



La ruta del comerç divers a Barcelona:

L'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni

TRENCANT RUMORS AL COMERÇ

COL·LECCIÓ **NOSALTRES TAMBÉ FEM CIUTAT**

La ruta del comerç divers a Barcelona:

L'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni

TRENCANT RUMORS AL COMERÇ



Aquest document ha estat elaborat per



amb el suport de



amb la col·laboració de



COL·LECCIÓ **NOSALTRES TAMBÉ FEM CIUTAT**

La ruta del comerç divers a Barcelona:

L'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni

Edita:



Viladomat, 174
08015 Barcelona (Catalunya)
pcomerc@pimec.org
www.comerc.pimec.org

Coordinació del projecte: Miquel Àngel de Garro

Fotografies: Carles Camps©

PIMEComerç 2017

És permesa la reproducció i la comunicació pública sempre que se'n faci un ús no comercial i se citi el titular dels drets d'autor mitjançant la següent referència: "La ruta del comerç divers a Barcelona: L'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni."

Index

Presentació Alex Goñi i Ferrer	7
Presentació Gerardo Pisarello i Agustí Colom i Cabau	8
Introducció	10
Jovani & Vins	14
The Fish & Chips Shop	20
MônMas	26
Pastisseria Ochiai	32
Espai de Te	36
Di Schiave	44
Colibantan	52
Ragù	58
Lambicus	66
Llibreria Antinous	72

Presentació

Àlex Goñi i Febrer
President de PIMEComerç

Des de PIMEComerç estem molt orgullosos de poder presentar aquest nou títol de la col·lecció Nosaltes també fem ciutat. Després de dedicar l'anterior volum a Nou Barris, enguany us fem arribar una mostra de 10 comerços ubicats a l'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni. Totes dues zones de la ciutat són tan diverses com els 20 comerços seleccionats per a cadascun dels llibres. És una forma de visualitzar la diversitat (d'orígens, de propostes de negoci, de concepció del comerç...) que compon el comerç de proximitat de Barcelona.

En apropar-nos als propietaris d'aquests establiments hem confirmat allò que ja sabíem: que el districte de l'Eixample, com altres zones de la ciutat, està ple de botiguers amb empena, amb voluntat de fer les coses ben fetes, amb capacitat d'incorporar noves tendències i estratègies als seus comerços; i, sobretot, que trenquen tòpics i creen llaços forts i estrets amb la resta de veïns dels seus barris. De fet, molts d'ells són més que establiments comercials: són espais oberts, a l'Esquerra de l'Eixample i a Sant Antoni, per apropar cultures i formes de fer, i per compartir.

També són molts els que posen en valor la importància de sumar esforços a través del món associatiu



per tirar endavant aquests comerços que, com tants d'altres a les nostres ciutats, enriqueixen i mantenen vius els carrers. Així mateix, la majoria estan sabent integrar l'entorn físic i el digital, per aprofitar les oportunitats de les noves tecnologies sense perdre el valor afegit del comerç de proximitat.

Estem segurs que gaudireu llegint les experiències empresarials i de vida que conté aquest llibre, i que més d'un d'aquests establiments passarà a formar part del vostre circuit de compres.

Presentació

Gerardo Pisarello
Regidor de l'Eixample



Cap de nosaltres podria concebre Barcelona sense el comerç de proximitat. Aquesta activitat, vinculada a la història i a la realitat dels barris, no només genera riquesa i ocupació. També aporta cohesió social i diversitat.

En Domenico, la Carme, en Takashi, la Rocío i en Henk són alguns dels comerciants que han triat l'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni per obrir els seus petits negocis. Aquesta nova publicació sobre el co-

merç divers a Barcelona ens acosta els seus i altres itineraris vitals i laborals. Són una bona mostra dels valors i els beneficis intrínsecs del comerç de proximitat.

“Som una botiga de barri, perquè el barri fa la nostra botiga”, afirma la Muntsa, comerciant d'un celler de Sant Antoni, per explicar la seva implicació amb el barri. Els petits comerços com el seu són molt més que botigues. No només venen productes. Cuiden els seus clients, els seus veïns i veïnes, amb tot el valor afegit que això comporta pel que fa al bon tracte, l'assessorament personalitzat i la confiança. Són llocs de trobada, punts de salut, clubs de lectura, espais per participar en activitats lúdiques, com ara tallers o concursos de gastronomia... En definitiva, indrets on compartir experiències i fer ciutat.

A més, el comerç divers també ens ofereix valuoses històries que ens parlen sobre integració, convivència i associacionisme, i que ens permeten alliberar-nos de prejudicis i estereotips.

La ruta que us proposem tracta, doncs, d'un recull d'experiències i també de l'èxit d'un procés d'adaptació basat en el respecte mutu que, sens dubte, aporten valor humà i representen un important actiu per al nostre districte. Són la mostra que el comerç dinamitza el barri, el modernitza i el dota de vida i cohesió.

Agustí Colom i Cabau
Regidor de Comerç i Mercats

Barcelona és una ciutat dinàmica, empenedora i socialment cohesionada amb una oferta comercial àmplia, de qualitat, innovadora i singular. El comerç de proximitat de Barcelona i els mercats municipals són motors generadors d'ocupació de qualitat, però també són una peça clau a l'hora de crear barris vius i fomentar la cohesió social i la convivència, la qualitat de l'espai públic, una mobilitat més sostenible i la seguretat dels nostres barris.

Als barris de l'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni hi trobem alguns dels nuclis comercials interessants de la ciutat on passejar, mirar, comprar, menjar i gaudir d'activitats de lleure. Les botigues d'aquests barris ofereixen un tracte proper i un servei personalitzat, i els seus comerciants són professionals experts i responsables, implicats amb l'entorn.

El comerç de proximitat és una peça fonamental per mantenir el model de ciutat sostenible i responsable que volem. Amb aquesta iniciativa posem en valor els nostres establiments arrelats que conformen la nostra personalitat i que ofereixen una gran especialització que ha fet que els nostres veïns i veïnes confïin i gaudeixin de la seva presència al barri.



En aquesta publicació que ara us presentem trobareu no només un itinerari a través del comerç integrador de Sant Antoni i l'Esquerra de l'Eixample, sinó també el testimoni de comerciants que, provinents de molt diversos orígens geogràfics, han triat aquests barris per posar-hi el seu establiment. Volem, per tant, reconèixer la riquesa i la diversitat del comerç dels nostres barris i convidar-vos a gaudir d'un tresor més de la nostra ciutat.

Introducció

Des de PIMEComerç encetem la segona publicació de la col·lecció “Nosaltres també fem ciutat” amb aquest nou títol de La ruta del comerç divers a Barcelona: l’Esquerra de l’Eixample i Sant Antoni. I ho fem amb molta il·lusió i amb moltes ganes de seguir descobrint comerços espectaculars de la nostra ciutat.

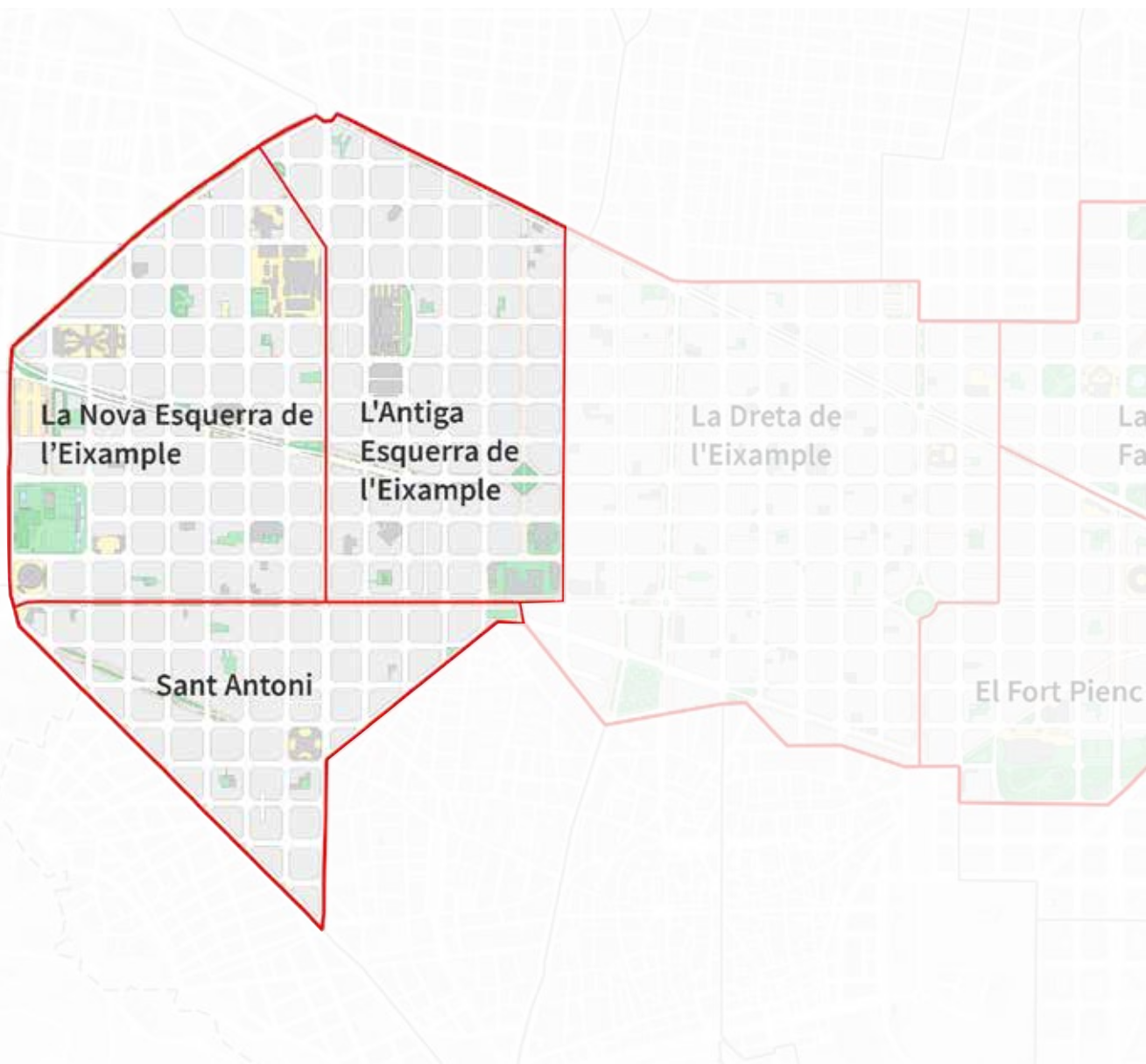
Recorrem aquesta vegada la meitat del districte de l’Eixample, donada la seva extensa dimensió, per mostrar 10 comerços situats en els barris de l’Esquerra de l’Eixample i Sant Antoni. A través d’ells percebrem la riquesa de la diversitat que representa el comerç de la nostra ciutat. En aquest sentit, no només ens referirem a la diversitat cultural, sinó també a altres aspectes com la sostenibilitat, l’emprenedoria, l’especialització, la innovació i la qualitat.

Descobrirem, a partir de cadascun d’aquests comerços, diferents històries que ens parlaran sobre les seves experiències d’integració, l’esforç per construir el seu somni, la seva perseverança per ser únics, la confiança en els seus projectes tant individuals com col·lectius, etc. En definitiva, veurem de primera mà

què hi ha més enllà del taulell i descobrirem la realitat de les persones que fan del comerç de l’Esquerra de l’Eixample un comerç meravellós.

Aquesta ruta ens portarà des de les vinyes del Penedès fins a la cuina de fusió pakistanesa. Descobrirem l’essència dels productes ecològics i sostenibles, tot passant per les experiències d’un pastisser que elabora exquisideses catalanojaponeses. Serem testimonis de les vivències d’una xinesa que ha creat una porta directa de la seva cultura a Barcelona, i ens deixarem encisar per les creacions artesanes d’una atelier argentina que fa realitat els desitjos de qualsevol núvia. Continuarem el recorregut per un increïble oasi de l’art africà enmig de Barcelona, i visitarem un restaurant que ens traslladarà a Nàpols per tastar la seva autèntica gastronomia. I, finalment, aprendrem d’un belga tota la ciència que hi ha darrere el món de la cervesa, per acabar entrant a la llibreria LGTB de referència a la ciutat, situada en un eix tan potent com és el Gaixample de Barcelona.

Recorda que el comerç fa ciutat i, si és divers, la fa millor.
Endavant, gaudeix d’aquesta experiència!



La Nova Esquerra de l'Eixample

L'Antiga Esquerra de l'Eixample

La Dreta de l'Eixample

Sant Antoni

El Fort Pienc

La ruta del comerç divers a Barcelona:

L'Esquerra de l'Eixample
i Sant Antoni

Jovani & Vins

Montsa Jovani
Autòctona

C/Compte Borrell, 30
Sant Antoni
Barcelona

Què és Jovani & Vins?

Jovani & Vins és molt més que aquesta botiga. L'espai d'aquest comerç és tan sols la punta del gran iceberg que hi ha darrere. El negoci el portem tres germans que, ja fa gairebé 10 anys, vam decidir muntar una empresa relacionada amb el món del celler. El vam obrir concretament al Penedès, on actualment elaborarem productes com el nostre cava Berdié i diverses varietats de vi.

Hi ha, doncs, molta feina darrere, no?

Sí, efectivament. Des del dia que vam prendre la decisió de posar-nos-hi, ja vam considerar que havíem d'invertir el cent per cent dels nostres esforços. D'aquesta manera, vam anar deixant les nostres respectives feines per tal de dedicar-nos plenament al nou negoci. A poc a poc i sobretot amb molt d'esforç, vam aconseguir fer-nos un nom dins el mercat, fins al punt que vam obtenir diferents reconeixements. De fet, un dels nostres caves ja porta tres anys posicionat internacionalment com un dels millors, segons el rànquing Parker. Per a nosaltres, això significa molt perquè som un comerç petit, però, igualment, ens estem movent entre els més grans productors.

Aleshores, com arriba un petit comerç amb celler a fer aquest gran salt?

Treballant pràcticament les 24 hores del dia, com aquell qui diu! Però també és molt important per a nosaltres posar-hi tot l'amor possible. Si no treballés-



sim amb la passió amb què ho fem, segurament no hauríem assolit les fites de les quals, avui dia, podem enorgullir-nos.

I per què escull Sant Antoni, Jovani & Vins?

Per diferents factors. El nostre pare era del Poble Sec i la nostra mare, de Sants; per tant, malgrat que tinguem el celler al Penedès, nosaltres, de cor, volíem estar a Barcelona, i, si podia ser, en un barri que ens resultés propi i acollidor, com és el de Sant Antoni.

En què creus que ha innovat Jovani & Vins?

Hem de dir que som una botiga-celler que no només ven el seu propi producte, sinó que hem apostat per traçar sinergies amb altres productors de vins d'arreu de Catalunya; aquests productes els oferim igualment perquè volem ser al més oberts possible. En el nostre comerç es poden trobar tot tipus de vins i caves, cosa que entenem que és el que vol el consumidor. És a dir, volem oferir la possibilitat de tenir una experiència (tan àmplia com sigui possible) tan bon punt s'en tra a la nostra botiga.

A més, el món del vi ens apassiona i això també és el que volem transmetre. No volem ser una botiga de vins corrent i seriosa, sinó que volem alliberar-nos de tots els complexos i estereotips per tal d'encomanar aquesta passió als nostres clients. En definitiva, volem que les persones que ens visiten sentin el món del vi de la mateixa manera com el sentim nosaltres.

I aquesta definició que feu de vosaltres com a “despatx de vins”, a què respon?

D'una banda, al fet que tradicionalment, a les botigues, es despatxava el vi (és per això que tenim aquests mostradors tan grans i tota aquesta decoració). I, de l'altra, perquè, a la primera planta del comerç tenim el nostre propi despatx, des del qual organitzem tot el funcionament del negoci. Per aquest



“Volem alliberar-nos de tots els complexos i estereotips per tal d'encomanar aquesta passió als nostres clients”



motiu, nosaltres no només venem el vi o el cava, sinó que el despatxem, amb tot el valor afegit que això comporta pel que fa a l'assessorament, la proximitat i altres factors intrínsecs.

Podries explicar-nos quin valor afegit oferiu com a comerç a Jovani & Vins?

Hi ha diversos aspectes que cal contemplar. En primer lloc, per exemple, volem ampliar l'oferta de tot allò que venem i, per això, també tenim formatges d'arreu del món: disposem de fins a setanta varietats

diferents, procedents de tot Europa, encara que la majoria són catalans. Treballem amb Xarigots, uns afinadors de formatges que ens assessoren i ens ajuden a mantenir la millor qualitat dels productes de què disposem. De fet, nosaltres tenim una base de 250 formatges, dels quals, segons la temporada, se'n poden anar trobant uns o altres al nostre frigorífic. Podríem dir que tenim una oferta dinàmica.

En segon lloc, també oferim tastos però no dels típics, sinó que intentem fer maridatges o activitats diferents i innovadores com tastos de vins rosats combi-

nats amb xocolata, associacions de vins a pel lícules, tastos de whiskies acompanyats amb música de gaita escocesa en directe, etc. En definitiva, volem aportar una experiència 360° que no es limiti als vins sinó que vagi més enllà.

En darrer terme, també està agafant força volada el nostre Club de Vins. Aquest espai és un punt on els nostres socis del club poden gaudir d'aspectes exclusius relacionats amb el món dels vins. És un espai on qualsevol amant del vi pot venir a passar una bona estona: organitzem, per exemple, tastos especials i espais per emmagatzemar vins concrets dins la nostra bodega; en definitiva, hi prestem un servei més especialitzat.

Què creieu que aporta Jovani & Vins, com a botiga, al barri?

D'una banda, hem esdevingut un punt de trobada per a tota aquella gent del barri que sigui amant del vi. El nostre local també els serveix —a través de les activitats que organitzem— per generar un vincle i, fins i tot, una amistat entre ells i nosaltres. D'altra banda, hem aconseguit ser un punt de referència pel que fa a l'assessorament personalitzat del producte, amb la característica afegida que ho fem des de la proximitat i la confiança.

Quin nivell d'importància té el món online per a una botiga com Jovani & Vins?

La veritat és que en té molta, ja que tot el món online i el de les xarxes socials eren, des de bon principi, una part crucial del nostre negoci. En efecte, ens ha servit per fer-nos conèixer i, alhora, poder generar interaccions amb els nostres clients.

El món digital és una realitat el 2017 i el que no podem fer és donar-li l'esquena. És més, internet és un mitjà fonamental per generar més clients als

quals seria impossible d'arribar-hi físicament, des de la botiga. Per exemple, ens trobem moltes vegades amb clients que són de fora de Barcelona però que visiten la nostra botiga i volen seguir comprant-nos i conèixer més les nostres activitats des dels seus llocs d'origen.

Tanmateix, això s'ha de complementar amb el servei de proximitat, la confiança i el tracte personal o “de tu a tu” que oferim. Podríem dir que el món online i el comerç de proximitat són dos conceptes complementaris, no pas excloents!

Quin és el vostre producte estrella?

Sobretot els caves Berdié i, especialment, el “Cava Amor”, que té força èxit. Pel que fa als vins, el que més triomfa és el primer Priorat que hem produït, anomenat “L'home tranquil”. De fet, és cert que tenim vins d'arreu del món, però també ho és que la nostra aposta pel producte de proximitat és clara. Creiem fermament que a Catalunya hi ha un molt bon producte i una molt bona matèria primera. Això és precisament el que volem posar en valor, tant aquí com a fora, perquè entenem que s'ha de fer conèixer la gran riquesa que tenim al nostre país.

I, ja per acabar, quina implicació té Jovani & Vins amb el barri de Sant Antoni?

Formem part de l'associació de comerciants del barri des de fa ja un any i mig. La veritat és que és un espai molt dinàmic ja que organitza moltes activitats per al comerç com ara concursos de fotografia o la coneguda ruta del Tapa Antoni. En aquest aspecte, és molt útil l'associacionisme perquè és una forma més d'obrir-nos als veïns i que, d'aquesta manera, ens puguin conèixer millor.

4'95€
nyes
8'95€
25
8'50



VERMUTEJA

FORMATGE
Consultans
les
propostes
de la
setmana
50€/ració



**“Jovani & Vins és
una botiga de barri,
perquè el barri fa la
nostra botiga”**

The Fish & Chips Shop

“Mani” i “Magic”
 Restaurant slow-fast-food
 Pakistan

C/Rocafort, 70
 Sant Antoni
 Barcelona

Qui sou Fish & Chips Shop?

Fish & Chips Shop és un negoci creat pel meu germà, el Màgic, i jo mateix. El nostre comerç es basa en el concepte de la cuina anglesa del peix amb patates fregides, però sempre afegint-hi el nostre toc diferencial, basat en la cuina pakistanesa.

Quin és aquest toc diferencial que dius?

Volem trencar amb el concepte del fast food que té el Fish and Chips d'Anglaterra, bo i readaptant-lo

en un concepte més aviat de slow food. En aquest cas, doncs, la idea és diferent, ja que busquem que el client tingui una experiència més completa en el nostre restaurant.

Ens agrada poder generar sorpresa i, més concretament, que sigui positiva. Volem trencar amb l'estereotip del menjar fregit i ràpid, tot oferint un producte de qualitat tant pel que fa a la matèria primera com a la cuina en si.

I com us ho heu fet per trencar amb aquest estereotip?

D'una banda, ens ha ajudat molt el fet de tenir un bon servei; és molt important servir d'una manera excel·lent els nostres clients. De l'altra, hem apostat per un producte fresc i de qualitat. Com és evident, el peix és el nostre producte bàsic i no podem fallar en aquest aspecte: ha de ser bo i de qualitat.

Per aquest motiu portem cada dia lluç de palangre



Kalamazoo
THE SCHOOL OF
ACCOUNTANCY

SLOO



del Cantàbric per fer els nostres plats; mai no utilitzem peix congelat.

Vosaltres sou del Pakistan, oi?

Sí, exacte! Per això ens agrada incloure una part de la nostra cultura culinària d'origen en el Fish and Chips britànic. Per exemple, les patates que cuinem són del tot naturals i casolanes, les espècies són índies i pakistaneses; fem diverses salses com la de chutney de mango; arrebossem el peix amb tempura fumada per destacar-ne el gust i no sobrecarregar-lo amb el típic i feixuc fregit; entre d'altres coses.

I com arriben dos pakistanesos a fer un Fish and Chips a Barcelona?

Resulta que la meitat de la meva família ja és catalana: els meus tiets viuen en aquest país des de fa gairebé quaranta anys. Segurament van ser dels pocs primers pakistanesos que van arribar a la ciutat, abans del boom migratori d'anys més tard. A partir d'aquí, la resta de la família hem anat venint posteriorment.

Jo, juntament amb els meus pares i el meu germà, vaig arribar a Barcelona l'any 1996, és a dir, ja fa 21 anys.

El meu tiet va obrir el seu primer restaurant a la ciutat l'any 1992 i, posteriorment, va obrir el segon. Mentre jo estudiava, aprofitava els caps de setmana per ajudar-lo en el negoci i guanyar alguns calerons. D'aquí em va venir la primera influència del món de la restauració.

Per què vau decidir muntar el The Fish & Chips Shop?

La història és força singular. Una nit acabàvem de sortir de festa de la Sala Apolo i teníem gana... En aquelles condicions tan festives només podia sortir de nosaltres una idea tan esbojarrada com brillant. El cas és que ens va venir molt de gust menjar un Fish and Chips i estàvem decidits a trobar-ne un però, malauradament, ens vam adonar que Barcelona no en tenia cap —o com a mínim no aconseguíem tro-



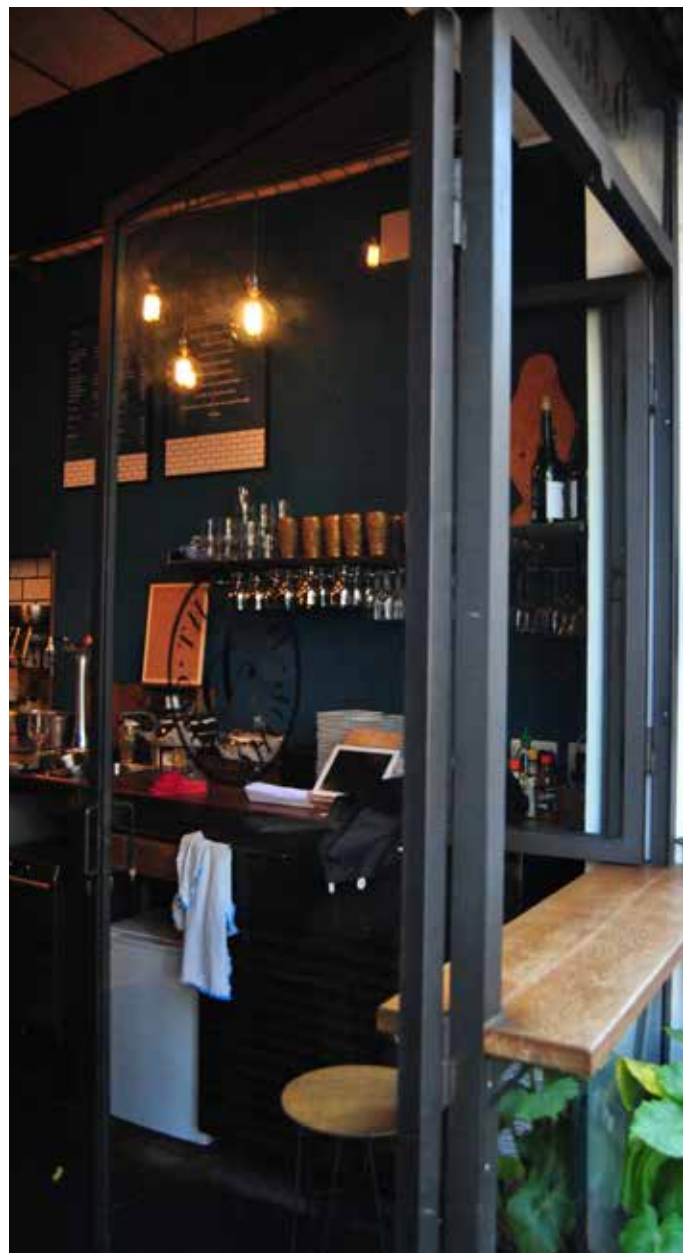
bar-ne cap! Aleshores, vam tenir clar que havíem de muntar-ne un nosaltres mateixos. Així va néixer –almenys la idea fonamental– The Fish & Chips Shop; d'això ja fa més d'un any i mig.

I com és que vau decidir obrir aquí, al barri de Sant Antoni?

Perquè vam considerar que era una zona més aviat tranquil·la, sense gaires restaurants i que això ens ajudaria a destacar. De fet, va ser així perquè tothom ens preguntava, quan començàvem a obrir, quina mena de negoci tindríem. A més, des que vam inaugurar The Fish & Chips Shop, hi ha hagut una mena de boom gastronòmic al barri; s'han obert molt més restaurants. Des de bon principi, ens hem trobat molt a gust amb tota la gent de la zona.

I, pel que fa a la vostra integració al país, com va anar?

Al principi era complicat, ja que gairebé no enteníem l'idioma, una de les primeres dificultats amb què un



es topa quan va a un altre país. Tanmateix, el fet de tenir part de la família vivint a Barcelona des de feia temps ens va ajudar a integrar-nos més fàcilment.

A més, també cal dir que, en tot aquest aspecte, l'esforç i la constància són molt importants; recordo que, des de ben petit, ja vaig començar a llegir un diccionari que corria per casa de català-castellà-urdú (la llengua que parlem al Pakistan) per tal d'anar ampliant, a poc a poc, una mica més el meu vocabulari.

Quina creus que ha estat la clau de l'èxit de Fish & Chips?

Primer de tot, considerem que ha estat molt important fer les coses ben fetes i confiar en el projecte. Personalment, li recomanaria a qualsevol que vingués de fora que apostés per allò en què realment creu. En segon lloc, per a nosaltres ha estat molt important el domini de les xarxes socials i de la reputació boca-orella. Ha representat un 80% del negoci pel que fa a l'atracció de clients, sense cap mena de dubte.

Gràcies al fet de saber elaborar un bon producte i de ser constants amb la seva qualitat, ens hem posicionat en primer lloc (entre 8.000) en alguns rànquings online de restaurants barcelonins. Això ha provocat que molts dies tinguéssim una llarga cua a l'establiment, fruit de l'èxit transmès per les xarxes socials.

Aquest negoci tan reeixit us ha impulsat a obrir un segon local, oi?

Sí, exacte, al carrer Balmes, cantonada amb Laforja. També l'hem obert amb molt bons resultats, la veritat!

Que fàcil sembla, no?

A simple vista sí, però, certament, hi ha molta feina al darrere. El sector de la restauració és molt exigent i aquest nivell d'exigència l'has de mantenir d'una

manera constant; no pots abaixar la guàrdia. Hem arribat a tenir cues llarguíssimes i els dos locals plens de gom a gom, però som conscients que, per molt bé que funcioni, si baixéssim la qualitat un dia, això ja ens podria marcar negativament per sempre més. Suposo, però, que us repartiu una mica la feina...

Si no, seria impossible! Jo m'ocupo de la part dels còctels, de les begudes i del servei; el meu germà, de la cuina. Ambdós poseïm una sòlida experiència hostalera exercida en altres restaurants on vam anar aprenent i formant-nos any rere any, fins que, finalment, vam decidir obrir el nostre propi restaurant. Per tant, el consell o la clau de l'èxit que em preguntaves abans rau precisament en això, en la formació prèvia, la feina constant i el producte de qualitat.

Què creieu que The Fish & Chips Shop aporta al barri de Sant Antoni?

Crec que li aporta un toc modern. No és un restaurant comparable amb cap altre del barri, ni pel tipus de cuina ni per l'ambient. D'altra banda, també trenquem amb els tòpics preconcebuts pels quals els pakistanesos han de regentar kebabs o botigues de queviures. Nosaltres som pakistanesos, parlem català i fem cuina de fusió britànica i oriental... Més intercultural impossible! Per a nosaltres, això significa ser modern i alhora trencador!

Cert!

A més, també intentem ser actius amb les activitats del barri i amb els veïns. Per exemple, vam participar en el projecte de Músics al Carrer, tot patrocinant una banda de blues de Nova Orleans davant del nostre establiment per tal d'aportar més vida al carrer i, d'aquesta manera, crear aquest ambient que tant ens agrada a nosaltres. En definitiva, som la mostra que el comerç dinamitza el barri i el dota de vida!

**“Som el punt de trobada
de l’slow-fastfood per a
tothom a Barcelona”**



MônMas

Georgina Albiol Monllau
Autòctona
Productes d'alimentació ecològics

C/Parlament, 54
Sant Antoni
Barcelona

Què és MônMas?

MônMas és una botiga especialitzada en la venda de productes ecològics, molt focalitzada en la venda a granel. De fet, la idea principal era que en tota la botiga no hi hagués cap envàs de plàstic, però ens ha costat molt aconseguir-ho, ja que hi ha molts productes que no es poden vendre sense un envàs adequat perquè, si no, es farien malbé. El que sí que venem a granel són les llavors, els cereals, els grans o els lle-

gums. També ho fem per un motiu de costos, ja que el menjar ecològic té un preu més elevat però, amb la venda a granel, resulta més barat.

I per què el nom de MônMas; què significa?

Molta gent es pensa que vol dir “el meu mas” però, en realitat, és la combinació del meu cognom i el dels meus germans, és a dir, de Mas i Monllau. De tota manera, la intenció era que aquest nom transmetés un ideari de món rural, masia i menjar de collita perquè és una mica el que volem promoure des del nostre comerç.

Com és que vau decidir d'obrir la vostra botiga al barri de Sant Antoni?

Per diferents motius. D'una banda perquè jo, personalment, després d'haver estudiat publicitat, programació i ADE, tenia ganes de tenir un negoci propi. D'altra banda, per una motivació personal, ja que tant jo com la meva família estem molt vinculats a la





cultura del menjar sa. De fet, subscriuïm totalment la màxima de “som el que mengem”.

I dic que sorgeix tot plegat d'una experiència personal perquè abans patia una sèrie d'al·lèrgies que vaig aconseguir curar precisament fent un canvi en la meua dieta diària. Tan bon punt vaig prendre aquesta decisió sobre els meus hàbits alimentaris, la meua salut va millorar absolutament.

També vam decidir d'obrir al barri de Sant Antoni perquè és una zona que sempre ens ha agradat i que cada vegada és més viva: és el nou barri hipster de

“Tan bon punt vaig prendre aquesta decisió sobre els meus hàbits alimentaris, la meua salut va millorar absolutament”



Barcelona! A més, hem de dir que els veïns i veïnes ens van rebre amb els braços oberts, ja que la nostra oferta és gairebé de les úniques que es poden trobar al nostre barri. És a dir, tot allò relacionat amb els productes orgànics a granel i amb denominació d'origen, el pa fet del dia o els envasats naturals és quelcom que la gent valora molt poder trobar a prop de casa seva.

Per últim, tampoc podem obviar que la reobertura del nou mercat de Sant Antoni serà un reclam per a nous consumidors i, de fet, el comerç de proximitat sempre ha viscut a prop del mercat. Per tant, ens afevorirà, sens dubte.

El preu dels productes orgànics en general creix que pot ser una dificultat per al seu consum?

Bé, s'ha d'entendre a priori que els productes orgànics són més cars que aquells productes que pots trobar en un gran supermercat, pel simple fet que els productes orgànics tenen un valor afegit darrere que, evidentment, es paga (la producció, la singularitat del producte, la qualitat, etc.). Això, el consumidor que ve a comprar a la nostra botiga ho sap i, a més, ho entén perfectament. De fet, cada vegada més la gent prefereix invertir en productes alimentaris sans per a l'organisme (sense additius, conservants, colorants artificials, entre d'altres), malgrat que això els costi un preu una mica més elevat.

Què és aquest segell que hi ha aquí a l'entrada?

És el segell CEPAE, que acredita que una empresa o una cadena de distribució treballa amb productes 100% ecològics. Per obtenir aquest segell, s'han de fer complir una sèrie de requisits i controls exhaustius que, a grans trets, consisteixen en l'anàlisi del tipus de conreus, adobs utilitzats, tipus de terrenys, etc. Aquests controls, en definitiva, garanteixen al consumidor que aquell producte és veritablement ecològic. D'altra banda, hi ha molts establiments que anuncien que els seus productes són "eco" i, en realitat, no ho són. El que fem nosaltres, a més, és demanar als nostres proveïdors que ens facilitin els certificats de tots aquells productes que comprem i que són ecològics a fi que, si algun client ho necessita, puguem proporcionar-li el llistat per tal que vegi d'on prové el producte en qüestió i quin segell o certificació té.

Creus que és viable que tant comerços com consumidors utilitzin menys bosses de plàstic?

Sí, absolutament. És un fet que, en el nostre sector -el de l'alimentació ecològica-, es comenta i es considera que s'hi ha fet un pas endavant. Veiem que la gent està cada vegada més conscienciada i creiem que, a curt termini, es podrà assolir una reducció de les bosses de plàstic.

Què creus que aporta el teu comerç al barri de Sant Antoni?

Sobretot hi aporta salut! Som un punt de referència especialitzat pel que fa al menjar ecològic i ja no a nivell de barri, sinó de tot Barcelona. A més, assessorem els nostres clients en termes d'alimentació. També disposem d'una gran diversitat de tipus d'arròs, llavors o llegums que no es poden trobar pràcticament a cap altre lloc de la ciutat.

Considerem que el comerç online és una eina útil per a la vostra botiga?

Sense cap mena de dubte. Com et comentava al principi, jo abans era programadora, i una de les primeres coses que vaig fer en obrir el negoci va ser dissenyar una pàgina web amb e-commerce.

Aquesta web és una eina molt útil no només per a aquells clients que volen estar informats d'allò que tenim a la botiga abans d'acostar-s'hi, sinó que també ens permet mantenir un contacte amb el turisme que rebem i que, quan torna al seu país, vol continuar comprant-nos. Per als anglesos, francesos i alemanys tenim una relació qualitat-preu molt competitiva i, conseqüentment, volen comprar els nostres productes des dels seus països d'origen. És, sens dubte, una de les vies per ampliar, de manera complementària, les línies de venda del nostre comerç i la fidelització dels nostres clients.

A MônMas no tan sols venem, sinó que voleu anar més enllà, no?

Sí, no volem conformar-nos amb la típica concepció de botiga física que ven un producte i prou, sinó que volem dotar-la d'un valor afegit. Per exemple, volem crear un blog –on participarà la meva cosina, que és nutricionista– per anar afegint contingut dedicat a aquells clients que ens segueixen a través de les xarxes socials. Així mateix, també hi participarà una amiga meva que cada vegada està agafant més renom entre les blogueres de receptes ecològiques, fet que ens aportarà més renom entre la comunitat healthy online. D'aquesta manera, anirem ampliant el coneixement sobre els nostres productes i la seva utilitat. A més, proporcionarem una certa interacció amb el nostre públic objectiu.



**“MônMas és molt més
que un comerç, és un
punt de salut nutricional
sostenible i, a més, la
meva passió!”**

Pâtisserie Ochiai

Pâtisserie Takashi Ochiai
Takashi i Carme
Japó / Autòctona
Pâtisserie de fusió japonesa

C/ Compte d'Urgell, 110
L'Antiga Esquerra de l'Eixample
Barcelona

Com vas arribar a Barcelona?

Quan era més jove vaig treballar com a aprenent, fent les postres, en un restaurant francès al Japó. Els meus companys –la majoria, de França– sempre parlaven molt bé del seu país i em van animar a visitar-lo. Va ser aleshores quan vaig decidir marxar a treballar a Europa.

Em van oferir un lloc de treball en una pastisseria de Brussel·les i no vaig dubtar a aprofitar l'oportunitat.

Tot i això, aleshores encara no tenia gaires diners, però sí els suficients per comprar un bitllet només d'anada i una maleta de segona mà per empaquetar-hi les poques coses que em vaig emportar.

Més endavant, vaig treballar en diversos restaurants i hotels de França, Viena i Londres de bona reputació. En aquest última ciutat vaig conèixer la meva dona, la Carme. Anàvem a la mateixa acadèmia d'anglès! Al cap d'un temps, em va proposar venir a Barcelona a treballar i hi vaig estar d'acord. Ràpidament, vaig trobar una pastisseria on treballar i vaig poder aprendre els costums d'aquí. Més endavant, vam plantejar-nos aixecar el nostre propi comerç a la ciutat.

I per què vas acabar obrint la teva pastisseria a l'Esquerra de l'Eixample?

Tot va ser gràcies al Gremi de Pastisseria de Barcelona. Vaig trucar-los per preguntar si coneixien algun establiment que es traspassés per poder obrir la nos-





“El que intento és fusionar el que sé de pastisseria japonesa amb el que aprenc de la catalana”

tra pròpia botiga. Ens van aconsellar aquest comerç en el qual ens trobem avui i, tot i que en el seu moment tenia un preu car, vam poder-lo anar pagant de mica en mica.

Quantes persones éreu quan vau obrir la vostra pastisseria?

Érem quatre: la meva dona, dos treballadors i jo mateix. Però, a dia d'avui, en som ja gairebé vint! Fins i tot nosaltres ens en sorprenem, d'aquest èxit, però això és senyal que estem fent les coses bé: estem cada vegada més il·lusionats!

I, a propòsit d'això, quin creus que és el tret diferencial de la teva pastisseria en relació amb la resta de Barcelona?

Hi influeix el fet que sempre em fixo en les tendències del Japó, no només les d'aquí. És per aquest motiu que em desmarco dels productes més habituals que hi ha



a la resta de la ciutat. El que intento és fusionar el que sé de pastisseria japonesa amb el que aprenc de la catalana. D'aquesta manera, aconseguim que els nostres productes siguin únics i tinguin èxit entre els nostres clients.

Què creus que aporta al barri la teva pastisseria, Takashi?

Pel que em diuen els veïns i altres comerciants, hi apporto aflluència de nous clients. Tenim consumidors d'altres parts de Barcelona i, fins i tot, d'altres municipis de Catalunya que venen a la nostra pastisseria per comprar els nostres productes i, per això, els negocis que són a prop nostre també se'n beneficien, d'aquest flux de clientela! Tots hi sortim guanyant!

I en relació a la teva integració a la ciutat, com va ser?

Tot va ser gràcies a la meva dona, la Carme. La in-



tegració va ser força fàcil en la mesura que ella, com que ja era d'aquí, m'ajudava molt. Pel que fa al català i al castellà, els he anat aprenent gràcies a ella, ja que són les llengües que parlem a casa i a la botiga.

D'altra banda, el que també em va servir força per integrar-me va ser el fet de voler prosperar. Per a mi, treballar per aixecar aquest negoci i fer-lo créixer és el que m'ha fet tirar endavant i el que m'ha impulsat a relacionar-me amb la gent del barri i la ciutat. Tenia clar que volia fer les coses ben fetes i, com a bon japonès, he tingut sempre un sentiment de responsabilitat amb tot allò que feia. De fet, això no ho he perdut mai i és el que també intento transmetre a tots els treballadors de la Takashi Ochiai.

Per cert, teniu reconeixements força rellevants de pastisseria, oi?

Sí! Hem estat diverses vegades finalistes del concurs al Millor Croissant Artesà de Mantega d'Espanya i, finalment, el 2013 vam ser-ne els guanyadors! Va ser un bon reconeixement a la feina ben feta i una molt bona publicitat perquè vam passar a vendre una mitjana de cinquanta croissants diaris!

D'altra banda, el 2014 vam rebre el Premi al Millor Mestre Pastisser de mans del conseller Josep Maria Pelegrí. És un guardó amb força prestigi i n'estem molt orgullosos. Imagina't el goig que em fa saber que vaig creuar mig món per arribar fins aquí i que, tan lluny de casa meva, se'm valori com un dels millors. Això ens omple d'il·lusió a tots i ens anima a continuar fent la feina ben feta!

Deixa'm dir-te també que hem estat premiats pel consolat del Japó i aquest any ens han nominat pel Ministeri d'Agricultura del meu país.

Quina satisfacció més gran, tot plegat!

M'agrada que un ofici artesanal com ho és el de la

pastisseria tingui aquest reconeixement en tants àmbits! És molt important valorar l'esforç personal, l'experiència i la qualitat; de fet, aquest és el valor afegit de la meva professió.

Quina recomanació faries a algú que comencés en l'ofici de la pastisseria?

La mateixa que faria a qualsevol persona que obrís un altre tipus de negoci: que tingués ambició i ganes de treballar. Cada dia s'ha d'anar avançant una mica i s'ha de ser constant. És l'única manera de recollir els fruits merescuts en el futur. És, en gran mesura, una qüestió d'actitud: s'ha de voler millorar cada dia més.

La constància és un valor que vaig aprendre –i que em van transmetre– els meus pares. Ells, al Japó, es dedicaven a conrear el camp i els veia esforçant-se cada dia. Vaig entendre ràpidament que la constància era fonamental per avançar en aquesta vida.

A més, jo, que ja porto anys en aquest ofici, sempre penso que no tinc pas ganes de jubilar-me. Ara que tinc tanta experiència acumulada, per què hauria de deixar-ho? Vull seguir aprenent però, sobretot, ensenyant. M'encanta poder transmetre i compartir el que he anat aprenent al llarg de tot aquest temps amb els meus aprenents. El millor de tot és que no només ensenyo jo, sinó que moltes vegades també aprenc d'ells. És una meravella!

I, per cert, quin és el producte estrella de la teva pastisseria?

El que té més èxit de tots és el *mochi*. El *mochi* tradicional és un dolç fet amb farina d'arròs al vapor, farcit amb soja confitada. En la pastisseria japonesa, la majoria de dolços estan fets amb aquest farciment. També desperten molt d'interès entre els més menuts els *dorayakis* –els famosos pastissets d'en Doraemon– o els *kasutera* amb gust de te *matcha*.



“Res és impossible si tens constància i ganes de prosperar”

Espai de Te

Kok Wong

Xina

Venda de te i centre intercultural

Ronda Sant Pau, 75

Sant Antoni

Barcelona

King, ens podries explicar com va ser la teva arribada a Barcelona?

Vaig néixer al nord de la Xina, a prop de Mongòlia, en una localitat anomenada Xin Hai, però finalment vaig acabar traslladant-me amb la meva família a Hong Kong, on vaig iniciar els meus estudis de periodisme.

La qüestió és que teníem uns amics a Barcelona que van venir a veure les Olimpíades l'any 1992; ens van

convidar a venir i ja ens hi vam quedar. Vam muntar amb la meva família una empresa de fabricació tèxtil al carrer Trafalgar, on aleshores encara no hi havia cap comerç xinès!

Com vas experimentar el procés d'integració a aquesta nova ciutat?

Al principi va ser francament dur, perquè jo no parlava castellà ni català. La llengua que utilitzava per comunicar-me era l'anglès, però pràcticament ningú el parlava; va ser francament complicat. Ràpidament, però, vaig entendre que, si volia establir-me en aquesta ciutat, havia d'integrar-m'hi al més aviat possible i això comportava, evidentment, aprendre'n els idiomes. Pensa que vaig venir amb la meva família de vacances per un sol mes però, finalment, em vaig trobar en la situació que ens quedaríem aquí per molt més temps. Aleshores, vaig decidir involucrar-me tant com vaig poder en el teixit empresarial de la ciutat.



七厘散
Qilin San
(Du Wei Chi)

茶室

小兒疳積散
Xiao Er Gan Ji San
(Da Ming Zi)

茶室

小兒驚風散
Xiao Er Jing Feng San
(Da Ming Zi)

茶室

十寶丹
Shi Bao Dan
(Da Ming Zi)

茶室

小兒驚風散
Xiao Er Jing Feng San
(Da Ming Zi)

茶室

小兒驚風散
Xiao Er Jing Feng San
(Da Ming Zi)

茶室

小兒驚風散
Xiao Er Jing Feng San
(Da Ming Zi)

茶室



Vas aprendre l'espanyol força ràpid, no?

Quan vaig arribar a Barcelona, vaig anar a l'EOI però la majoria de vocabulari l'he après fent vida a la ciutat. Per aquest motiu, el meu espanyol no és tan correcte gramaticalment com el de la gent nadiua, però em faig entendre. A més, per tal de començar plenament la integració, vaig decidir contractar només empleats de nacionalitat espanyola a les meves primeres botigues de tot a cent -les primeres que hi va haver a Barcelona.

I com vas decidir obrir Espai de Te?

Vaig sentir que necessitava aportar quelcom més a la

“Volia canalitzar la meva estimació per Barcelona juntament amb la cultura xinesa”



ciutat. Volia canalitzar la meva estimació per Barcelona juntament amb la cultura xinesa. El cas és que, després de casar-me amb un francès, el 2007, em vaig assabentar que la UPC obria un concurs per trobar un assessor que iniciés un projecte amb la Xina a través de la Casa Àsia; afortunadament, vaig guanyar la plaça. Tot això va contribuir a crear-me una visió personal del món molt més àmplia i a tenir uns guanys extra. Per aquest motiu, doncs, vaig decidir traspasar totes les botigues excepte una: aquesta on som ara. Fa sis anys, aquí mateix, vaig començar venent mobles específics per a la cerimònia del te. Però, en veure que tenia pèrdues a causa del poc coneixement

de la cultura xinesa que hi ha a Barcelona, vaig decidir ampliar el concepte del negoci.

Quines activitats oferiu a la botiga, a més de vendre te?

Paral·lelament a la meva feina d'assessora cultural a la Casa Àsia a través de la UPC -mitjançant la qual he pogut comprovar l'augment del nombre d'estudiants interessats en la cultura xinesa-, a la botiga fem diverses activitats. Per exemple, esdeveniments com l'any nou xinès, cursos d'escriptura, concursos de gastronomia, etc. Aquestes activitats serveixen perquè els estudiants xinesos que venen aquí puguin



trobar un espai de suport per anar-se integrant a poc a poc a Catalunya. A més, des de la meua pròpia experiència, també els apporto consells. I tot això ho fem d'una manera del tot gratuïta!

Podries dir-nos en què es diferencia el teu comerç de la resta?

Estem especialitzats exclusivament en l'oferta de tes xinesos, no d'altres països. La diferència del te xinès respecte al te francès, per exemple, és que el primer conserva totes les seves propietats i també tot el seu gust. També assessorem i ajudem estudiants catalans que volen aprendre xinès o fer una estada temporal a la Xina.

Què ha de fer un català per venir a Espai de Te a viure l'experiència que oferiu?

No cobrem cap quota: l'entrada és lliure i tothom sol venir atret per l'aparador en el qual tenim tot de pintures orientals i temes de la cultura xinesa. La gent també ens coneix a través del boca-orella.

I com pots sustentar aquesta feina tan altruista?

M'ho permeten els recursos que obtinc treballant com a assessora empresarial i com a interlocutora entre els rectorats de la UPC i la UB i les universitats xineses. Amb aquests diners, puc cobrir les despeses d'Espai de Te, que no és res més que una porta a la cultura xinesa. A més, aquest espai m'ha proporcionat molts amics tant del barri com també de la Xina!

A més, personalment col·laboro amb una de les setanta associacions de comerç xinès de Barcelona. No en soc membre però els ajudo.

Feu servir alguna plataforma online?

Sí, i és quelcom molt important; et dones a conèixer molt més fàcilment. Algunes empreses, comerços i, fins i tot, instituts d'ensenyament secundari contacten amb nosaltres per a esdeveniments puntuals mitjançant el nostre espai web.



“Malgrat que he lluitat molt per contribuir a la integració entre la cultura espanyola i xinesa, encara queda molt de camí per recórrer”

Di Schiave

Rocío Celeste

Argentina

Atelier de vestits de núvia

Gran Via de les Corts Catalanes, 465

La Nova Esquerra de l'Eixample

Barcelona

Com vas arribar a Barcelona i per quin motiu?

Vaig venir de Buenos Aires, fa 11 anys, amb la meua parella. El meu company ja tenia família aquí i sempre ens explicaven que els anava tot molt bé. A l'Argentina, en canvi, tot allò que podíem arribar a guanyar, ho podíem perdre en poc temps per causa de la poca seguretat que hi ha; allà hi teníem el nostre propi taller de confecció tèxtil però vam decidir de traslladar-lo precisament per aquest motiu.

Per què vas obrir el negoci de Di Schiave?

Ben bé no el vaig obrir jo. El cas és que, com que, en arribar a Barcelona, ja tenia coneixements de costura i patronatges, vaig deixar el meu currículum en diversos llocs i, finalment, vaig tenir la sort de començar a treballar en aquesta botiga. En un primer moment, vaig ajudar la cap de la botiga –que és qui realment havia fundat el negoci anys enrere– fins que, fa sis anys, va decidir deixar de treballar i traspassar-me'l.

Què és Di Schiave?

És un taller de confecció amb disseny propi; fem treballs molt personalitzats, molt acurats. Desenvolupem uns productes del tot artesanals tant en el tall com en el disseny i els teixits. Dissenyem les peces de roba tenint en compte la clientela: es podria dir, doncs, que dissenyem els productes damunt de les persones, tot tenint en compte no només el seu cos sinó també la seva manera de ser i les seves caracte-





rístiques: fem un vestit especial per a cada cas.

I ens podries explicar ben bé què és un taller de confecció?

És un petit negoci on tot allò que es fa és des de zero; és un taller artesanal vinculat al món de la moda on els treballadors fan els seus productes des de l'inici i d'una manera molt personalitzada. És precisament aquest fet el que ens diferencia de les altres botigues.

En quin sentit?

Actualment, hi ha molt poques botigues on es fa quelcom a mida de la petició del client. En el nos-

tre cas, personalitzem molt els nostres productes. En canvi, en altres llocs s'ofereix al client un producte ja confeccionat a priori, el qual segueix uns patrons genèrics per a tothom que el compri. A més, a la nostra botiga ens centrem exclusivament en vestits de cerimònia i de núvia.

Aleshores, què oferiu a totes aquelles persones que necessiten un vestit de núvia?

Exactament allò que vulgui. Si algú va a qualsevol botiga d'una gran marca, per exemple, ja es troba amb el vestit fet. Nosaltres, en canvi, el que fem és adaptar-nos plenament a la voluntat del client. Per



exemple, hem confeccionat vestits de núvia negres, vermells, per a Drag Queens... Captem la personalitat de la clientela i, partint d'aquest aspecte, fabriquem el vestit.

Així doncs, treballeu d'una manera col·laborativa amb els clients...

Sí, els clients ens ajuden a dissenyar el seu article. Normalment ja venen amb una idea molt clara del que volen. Segurament, allò que no desitjaran serà el típic vestit de núvia que trobaran en qualsevol altra botiga. Ens exposen les seves idees i nosaltres ho interpretem i n'esbossem un disseny. Aleshores, es-

cullen el teixit, el color, etc. Quan ja tenim les bases fetes, les anem perfeccionant amb les peticions que ens demanin els mateixos usuaris.

És a dir, cada client és únic.

Sí, cada client és un projecte totalment diferent. Sobretot, ens ve gent gran i persones amb talles més aviat amples, les quals no troben exactament allò que volen en altres botigues. Ens dediquem molt a confeccionar pràcticament tot tipus de talles. Tanmateix, intentem que la peça de roba afavoreixi la persona que la porta; no fem una simple modificació que pugui empitjorar l'aspecte del vestit.

“No he notat cap xoc cultural, sempre hi ha hagut respecte mutu”

Què creus que aporta el vostre comerç aquí, al barri?

És un comerç totalment de proximitat perquè fem exactament allò que ens demanen els nostres clients, la majoria dels quals són del barri. A més, assessorem i aconsellem en tot moment: donem solucions a persones de tota mena de talles.

I per què us trobeu concretament a l'Esquerra de l'Eixample?

Perquè és una zona d'un nivell mitjà, amb una clientela favorable a venir a un tipus de negoci com és el nostre. També ve gent d'altres bandes de Catalunya. La publicitat que hem fet sempre ha sigut de boca-orella, no hem invertit ni en cartells ni en altres elements semblants. Nosaltres preferim aquest tipus de publicitat ja que la gent que fa la recomanació a l'altra persona es basa en la seva pròpia experiència. Per tant, els clients ja venen amb la seguretat que gaudiran d'un bon servei.

Quan vas arribar a Barcelona, vas tenir algun problema d'integració?

Cap ni un. Jo entenc perfectament el català però em costa molt parlar-lo; soc molt vergonyosa i, per aquest motiu, no solc utilitzar-lo. Molt sovint em ve gent parlant-me en català i jo m'excuso però sempre



em contesten, somrient: “no passa res!”. No he notat en absolut cap xoc cultural, sempre hi ha hagut respecte mutu.

Tornant al vostre comerç, d'on prové el nom de Di Schiave?

És el cognom de l'antiga propietària. Jo no el vaig voler canviar per conservar la marca i per l'antiguitat de la botiga, ja que compta amb més de vint anys d'història! Només he incorporat el meu cognom – Celeste – a l'etiqueta dels productes per tal d'anar-hi incloent a poc a poc quelcom propi. Tanmateix, no vaig voler eliminar d'una manera radical la marca original perquè estic segura que hauria afectat nega-



tivament el negoci. A més, té gràcia perquè l'antiga propietària també era argentina!

Teniu presència online?

Sí, tenim una pàgina web molt senzilla però no venem online. Utilitzem aquesta plataforma per tal que la gent vegi el que fem i pugui contactar amb nosaltres. Crec que és molt necessari per a un negoci obrir una pàgina web i tenir un usuari a les xarxes socials, però nosaltres no comptem amb una clientela procedent bàsicament d'internet.

Explica'ns quin és el vestit més estrany que heu fet.

Recordo uns vestits que vam fer per a unes noies. Per tal que quedessin conjuntades, vam fer que una d'elles portés una faldilla amb uns nusos de seda ampullosos i, a l'altra, li vam fer la part superior del vestit com la inferior de la primera. D'aquesta manera, estaven molt ben conjuntades. També vam fer un vestit de núvia de color verd amb una randa blanca que, malgrat l'estranyesa que pugui causar a simple vista, quedava molt bé.

Ja pots fer tanta feina tu sola?

Sempre som dues persones treballant però, de vegades, quan tenim molta feina, en venen dues més a ajudar-nos.

I el fet que ho feu tot tan artesanal influeix en el preu?

En absolut; és un preu molt competitiu i molt coherent. Tanmateix, sempre ens podem trobar amb alguns clients que ens demanen que els oferim un preu inferior al que establím. Això, però, és impossible ja que cal tenir en compte que oferim un servei del tot personalitzat i, de vegades, amb materials que usen les mateixes marques més rellevants, on els vestits costen cinc vegades més que aquí. Per això, sovint se'ns desprestígia per no ser una marca tan coneguda. Per tant, s'ha de tenir molt en compte el valor afegit de l'element artesanal i l'atenció personalitzada; malauradament, però, encara hi ha molta gent que no ho valora prou.

Què aconsellaries a algú que volgués obrir un negoci a Barcelona i que tingúés èxit?

Que seguís els seus somnis, que fes el que li agradés i, sobretot, que treballés molt cada dia. La constància és indispensable. Fer el que t'agrada, a més, es veu totalment reflectit en l'atenció personal que ofereixes i, en conseqüència, en la resposta de la clientela. Si vens a treballar aquí i no t'agrada el que fas, és millor que et quedis a casa perquè, a l'esforç i a la lluita que inverteixes, s'hi suma l'enyorança de la teva terra d'origen i, segurament, es fa molt dur.

I com és que t'agrada tant la teva feina i Barcelona?

Aquesta ciutat és preciosa; viure-hi és com estar de vacances durant tot l'any! A més, tenim el mar aquí al costat, cosa que a Buenos Aires no passava. M'agrada molt la seguretat que hi ha i la bona relació amb la gent.

Pel que fa a la meva feina, la meva companya i jo sempre diem que els vestits que fem són com els nostres fills: els veiem des que neixen fins que creixen i es

formen del tot, acabats al damunt de les persones. És molt gratificant veure la reacció positiva de la clientela, la qual de vegades ens abraça plorant perquè els hem fet exactament el vestit que desitjaven. Aquest és un valor afegit molt destacable: t'aporta una satisfacció tant o més important que la que et pot provocar el component econòmic.

Realment, és complicat competir amb qualsevol altre comerç gran?

Sí, i tant que ho és! Però, afortunadament, tenim moltes clientes que valoren aquest tipus de negoci. Diuen que ja no queden llocs com aquest on trobar un tracte tan proper i on, de vegades, fem miracles. Per exemple, una vegada ens van venir dues noies d'una talla molt ampla i necessitaven urgentment uns pantalons. Nosaltres ens vam dedicar plenament a fer-los i en van sortir molt contentes. Un altre cas molt curiós va ser el d'una noia a la qual vam fer un vestit de núvia; se'l va endur posat amb la seva moto i se li va cremar tota la faldilla amb el tub d'escapament...

Això sembla tret d'una pel·lícula!

Però això no és tot: el pitjor és que només faltaven dos dies per al casament! Aleshores, com a botiga, vam haver d'aturar tots els altres projectes i productes que teníem entre mans per tal de dedicar-nos plenament a reparar aquest vestit. Com es pot veure, doncs, oferim un servei que, en casos extrems, salva el client de qualsevol contratemps relacionat amb el producte.

A woman with long, straight blonde hair is looking intently at a white lace dress hanging on a wooden hanger. She is wearing a black long-sleeved top. In the background, another person is partially visible, and the setting appears to be a boutique or a dress shop with ornate wooden mirrors and displays.

“La mateixa il·lusió i confiança amb què ve la nostra clientela és la que tenim nosaltres per treballar i confegir el producte desitjat”

Colibantan

Rosa M^a Juan Nebot

Autòctona

Venda de productes africans i centre artístic
intercultural

C/ Calàbria, 142

La Nova Esquerra de l'Eixample
Barcelona

Explica'ns una mica què és Colibantan.

És un espai de difusió de la cultura africana a través d'obres d'art. Aquestes obres d'art les fan ciutadans africans i altres persones autòctones que han vingut a viure a Catalunya. Aquí podeu trobar tot tipus d'artesanía per a tota mena de butxaques: roba, joies, figures de fusta, de bronze, etc. Intentem, dins les nostres possibilitats, tenir una petita representació de l'artesanía de tot el territori de l'Àfrica subsahariana,

és a dir, l'Àfrica negra. D'aquí ve que el nom de la botiga sigui: Colibantan: a taste of Africa; n'oferim tan sols un petit tast perquè, realment, hi ha una inabastable diversitat de cultures, ètnies i llengües.

Vull fer entendre a la gent que Àfrica és un continent d'unes bases i unes arrels molt complexes i profundes. A causa d'aquesta complexitat, necessito que gent africana m'ajudi a comunicar aquesta idea mitjançant les seves obres d'art. Jo no en soc una entesa, ni de bon tros! No soc africana i, per aquest motiu, necessito persones que facin de mediadores per transmetre el que vull: l'essència del negoci.

I què vol dir exactament Colibantan?

Colibantan és un poble del sud del Senegal; és el lloc natal d'una persona que m'ha ajudat molt a muntar aquesta botiga. Quan vaig començar a desenvolupar el projecte, durant un any, un amic africà em va fer de comercial, és a dir, em va ajudar a gestionar tot el





“D’aquí ve el nom de Colibantan: a Taste of Africa; n’oferim tan sols un petit tast perquè, realment, hi ha una inabastable diversitat de cultures, ètnies i llengües”

que s’havia de fer més enllà del nostre país. En efecte, és molt difícil, segons les circumstàncies i la pròpia nacionalitat i llengua, creuar duanes, pagar aranzels i fer altres tràmits en el continent africà.

A través de l’intercanvi cultural que es va esdevenir a través d’aquest primer comercial del negoci, va néixer la filosofia de la botiga. També altres persones m’han obert molt les portes per fer intercanvi comercial amb Àfrica.

Explica’ns com funciona aquest comerç.

Des que vam obrir el juliol del 2015, molta gent m’ha preguntat si som una ONG o una associació, i no, no ho som pas. Aquesta idea prové de la meva passió per Àfrica. El producte que tenim representa molt el que jo he vist i m’ha agradat a través dels meus viatges.



L'art arriba aquí a través d'aquests col·laboradors africans únicament. Els que m'han ajudat a entendre el seu art i la seva cultura han sigut precisament aquests africans.

A més, també col·labores amb gent africana que viu a Catalunya, no?

Sí, jo sempre convido qualsevol persona que tingui un nexa amb Àfrica per tal que pugui exposar les seves pintures i les seves fotografies. També fem xerrades; per exemple, un dia vam fer-ne una sobre el biogàs i la recuperació de residus vegetals i animals, una manera de fer cada vegada més freqüent a Àfrica.

Per tant, més enllà d'un punt de venda, també sou un centre de cultura i d'art.

Exacte; anem més enllà d'un comerç tradicional. De



fet, a vegades fem tastos de menjar africà. Àfrica té molta diversitat de cultures i cada país té coses molt interessants per promocionar. Aquí volem fer saber als espanyols què poden aprofitar i conèixer sobre el continent. Sobretot, ara estem treballant molt el menjar autòcton.

Com us vau conèixer tu i la teva sòcia?

Ella fa sis anys que va arribar a Barcelona; va venir de vacances i s'hi va quedar a viure. Un dia va entrar per la porta perquè es va interessar pel projecte, em va explicar que li agradava molt cuinar i, cada vegada que hi ha hagut algun esdeveniment o alguna exposició, li he demanat d'oferir una mostra gastronòmica als assistents.

També m'ajuda molt a comprar productes per vendre a la botiga. A més, pel que fa al menjar, la gent vol provar coses diferents i a Barcelona, concretament, hi ha una mentalitat molt oberta. Avui dia es parla molt de la gastronomia índia i asiàtica en general però no de l'africana. I hi ha moltes coses que es poden presentar, de menjar africà! Així que vam intentar promocionar la gastronomia africana.

I què voleu transmetre amb tota aquesta idea de la gastronomia?

El menjar africà, malgrat que sigui pot conegut, és molt bo i, a més, molt sa. Fem cafè de tuba, bunyols i molts altres productes. Tot agrada a la clientela perquè res no porta gens de greix i, sobretot, cap additiu. La gent no sabia que podríem fer tantes coses de menjar!

A més, també intentem fer cursos perquè la gent aprengui com es cuina a Àfrica. S'ha de tenir en compte que els ingredients no són els mateixos que els que tenim aquí; n'hi ha que, fins i tot, contenen propietats medicinals, a partir dels quals moltes far-

macèutiques intenten crear nous medicaments.

Com és que vas escollir ubicar el negoci a l'Esquerra de l'Eixample?

Jo buscava locals per tot Barcelona i, en un mateix dia, en vaig veure dos en aquest mateix barri. Els seus preus eren força assequibles. L'Esquerra de l'Eixample, a més, compta amb gent treballadora i jo hi volia fer encabir una botiga d'aquest estil perquè m'agradava la idea que també la pogués aprofitar la mateixa gent del barri: tenim productes amb uns preus a l'abast de tothom.

Què creus que Colibantan aporta al barri?

Aporta diferència. Quan vam començar, hi havia molts locals per llogar en aquesta zona i avui dia només en queda un. Però la nostra botiga és quelcom diferent en relació amb la resta. Hem fet alguna col·laboració amb l'Associació de Veïns; per exemple, a la festa major del barri vam contribuir a patrocinar un grup musical.

Som un comerç de proximitat però, alhora, som una porta a l'Àfrica subsahariana aquí a Barcelona. Tot això es troba en un mateix establiment. No s'ofereix una simple venda sinó també una experiència: oferim un producte material però també un producte intangible, com és la cultura.

La gent té una bona resposta envers la botiga?

I tant! La clientela no només compra, sinó que també s'interessa molt, cosa que ja ens és molt gratificant. Obrim les nostres portes perquè la gent porti els seus potencials. Ens agradaria arribar a ser un punt de referència de l'Àfrica subsahariana a Barcelona. sinó també la seva manera de ser i les seves caracte-



“Som un espai on es pot descobrir la cultura africana a través dels cinc sentits i, fins i tot, d’allò intangible com és la proximitat interpersonal”

Ragù

Domenico Ciccarelli
Itàlia
Restaurant de cuina tradicional napolitana

C/ Manso, 46
Sant Antoni
Barcelona

Domenico, què és Ragù?

És el nom de la salsa més important de la tradició culinària de Nàpols. Malgrat que aquesta ciutat sigui coneguda mundialment per la pizza –el menjar més fàcil de produir i d’exportar–, nosaltres hem triat el ragù com a concepte per al nostre negoci perquè té una història i una tradició encara més profunda que la pizza.

Darrerament, aquí a Barcelona se n’han obert moltes, de pizzeries italianes. En els darrers cinc anys, podríem dir que el nombre de pizzeries s’ha triplicat no només a la ciutat sinó també en tota l’àrea metropolitana. Nosaltres, en canvi, hem fet una aposta, des de l’amor a la nostra ciutat i cultura, per ensenyar a Barcelona i a tot el món –a través dels nombrosos turistes que la visiten– que Nàpols té una tradició culinària mil·lenària i una varietat de menjar impressionant. Hem triat ensenyar què és la tradició napolitana.

És per tot això que el nostre restaurant s’anomena així. El ragù, una de les salses menys conegudes del món, és un altre estil de menjar si el comparem amb la pizza, la qual s’associa més aviat al *fastfood*. Nosaltres, doncs, amb el ragù oferim una altra mena de cuina, una de molt més lenta. Això és el que hem triat per tal de donar a conèixer un tros crucial de la tradició culinària de la nostra terra.





I com és exactament la salsa ragù?

La salsa ragù —d'origens normands i francesos per la presència d'aquests pobles al sud d'Itàlia, segles enrere— és una recepta que es pot fer de diverses maneres, com la bolonyesa, per exemple. A Nàpols va tenir èxit perquè era un menjar popular; la gent del camp preparava aquest tipus de menjar el dissabte a la nit per oferir-lo diumenge en els típics dinars familiars.

El ragù el cuinem unes quatre hores per aconseguir que la carn quedi ben tendra. La tradició, però, és que el ragù es cuinava durant tota la nit i, l'endemà, la salsa de tomàquet, impregnada amb tot el gust de la carn, es barrejava ja amb la pasta per tal de tenir el plat preparat per ser degustat. Per tant, la diferència amb la bolonyesa, per exemple, és que el ragù no té per què portar trossos de carn picada. De fet, els trossos de carn cuinats, tradicionalment, s'oferien per a tota la família com a segon plat, a part. Una sola cocció, doncs, servia per a tot un dinar sencer.

Com vas arribar a Barcelona?

Soc del nord de Nàpols, d'un barri humil més aviat perifèric que, com tots, presenta moltes dificultats, escassetat de capital i de treball. Per aquest motiu, vaig haver de marxar a buscar millors oportunitats. En un principi, vaig treballar en un creuer durant tres anys, però no pas com a cuiner. Després, amb els diners que vaig guanyar, vaig viure a Londres durant un any, on vaig treballar en un restaurant italià. Però a la capital britànica, per a gent com nosaltres, que estem acostumats al mar, li falta el toc mediterrani. A més, és un lloc on és molt difícil d'integrar-se; per als ciutadans de Londres sempre seràs un estranger que, simplement, viu en aquella ciutat. Però, a Barcelona, la cosa és diferent.

Vaig venir aquí perquè hi vivia la meva parella d'aleshores i perquè la meva germana també estudiava a la Universitat de Barcelona. Vaig veure que Barcelona és un lloc on mai no et falta de res. És més, Catalunya t'ofereix moltes coses i totes molt a prop! Barcelona és la mena de ciutat que em pensava que era Lon-





dres, però anava equivocat. La riquesa multicultural que té Barcelona és impressionant!

Com va anar el tema de l'idioma?

Em va ajudar molt el fet que el napolità és molt semblant al català i l'italià, a l'espanyol. No vaig necessitar cap curs però és cert que encara ara he de millorar molt. A més, també he assolit un cert accent sud-americà perquè vaig tenir la sort de conèixer amb gent de l'Argentina i la meua parella actual és de Veneçuela. Mai no vaig sentir la necessitat d'aprendre el català perquè, essent el castellà la tercera llengua més parlada en el món, ja ho vaig considerar suficient. Tanmateix, he assistit a diversos cursos de català gratuïts que ofereix l'Ajuntament de Barcelona.

Quin és el vostre producte estrella?

Com no podia ser d'una altra manera, el ragù, sens dubte. El moment en el qual vam obrir, el meu company tenia un llibre molt gran de receptes italianes i allà vam triar les que ens semblaven més tradicionals perquè la gent les pogués conèixer i perquè, en cas que vingués algú de Nàpols, se sentís veritablement com a casa. Tenim plats de pasta com *rigatone* amb ragù o la *frittura* mixta (unes boletes d'arròs amb carn i arrebossades amb ragù). Nosaltres cuinem amb molta cura la salsa de ragù unes dues vegades a la setmana, i l'anem afegint a la majoria de plats que oferim, com ara, a més dels que acabem de dir: nyoquis al forn amb mozzarella i salsa de ragù o *manfredi* amb *ricotta* i salsa de ragù. Tenim, doncs, com a empremta i com a fil conductor de tota la nostra carta, el ragù.

A més, oferim una gamma de preus molt acceptable; tenim des de productes molt barats que es pot permetre tothom fins a plats més cars. És un restaurant apte per a totes les butxaques, cosa que també passa a Nàpols, on pots menjar molt bé a un preu molt baix.



Oferiu altres activitats diferents al vostre restaurant?

De vegades hi organitzem concerts. Volem traslladar la vida del carrer que es respira a Nàpols –caracteritzada per la música i el bon ambient– a Ragù. Fem concerts de diversos tipus de música: cantants italians, catalans, sud-americans, reggae, funky, etc. Al principi, vam voler veure quina era la resposta més habitual de la gent i, malgrat la bona rebuda que va tenir, en certes ocasions no acabava de resultar del tot còmode tant per al públic com per al cantant en qüestió. Per tant, finalment, hem optat per fer més freqüents una mena d'aperitius amb bufet lliure (com una *apericena*) amb música de fons però realitzada per un DJ.



En aquests esdeveniments, a més, el client no està obligat a consumir cap plat. Simplement, es pot prendre una beguda tot gaudint de la música. Si vol menjar, sempre disposarà del bufet lliure. El preu de l'entrada, en aquestes ocasions, és de 4,50€.

Igualment, en el pis de dalt seguim tenint el restaurant per tal d'acollir altres tipus de cites que coincideixin amb aquests esdeveniments. Hi tenim espai per a tothom, a Ragù, tal com ofereix la ciutat de Barcelona, que sempre és acollidora amb la gent!

Per què vau decidir obrir un restaurant?

Jo i el meu soci teníem aquesta passió des de feia molt de temps. Resulta que els dos hem tingut oficis previs



molt diferents: ell era farmacèutic i jo, enginyer de so. Però la cuina esdevé un nexa molt important en la tradició napolitana i, de fet, obrir un restaurant a Nàpols és molt factible i comú, alhora que quelcom digne d'elogi; quan ho fas, ja et trobes plenament integrat allà. Nosaltres vam voler fer el mateix aquí, tot i que va ser un procés llarg; fa sis anys que en teníem la idea, però no vam obrir fins fa un any: volíem triar bé la zona i el local.

I com és que vau acabar triant Sant Antoni?

En la nostra recerca vam veure que, en el centre de Barcelona, tot era molt car i, a més, hi havia una sobredosi d'oferta en què, pel tipus de negoci que nosaltres volíem, no hi encaixàvem: la presència d'un excés de turisme que busca el producte típic català o espanyol i una nul·la existència de clientela autòctona. Per tant, preferíem un barri amb menys oferta per a diferenciar-nos més; volia que el client entengués la idea del nostre negoci.

Hem escollit Sant Antoni pel tipus de client que hi ha: és un barri residencial i tranquil i la majoria de gent que hi viu és catalana i barcelonina, és a dir, és un perfil de ciutadà que pot valorar la cuina més acurada. És un client que, en definitiva, aprecia el que fem i nosaltres volíem, des del principi, invertir en qualitat. Necessitàvem un client que estigués disposat a asseure's a la taula amb temps i que pogués entendre el que oferim.

A més, tenim la propera reobertura del Mercat de Sant Antoni, que farà dinamitzar el barri i hi portarà molta més gent. El que feia falta aquí és precisament això: un lloc emblemàtic que fos atractiu.

Què voleu aportar al barri?

En aquest barri volem aportar el nostre producte local, tal com fan molts altres negocis com, per

exemple, la Bodega de Rafel, un dels llocs més antics i emblemàtics de Sant Antoni. Nosaltres volem que, en creuar la porta, els clients se sentin com a Nàpols.

Formeu part del gremi de restauració, no?

Exacte. Quan vam obrir, el gremi ens va venir a visitar. En un principi, vam entrar en contacte amb el gremi que ens va ajudar molt, sobretot pel tema legislatiu dels negocis barcelonins. Ens va crear una base prou sòlida a partir de la qual vam poder bastir tot el restaurant d'una manera netament legal.

A més, per a qualsevol tipus de problema que hem tingut hem pogut comptar amb el gremi, el qual té una certa influència amb l'administració i l'ajuntament i, per tant, actua com a connexió per ajudar-nos a fer qualsevol cosa; ens ha ajudat a créixer. Pertanyem tant al gremi de restauració de Barcelona com al del barri de Sant Antoni, l'anomenat SAC (Sant Antoni Comerç), per tal de poder integrar-nos millor, tot mirant d'entendre les festes que es fan aquí a prop contínuament. Ens agrada formar-ne part per comprovar com es gestionen els negocis en el nostre barri, com tracten els clients i veure més de prop com és tota la idiosincràsia catalana.

Us promocioeu a través d'Internet?

Sí, avui això és indispensable! Qualsevol negoci n'hauria de tenir, de plataformes online. Disposem d'un *community manager* que es dedica només a gestionar-nos els espais web. Malgrat que el negoci és petit, és un aspecte molt important que cal manipular. Aquesta persona publica esdeveniments a les xarxes socials com els concerts que realitzem, els partits de futbol que retransmetem, etc. I, realment, la inversió que fem en tot això es veu compensada pel nombre de clients que venen. La majoria de la clientela ens coneix a través d'Internet mitjançant les xarxes socials. Són unes eines tant o més essencials que els ganivets de cuina!



**“Quan entres a Ragù
vius la veritable
gastronomia i
identitat de Nàpols”**

Lambicus

Henk Cortier
Bèlgica
Cerveseria artesana

C/ Tamarit, 107
Barcelona

Què és Lambicus?

És la combinació d'una botiga i d'una mena de bar; oferim degustacions del producte que venem: la cervesa belga. En aquest espai intentem promoure, vendre i fer conèixer aquest producte, tot seleccionant-ne les millors varietats. Concretament, estem especialitzats en cerveses làmbiques, una antiga variant de fermentació espontània.

I què vol dir això?

Que no s'hi afegix el llevat de la mateixa manera com

es fa avui dia, sinó tal com s'elaboraven antigament altres productes alcohòlics.

Les cerveses làmbiques tenen un gas fi i un gust molt àcid, semblant a la sidra o al cava. Són, doncs, unes cerveses àcides amb les quals es poden combinar molts altres ingredients: es barregen amb fruita (la cirera és la més habitual), amb sucre i, fins i tot, es mesclen entre elles, com les cerveses làmbiques de diverses anyades o productors. El fet d'afegir sucre, per exemple, serveix per suavitzar-ne el gust i crear una beguda equiparable al refresc de cola, consumida força sovint pels nens.

I quins orígens té la denominació de la cervesa làmbica?

Alguns diuen que la paraula làmbic ve de la lambique, l'instrument per destil·lar l'alcohol; els francesos, en arribar a Bèlgica, van veure que hi havia moltes destil·leries per fer ginebra a la zona i van atribuir el nom a aquestes cerveses. Potser també va donar-li nom un





poble de l'àrea anomenat Lembeek.

De fet, lambicus és el nom llatí d'un dels llevats més importants en la fabricació de les cerveses làmbiques, en les quals es produeix una barreja de centenars de milers de microorganismes.

Ens pots explicar una mica com vas arribar a Barcelona?

Jo soc belga, de la zona on es fan les làmbiques, i l'any 2000 vaig decidir anar a Espanya, concretament a Salamanca, després d'haver fet el camí de Santiago, tot pensant que allí trobaria feina. Però no vaig tenir èxit. Aleshores, vaig tornar a Bèlgica per estalviar una mica més i després vaig venir novament a Espanya. Aquest cop, però, em vaig decantar per Barcelona. La meva antiga parella va trobar una plaça de pràctiques d'arquitectura en un despatx de la ciutat i, així les coses, em vaig quedar uns quatre anys i mig amb ella.

Després, amb una altra parella catalana, la Maria, vam anar a Bèlgica per temes laborals i perquè ella pogués veure d'on era jo. Després de vuit anys de tornar a viure

a Brussel·les, vam decidir instal·lar-nos definitivament aquí, a Barcelona, des de ja fa tres anys. Jo soc fotògraf de carrera, tinc un negoci de fotografia a Brussel·les, però, en unes circumstàncies econòmiques tan difícils com les de la crisi, començar des de zero com a fotògraf en aquesta ciutat hauria estat difícil. Aleshores, vaig considerar que podria encetar un negoci d'una cosa que m'apassionava molt: la cervesa belga.

La UNESCO va declarar bé cultural la nostra cervesa. Tanmateix, els belgues no venen bé aquest producte, a diferència dels italians o els espanyols. No tenen la cultura d'anar a buscar el comprador, sinó que simplement es limiten a vendre'l si el mateix client s'hi interessa.

Jo no em veia com un simple botiguer, sinó que volia promoure el producte a nivell d'Internet i d'esdeveniments per tal que els que fabricaven la cervesa em contractessin a fi de promocionar-les.

Té bona rebuda tota aquesta iniciativa?

Aquesta era la idea principal, però encara és incipient.



Work and Beer també és el nom d'un projecte que vaig fer amb el nostre community manager i una altra noia que va col·laborar en altres aspectes com el logotip de Lambicus. Aquest projecte consistia a portar cervesa a les empreses per fer celebracions, cosa que s'estila en molts països com el Regne Unit. Tota aquesta idea, però, es va quedar en no res perquè jo ja tenia l'estoc quan ho estàvem muntant i, amb l'ajut de dos contactes més que vaig conèixer, vam obrir la botiga. Work and Beer, doncs, va quedar aturat i vam inaugurar Lambicus.

Quin tret diferencial té Lambicus?

Que qualsevol pot prendre una cervesa aquí mateix, a la botiga. A més d'estar especialitzats en làmbiques, tenim la selecció més gran de cervesa belga a Espanya i, fins i tot, m'atreviria a dir que a nivell mundial. Nosaltres treballem amb les cerveses belgues més exclusives. Lambicus és un punt de referència de la cervesa belga a Barcelona.

D'altra banda, fem tastos, entre els quals una introduc-



ció al tast de la cervesa belga; fem cinc cerveses diferents, n'expliquem el procés de producció i és tota una experiència! La gent en surt molt contenta i surt amb coneixement. La nostra fita és que la gent aprengui i apreïï el nostre producte.

I com ho aconseguíu això?

Gràcies a les anècdotes, les històries i el fet que sigui un producte tradicional; tot això contribueix a fer que la gent s'interessi, un procés que culmina amb el tast que es fa a posteriori. El tast és la teoria aplicada a la pràctica. Volem promoure que la gent diferenciï entre una cervesa normal i corrent i una de tradicional; una de barata i una de cara (i el motiu pel qual és cara...). Nosaltres oferim cerveses fetes amb productes de qualitat. Hi ha cerveses modernes que es fan amb una malta de molt mala qualitat, tot tractant-la fins que el producte resultant sigui considerat cervesa. S'ha de tenir en compte que la qualitat, sigui com sigui, té el seu preu.

Aquests tastos cada quan els feu?

Regularment, els anem anunciant a través de les xarxes socials i de la nostra web. Fem xerrades sobre tota mena de variants de cerveses belgues i també tastos temàtics. Oferim, doncs, una veritable experiència.

Què aporta el teu comerç al barri?

Tenim clients de tot arreu però també del barri, que venen aquí per trobar-se amb amics o en família. El barri de Sant Antoni s'està movent molt últimament i, amb la propera obertura del Mercat, cada vegada tindrà més auge. Cada vegada hi ha més comerços nous i nosaltres contribuïm a aportar més vida al barri. Vaig triar el barri de Sant Antoni per l'afluència de gent que hi habita i pel local en el qual ens trobem, una antiga impremta que em va encaixar molt amb la idea del nostre negoci.

Entrant en un terreny més personal, com va anar la teva integració a Barcelona i el tema de

l'idioma?

El català l'he après gràcies a la meua parella. Ella és catalana i, en conèixer-la, jo tenia nocions de català però no el parlava pas encara. En arribar, em van dir que aprenguéssim castellà i en vaig fer un curs intensiu. Però sense parlar català m'era més difícil conèixer gent diferent. Al principi, sortia amb gent que parlava català i no entenien res fins que li vaig demanar a la Maria, la meua parella, que em parlés en català i, a poc a poc, vaig anar-lo aprenent. A més, ella també va aprendre flamenc a Brussel·les (i francès, és clar!).

Quin és el producte estrella de Lambicus?

Evidentment, la cervesa làmbica, que és la nostra especialitat, però encara compta amb un públic molt reduït en aquest país; estem lluitant per fer-la conèixer més. També triomfa molt la Petit Orval (un producte jove que es va començar a produir el 1931, confegit per monjos i de caire exclusiu) i l'Orval clàssica. Aquests productes compten amb el segell trapenc, un orde monàstic de clausura que es dedica a fer cervesa sota el control dels mateixos monestirs. Els trapencs no fan cervesa per guanyar diners sinó per sobreviure, per alimentar-se; és a dir, no per treure'n un rendiment econòmic sinó per subsistència. Per aquests motius és tan exclusiva i preuada. La majoria d'aquestes cerveses no estan ni pasteuritzades ni filtrades, és a dir, el llevat segueix viu com al principi; no com les cerveses convencionals d'avui dia.

Per cert, formeu part d'algun gremi?

En un principi ens vam fer membres del SAC (Sant Antoni Comerç) però ens resultava molt costós i, finalment, ens en vam donar de baixa; ens va servir per promoure'ns però per poca cosa més. No ens prestaven correctament els serveis jurídics que esperàvem, ni tampoc els assessoraments; no hi vam trobar gaire utilitat i, a més, no ens venien a visitar tant com ens havien promès.



**“Som els
bibliotecaris de
la cervesa belga
a Barcelona”**

Llibreria Antínous

Maria i Josep Vitas Martín
Autòctons
Llibreria especialitzada en LGTBI

C/ Casanova, 72
Barcelona

Què és Antínous?

És una llibreria LGTBI situada a l'Esquerra de l'Eixample des del gener del 2016; antigament, érem a Ciutat Vella. El negoci ja compta amb uns 20 anys d'història. En el seu moment, Ciutat Vella encara era un barri que equilibrava força bé la població autòctona i la turística però, com que cada vegada ha anat perdent més la seva essència per l'augment del turisme i dels preus dels lloguers, vam decidir traslladar-nos aquí.

Per què aquest nom?

Antínous va ser l'amant de l'emperador romà Adrià;

com que vam llegir Memòries d'Adrià de Marguerite Yourcenar i ens va agradar molt, vam decidir batejar la llibreria amb aquest nom.

I per què s'ha especialitzat en la temàtica LGTBI? Perquè volíem començar a cobrir una necessitat de reunió i cultura lectora de l'àmbit LGTBI. En efecte, vam identificar la necessitat que, a Barcelona, hi hagués un punt d'assessorament homosexual. De fet, quan vam obrir, vam començar a fer trobades i clubs de lectura, unes activitats que a Barcelona no se solien oferir abans.

Va costar?

Al principi va ser complicat perquè el món del llibre és molt més complex del que sembla. Tanmateix, hi ha un mercat destacable. Aquest mercat ha anat canviant molt, però sobretot té molt d'èxit el gènere de l'assaig, el qual tracta diverses temàtiques LGTBI relacionades amb la família, la transsexualitat, la societat i la multi-



LECTURES
RECOMANADES

PATTI SMITH



Carson
McCullers
«El mudo» y
otros textos



Mohamed Choukri
Una vida en el desierto

LA VIDA



culturalitat. Avui dia, però, aquestes temàtiques també són tractades en llibres de caire històric i novel·lesc. És una tendència cada cop més transversal.

A més, venem còmics, llibres d'art i fotografies com, per exemple, uns magazins biennals que inclouen fotografies artístiques; disposem de bibliografia d'art gràfic i disseny. En efecte, a través del nostre comerç intentem promoure tots aquests autors, no tan coneguts universalment. Un altre vessant llibresc que oferim són els llibres infantils, els quals són molt importants perquè els nens vegin les diferències existents sobre tota la temàtica LGTBI, i reconegin que no tots som iguals, que hi ha una diversitat; que el terme “normalitat” implica, precisament, “varietat”; són llibres d'un caràcter més aviat divulgatiu.

A part de tot això, venem marxandatge amb estampes LGTBI: bosses, banderes, braçalets, tovalloles de platja, maquillatge i ventalls per al Pride Barcelona, etc.

Què creus que aquesta llibreria aporta al barri?

Vam suposar que un negoci com el nostre feia falta





aquí. De fet, quan vam decidir traslladar-nos des de Ciutat Vella, teníem clar que volíem venir a parar a l'Esquerra de l'Eixample. A més, vam buscar un carrer que estigués situat al bell mig del Gaixample perquè consideràvem que hi calia una llibreria. Estem completament oberts al barri i també venem best-sellers de temàtica general, no només LGTBI.

Què és el Gaixample?

La zona del Gaixample es troba compresa entre el carrer Balmes i el de Comte Borrell d'est a oest i entre la Gran Via de les Corts Catalanes i el carrer Aragó, de sud a nord. En aquesta àrea de Barcelona, des

de mitjans dels anys noranta existeix tota una sèrie de negocis que, al principi, eren més aviat d'oci nocturn (especialment discoteques i bars). Tanmateix, després, van començar a sorgir botigues de roba, perruqueries i, més tard, també llibreries, com la nostra. Per tant, van obrir-se comerços no tant de nit sinó també de dia. A més, repartides per tot Barcelona, hi ha diverses zones gay friendly.

Quines activitats duu a terme a la vostra llibreria?

En fem moltes. Fa deu anys vam començar fent clubs de lectura: la meva germana i jo proposem una no-

vel·la o, si escau, una pel·lícula que hi estigui relacionada; quedem amb unes deu o quinze persones i en debatem diversos aspectes. A més, fem presentacions de novel·les de temàtica LGTBI, algunes de les quals d'autors molt joves o incipients, però també d'altres com Josep Maria Tudó. També organitzem rutes literàries, històriques i culturals per la ciutat. Per acabar, convoquem diverses persones en uns tallers literaris perquè ensenyin a fer servir tècniques d'escriure. Un dels nostres convidats especials, per exemple, va ser Abel Pohulanik.

Per tant, oferim experiències, no només venem llibres.

Així doncs, quina contribució feu al col·lectiu LGTBI des del vostre comerç?

La nostra llibreria és un centre de referència LGTBI a Barcelona i també oferim assessorament sobre tota aquesta temàtica. De fet, molta gent que ha acabat de sortir de l'armari ens ha vingut a demanar consell i nosaltres l'hem ajudat en tot allò que hem pogut. És molt gratificant oferir aquesta ajuda a la gent! També pertanyem a l'anomenat Col·lectiu Lambda, on fem diverses activitats, entre les quals presentacions de llibres i conferències.

D'altra banda, ja fa una dècada que participem al Pride; també anem a fires i intentem desplaçar-nos allà on ens convidin. Procurem contribuir tant com podem en aquesta mena d'esdeveniments.

Què suposa el turisme per a vosaltres?

Tampoc és gaire rellevant però sí que disposem de guies de Barcelona en diversos idiomes i que, juntament amb uns plànols de la ciutat, compren alguns turistes. Tanmateix, tenim molt més públic autòcton i, concretament, de Barcelona.

Esteu a Internet? Quina importància té per a vosaltres?

I tant! Tenim una pàgina web i també estem molt connectats a les xarxes socials. A més, disposem d'un blog literari. Aquestes plataformes ens serveixen per contactar amb clients i amb gent de fora de Barcelona. Hi ha moltes persones que ens coneixen a través d'Internet; avui dia és molt important estar ben connectat.

Pertanyeu a alguna associació de comerciants? Quina és la seva utilitat?

Estem al CEGAL (Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros), en el vessant de comerciants LGTBI, per fer força sobretot en esdeveniments com el Pride i fires, i també per promoure el comerç del barri.

Quin és el vostre producte estrella o el gènere literari amb més reclam?

Les novel·les i els assaigs, sobretot. Però també té molt d'èxit tot el marxandatge amb motius LGTBI.

En què ha avançat més la societat respecte al LGTBI?

Afortunadament, en moltes coses. Per exemple, a nivell de drets, la societat ha millorat bastant; però encara hi ha massa homofòbia; als centres educatius, sobretot, continua havent-hi una excessiva discriminació i ens hem d'esforçar per canviar-ho.



**“Som un espai de
llibertat obert al barri”**

Aquest document ha estat elaborat per



amb el suport de



Diputació
Barcelona



Ajuntament de
Barcelona

CCAM

Consorci de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya

amb la col·laboració de



GREMI DE
RESTAURACIÓ
DE BARCELONA



Gremi de
Pastisseria
BARCELONA



ACEGAL
Associació Catalana d'Empreses
per a Gais i Lesbianes

XARXA BCN antiRUMORS

Pimecomerç és membre actiu de la Xarxa BCN Antirumors i a través de la seva participació promou l'entesa entre els comerciants autòctons i nous i la integració d'aquests a la trama comercial de proximitat de la ciutat. També contribueix especialment a desactivar els rumors que existeixen en l'àmbit del comerç.

Aquest document pretén ser una eina útil per al dia a dia dels membres de la Xarxa BCN Antirumors d'acord amb el compromís de PIMEComerç de proveir la Xarxa de materials específics en l'àmbit del comerç. En cas de dubte, podeu posar-vos en contacte amb l'equip de Pimecomerç a través dels següents canals:

www.comerc.pimec.org

pcomerc@pimec.org

 **PIMECcomerç**

 **@PIMECComerc**

 **@pimeccomerç**



comerc.pimec.org   

COL·LECCIÓ NOSALTRES TAMBÉ FEM CIUTAT

Aquesta col·lecció pretén ser un punt de trobada entre les entitats patronals del comerç, els comerciants autòctons i els nouvinguts, les Administracions Públiques i tots els membres de la Xarxa BCN Antirumors.

TÍTOLS DE LA COL·LECCIÓ

1. Els comerciants xinesos de Barcelona
2. Horaris comercials i comerç nouvingut
3. Parlem de comerç i nouvinguts
4. Els comerciants xinesos de Barcelona (II)
5. Els emprenedors dominicans de Barcelona
6. Les 9 fal·làcies del comerç nouvingut
7. La ruta del comerç integrador a Barcelona: Nou Barris
8. La ruta del comerç divers a Barcelona: L'Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni

