa ja estrany. Li puc dir per exemple que he venut molt el *Cara al Sol*. El més difícil és quan algú et demana una partitura de la que no sap el nom i la intenta cantar, a vegades desafinant, i has d'intuir quina és. És quasi una prova de concurs.

### **He llegit que ha arribat a buscar partitures per a clients quasi a l'altra banda del món. On ha estat el lloc més llunyà on n'ha cercat?**

Al Japó, i darrerament molt sovint per què hi ha autors del moviment *new age*, que està de moda, que els has de dur d'allà.

### **Entren molts turistes a Casa Beethoven?**

Sí, gràcies a ells sobrevivim de fet. Els clients locals ens han baixat entre d'altres coses per què a causa de la crisi hi ha menys nois que poden estudiar música. Molts turistes entren pensant que Beethoven havia despatxat aquí, ja, ja.

### **Juri'm que és veritat que un dia va entrar un senyor preguntant pel senyor Beethoven i que no és una llegenda urbana més.**

Doncs es veritat. Va passar els anys setanta. El meu pare ho va sentir, i el senyor Jordà, aleshores propietari de la botiga, li va dir molt seriós que havia sortit a prendre un cafè amb el senyor Mozart, ja, ja.

### **Un negoci tant singular com aquest creieu que rep un adequat recolzament de les institucions en la seva promoció, com Turisme de Barcelona?**

A mi no m'agrada tenir privilegis per ser diferent, ni ajuts. Tenim la gran sort que el nostre article és per artistes. Aquí venen a comprar Raimon, Mont Plans, Lloïl Bertran, Montserrat Caballé, Paco Ibáñez, Marina Rosell..., i ells et donen un recolzament moral que fa coixí i ajuda molt. El que han de fer les institucions és posar els mitjans i que el mercat es reguli. Com a botiga emblemàtica soc partidari que no ens ajudin.

### **Algun dels nous negocis que dominen ara la Rambla li ha fet ofertes per traspasar el local?**

Sí, algunes, ja fa uns anys. Però el fet d'estar tocant al Palau de la Virreina limita molt el tipus d'activitat. Això fa que la pressió tampoc hagi estat excessiva.



**LLUÍS VENDRELL, copropietari d'Unión Suiza**

Amb els seus altres tres germans carrega a l'esquena 172 anys d'història de la Unió Suïza, emblemàtica joieria i rellotgeria de Barcelona. Lluís Vendrell, que també presideix l'associació comercial Barcelona Shopping Line, reclama més i millors connexions aeroportuàries i reclama més consens amb les administracions a l'hora de legislar en matèria comercial.

**“A Unió Suïza volem donar  
valor a la marca pròpia”**

**XAVI CASINOS**

**Dirigir un negoci com Unió Suïza, amb una història de 172 anys a l'esquena, què provoca més, por o orgull?**

A mi i als meus altres tres germans el que ens fa és respecte, pel que els nostres avantpassats han fet i per dur l'empresa a bon terme. I després també perquè



establiments com el nostre formen part de la història i la cultura de Barcelona, i això, per als qui ens estimem aquesta ciutat, porta molta responsabilitat.

**Com veieu des d'un establiment barceloní i històric com el vostre la colonització que en els darrers anys s'ha produït de cadenes i franquícies en el comerç de la ciutat?**

Quan una ciutat té atractiu –i Barcelona és indubtable que el té— és inevitable que sigui objecte de desig de les multinacionals. És una conseqüència del gran impuls que Barcelona va prendre amb els Jocs del 92, primer, i més tard quan l'alcalde Pasqual Maragall va crear Turisme de Barcelona. Aquesta ciutat ha canviat de dalt a baix en dues dècades.

**Una pregunta obligada. Com porta Unión Suiza la crisi?**

Som una empresa que estem buscant nous camins. A Barcelona i Madrid subsistim bé, perquè estem dins de l'eix turístic. En aquest sentit estem en una situació privilegiada en ser una marca emblemàtica i distribuir-ne d'altres d'emblemàtiques també. Ara bé, en un moment determinat vàrem decidir que havíem de donar un tomb al negoci, que no només havíem de vendre i distribuir els productes dels altres, sinó que havíem de posar en valor la nostra marca, Unión Suiza. Era tornar als orígens de joiers i rellotgers amb tallers i fàbriques pròpies. És el que fan altres marques històriques i de prestigi com Tiffany's i Cartier. En aquests moments, el 90% de les nostres joies estan fabricades per Unión Suiza i el 40% a Catalunya. La marroquineria, escriptura i rellotgeria es fabricarà tota a Europa. És donar excel·lència a la pròpia marca.

**El turisme pesa molt en aquest moments en el vostre negoci?**

Sí, actualment molt. La demanda interna s'ha parat. En aquests moments el turisme és molt important per al comerç, no només per a Unió Suïza. Això es veu per exemple fent un recorregut pels eixos del Shopping Line. No hi ha botigues tancades, ni en les seves vies adjacents. Tant bon punt t'allunyes i vas cap als barris, la cosa ja es fa més difícil.

**En un moment com l'actual, d'economia difícil, l'objecte de luxe més que un caprici és una inversió segura? Estic pensant ara en una joia cara?**

És cert que hi ha gent que hi veu el doble vesant, que es compra una joia perquè li agrada i que a l'hora no perdrà mai el seu valor, però a mi m'agrada més pensar que el gran valor sempre és més sentimental.

**Vostè és una persona molt vinculada a Barcelona. Copropietari d'Unió Suïza, president del Shopping Line, membre de la Cambra de Comerç... Des d'aquesta perspectiva, creu que aquesta ciutat està més preparada que d'altres per superar la crisi?**

Barcelona té un ADN molt especial, còmode per viure... Però amb això no n'hi ha prou perquè les empreses vinguin a invertir. Ens manquen encara infraestructures i més connexions internacionals. A més, la lluita avui no és entre països, és entre ciutats. Espanya no competeix amb França; Barcelona competeix amb París. Tenim indústries interessants, com la de l'automòbil. Tenim el port en nombre de passatgers més important del Mediterrani, però ens falla estrepitossament l'aeroport. Les connexions amb Àsia i Sud-amèrica són molt deficientes. És important que els nostres polítics lluitin per això.

### **Què opina d'Eurovegas. És una bona aposta o no?**

Doncs és una gran incògnita. Tot depèn de com es faci. A Las Vegas i a Macao aquests complexos han crescut a llocs on no hi havia res. No és el cas de Barcelona. Si es fa com a Macao em provoca vertigen. Si es fa a l'europea i racional pot ser diferent, però ho hem de veure. Dependrà molt de com es faci finalment.

### **Heu parlat de Turisme de Barcelona com una de les millors iniciatives per Barcelona. Tot i així, creieu que les administracions han estat prou al costat del comerç?**

En primer lloc vull deixar clar que els negocis els han d'aixecar els seus propietaris. A partir d'aquí potser sí que ens ha mancat una mica més de sintonia i diàleg, a l'hora de fer lleis, per exemple. En aquest sentit, Turisme de Barcelona és modèlic. Hi ha el sector públic i el privat, a més amb majoria. Hauríem de ser capaços de fer més coses com Turisme de Barcelona.

### **Parlant de lleis, està d'acord amb la liberalització dels horaris comercials?**

És evident que la realitat del turisme pot fer necessària una certa obertura horària, però demanem consens amb els agents afectats a l'hora de plantejar una mesura com aquesta.



Des de 1861, Casa Gispert (Sombreres, 23) rep als seus clients a l'ombra de Santa Maria del Mar, la catedral del mar de Barcelona. Va començar venent productes colonials i més tard es va especialitzar en el torrat de fruits secs. Cent cinquanta anys després segueix sent un referent, tot i que han canviat algunes coses. Ja no pertany als Gispert, sinó a la família Margenet, i amb en Marc Martínez (38 anys) al front, aquest històric establiment ja exporta a nou països.

## **“Treballar a Casa Gispert és més que una feina, és un llegat històric”**

**XAVI CASINOS**

**Com pren un la decisió de dedicar-se a l'ofici de torrar fruits secs?**

Estava treballant a la universitat fent recerca científica i vaig veure que no hi havia massa futur. Vaig descobrir això per casualitat, vaig entrar i em vaig enamorar d'aquest establiment. Va coincidir amb que buscaven gent, em vaig oferir, i aquí estic.

**Quant temps hi portes ja?**

Vaig començar que tenia vint-i-sis anys i aviat farà dotze que hi soc.

**I quina és exactament la teva tasca?**

Vaig entrar com a cap de magatzem i torrador, atenc clients, distribuïdors, clients estrangers, faig el catàleg de cistelles...

**Vaja, l'encarregat, que en deien abans...**

Doncs sí, podríem dir-ho així.

**Ara el negoci ja no és de la família Gispert, tot i que en conserva el nom...**

El senyor Gispert va morir fa uns vint anys i la vídua, l'Anna Nubiola, ja ho anava a tancar, però van aparèixer dos germans que es dedicaven a la producció de l'avellana a Santa Eulàlia de Ronçana i la van convèncer per què els hi vengués. Des d'aleshores el negoci pertany a la família Margenat.

**Amb tots aquests anys vinculat al negoci, sents un cert pes de compromís en preservar-lo tal com és i ha estat sempre?**

Sí. Per a mi és més que una feina, és un llegat històric que té Barcelona. A part de ser una botiga on es ven molt bon producte, està molt relacionada amb la cultura i la gastronomia catalanes.

**Quina creus que ha estat la teva aportació més personal al negoci en aquests quasi dotze anys?**

Potser l'obertura d'una línia d'exportació dels nostres productes. Vaig ser jo qui va insistir i estic content per què de moment funciona molt bé. Estava convençut que era el futur. Ara estem venent a nou països.

**I què té el vostre producte per què hagi entrat tant bé en els mercats internacionals?**

Nosaltres potenciem el producte de la terra. Ametlles de Lleida, pinyó de Girona, l'avellana, a part de la nostra, és de Tarragona, el fastuc del Priorat. Sempre que es pugui el producte és autòcton. Quant més a prop millor podràs controlar la qualitat.

**Abans també es torrava cafè. Per què es va deixar?**

Per què ja hi ha molta gent que ho fa. Es va optar per l'especialitat del fruit sec, que és el que pràcticament no fa ningú.

**I suposo que el tipus de torrat que feu també ha de comptar. Deu ser gairebé com la fórmula de la Coca-Cola...**

La fórmula és: sempre producte de la terra, de calibre gran. El nostre forn és el més antic d'aquest disseny i de llenya. Té la flama a la dreta i el fruit sec agafa un punt de fumat. Torrem, però no en excés.

**Creus que hi ha hagut una mica de deixadesa a les ciutats a l'hora de preservar negocis històrics com Casa Gispert?**

Diria que s'estan permeten molts tipus de negocis que potser no són una bona aposta per la ciutat i que no donen la imatge del país. S'haurien de trobar solucions per aquest tipus de negocis. També hi ha masses traves administratives.

**Parlàvem de l'administració burocràtica, però si ho fem d'institucions com Turisme de Barcelona, creus que fa una bona promoció del negocis singulars de la ciutat?**

Sí, clar, però també he de dir que moltes vegades es tracta de negocis tant especialitzats que per arribar a algunes guies ho hem de fer per nosaltres mateixos.

**Com porta la crisi el negoci del fruit sec?**

En el nostre cas no ho portem malament. Tenim tres branques de negoci: el detall, la distribució i l'exportació. El que hem de vigilar una mica més és el de la distribució, doncs molts negocis que són clients nostres sí ho estan passant malament.

**Creus que la qualitat és bàsica a l'hora d'encarar la crisi?**

Sí, imprescindible.