

La restauració, i en particular el cafè, tenen un nom a Barcelona: Jamaica Coffee Shop. En representació d'aquest nom ens acompanyen en José Mangas Monge, un home de finances, i l'Antoni Veloso Méndez, empresari de perfil comercial. El nom oficial d'aquest gran grup és Alada 1850 SL; Cafès Garriga es la torradora de cafès que aquest any compleix el seu 150è aniversari i actualment comercialitza, serveix i treballa amb varietats procedents de Puerto Rico, Brasil, Guatemala, Cuba i Costa Rica, entre d'altres països; Jamaica's Franchisings SL és la seva companyia franquiciadora nacional, i Jamaica Shareholding SL, la internacional.

"M'he dedicat al ram del cafè gairebé tota la vida", ens explica l'Antoni. **"L'any 1990, quan ocupava el lloc de cap de vendes d'una empresa barcelonina, en Josep i jo vam comprar una firma centenària, també de la Ciutat Comtal, Cafès Garriga. Així va ser com va néixer Jamaica Coffee Shop."** Per a en Josep, aquesta iniciativa va fer realitat **"una il·lusió: volia engagar un projecte independent per mi mateix."** Assegura que **"el feeling"** existent entre tots dos va ser clau en l'èxit del negoci: **"Al cap de tres anys inauguràvem la cafeteria del Centre Comercial l'Illa a l'Avinguda Diagonal de Barcelona, un establiment innovador que va tenir l'èxit esperat. El 1995, amb dos locals més en funcionament, inauguràvem la primera franquícia amb el nom de Jamaica Coffee Shop. Ara tenim un total de 12 locals propis i 82 franquícies."** Val a dir que els nostres entrevistats disposen de la seva pròpia torrefactora de cafès, que proveeix **"els nostres establiments i altres restaurants i cafeteries selectes de Barcelona, mitjançant un servei artesà."**

És clar que al llarg d'aquests deu anys els nostres protagonistes han hagut de superar molts d'obstacles, entre ells la manca de **"cultura del cafè. A Catalunya, el que més se servia abans era una mescla de diferents classes de cafè, normalment d'Uganda, Colòmbia i Brasil. Cadenes com la nostra han aconseguit donar a conèixer al públic diverses qualitats de cafè."** Estem parlant de varietats totalment homogènies, **"cafès 100% de Colòmbia, de Guatemala... Amb el nostre producte acabarà passant com amb els vins. Abans la gent, als restaurants, només demanava un blanc, un rosat o un negre. Ara, en canvi, ja es decanten per varietats més específiques, com per exemple un Cabernet, un Merlot, un Tempranillo, etc. La nostra cadena és caracteritzada pel fet que només disposem d'un *blend* de la casa, mentre que la resta de la nostra oferta la constitueixen cafès d'origen."**

Actualment les cafeteries del grup venen i serveixen especialitats com **"el millor cafè del món"**, el Jamaica Blue Mountain Peaberry, una varietat de cafè tota la collita de la qual està destinada a proveir la firma que ens ocupa. Altres protagonistes a Jamaica Coffee Shops són el Colòmbia Risaralda, el Cuba Montaña Cristal i el Costa Rica Montebello, uns grans desconeguts per a gran part del públic. I és que encara queda un llarg camí per recórrer. Així, l'Antoni proposa que, tal com Jamaica Coffee Shop inclou als seus establiments una selecció de tes, **"els restaurants, de la mateixa manera que ofereixen una carta de vins, disposin d'una oferta de cafès variada."** Tanmateix, per a ells el cafè pot omplir altres moments que no siguin necessàriament el posterior a les postres: **"És una beguda que es pot prendre a qualsevol hora."**

Això sense oblidar-ne les virtuts: **"Dóna molta alegria al cor."** Bromes ■

banda, **"actualment no només s'ha incrementat la qualitat del cafè, sinó que s'estan obtenint varietats amb un contingut de cafeïna molt inferior. Com a resultat, ara el públic en consumeix amb més assiduitat."** Val a dir que el procés de descafeïnat que posen en pràctica els nostres convidats és totalment natural: **"Es practica al cafè verd una forta pressió de vapor d'aigua a 200 graus per tal d'extreure'n tota la cafeïna. A continuació torrem el cafè, tal com fem amb qualsevol altre *expresso*."** El que pocs saben és que **"el concepte de les *Coffee Shops* va néixer a Barcelona. Establiments d'aquestes característiques han contribuït en gran mesura a crear una cultura del cafè."** Acabarem amb el mite del cafè italià? **"El mèrit dels italians va ser la invenció de la màquina *expresso*, però actualment la qualitat del cafè que aquí se serveix ja ha igualat la del cafè italià."**

No ho oblidem: darrere del client que, assegut a la taula d'un restaurant o a la barra, demana un cigaló, hi ha un llarg procés de comercialització: **"En els països productors, com Colòmbia i Brasil, els governs intervenen de manera molt directa en l'exportació."** Un cop els sacs de cafè ens arriben, **"unes quantes multinacionals són les que regnen en el mercat de l'alimentació. Quant a l'hostaleria, són petites marques regionals les que dominen el ram."** Què distingeix Jamaica Coffee Shop de la resta de cafeteries? **"En la decoració dels nostres establiments apostem per l'ús de materials nobles -com la fusta- i colors càlids. Volem que els clients se sentin molt a gust fent un cafè a casa nostra."** La fórmula ha funcionat, però l'afany de superació dels nostres interlocutors és incansable: **"Constantment posem al dia casa nostra."** Tant ha estat l'èxit de la seva idea que en poc temps han començat a sorgir **"rèpliques"** del grup que ens ocupa. Els nostres convidats, però, no s'inquieten: **"Nosaltres vam començar abans, i per tant som cada cop més forts."**

I és que l'Antoni té molt clar que **"el cafè engança."** Per al seu soci, provinent del sector tèxtil, **"quan crees un negoci, has de tenir alguna motivació més que l'econòmica. El cafè ens il·lusiona, per a nosaltres és molt més que els comptes d'explotació."** És per això que **"fins i tot ens trobem de tant en tant tots dos a casa per fer tasts. L'any passat vam visitar Colòmbia per definir el tipus de cafè que volíem per a les nostres botigues. Fa tres anys ens vam desplaçar fins a les plantacions de Jamaica. Aquestes tasques no les deleguem, perquè ens agrada molt desenvolupar-les."** Tota una responsabilitat: **"Amb les varietats originàries d'una determinada plantació no pots amagar cap defecte."** No ens pensem, però, que els empresaris que ens acompanyen estan sols en la seva lluita diària. La seva confiança en l'equip de què disposen és total: **"Només els demanem que tinguin la mateixa il·lusió que nosaltres en el negoci."** I per crear aquesta il·lusió, **"invertim importants sumes en formació professional. Disposem de la nostra pròpia escola, adreçada especialment als cambrers venedors."**

Amb cent punts de venda a l'Estat espanyol i amb presència en països com Portugal i Argentina, aquests dos joves empresaris asseguren que el seu únic projecte de futur és **"continuar treballant per expandir-nos internacionalment."** Els cafeters, doncs, respirem tranquils. Els bons cafès que l'Antoni i en Josep ens porten des del Nou Continent continuaran sent els nostres contertulians durant molt de temps.

**“Quan crees un negoci,
has de tenir alguna
motivació més que
l'econòmica”**



Antoni Veloso i José Mangas - Barcelona (Barcelonès)