

La reconversió de l'entrepà

En poc menys d'una dècada han aparegut a les grans ciutats establiments especialitzats en la confecció i venda ràpida d'entrepans de diversos tipus.

En només uns anys han aparegut al llarg dels Països Catalans diferents empreses especialitzades en la producció i venda d'entrepans. Són empreses que, dins el sector de la restauració, han creat una manera de treballar pròpia. Han aconseguit integrar els ingredients i els sabors típics dels nostres tradicionals entrepans en l'estètica i el servei de les grans multinacionals de les hamburgueses. Són grans *bocateries* que han adaptat el funcionament dels *fast-foods* (establiment de menjars ràpids) als gustos nacionals.

Una d'aquestes empreses, pionera en el tema dels *fast-foods* a Barcelona, és Gestió de Societat, SA, que l'any 1978 va obrir a la ciutat diferents establiments especialitzats en hamburgueses, coneguts amb el nom de Pokin's. Amb l'arribada a l'estat espanyol d'empreses de gran po-

der econòmic com McDonald's i Burguer King, va haver de replantejar-se la continuïtat en aquest camp i va decidir obrir una nova cadena d'alimentació especialitzada en entrepans: Bocatta.

"Ens vam plantejar com podíem competir amb les grans multinacionals i vam decidir adaptar la idea del menjar ràpid al gust nacional. Així és com va néixer Bocatta", diu Juan José Sanz, director de franquícies de la marca.

Després de dos anys d'estudiar la distribució de l'espai dels locals, les àrees de cuina, els mostradors, etc., i de les proves de qualitat dels aliments, l'any 1986 va obrir les seues portes el primer Bocatta de Barcelona, amb una funcionalitat semblant a la de les grans hamburgueseries, però amb un producte més del gust del públic nacional.

VICENT A. JIMÉNEZ



Bocatta va començar a fer entrepans al 1986. El seu model de fast-food ha creat escola.

“Quan vam obrir Pokin's vam trigar dos anys a veure que començava a funcionar. Bocatta, en canvi, va tenir una gran acceptació des del primer moment”, assegura Sanz.

En vista de l'èxit d'aquesta iniciativa, altres empreses van seguir camins similars i actualment hi ha una oferta més àmplia de locals d'aquestes característiques on triar. Entre les més importants destaquen Pans & Company, amb un fort potencial econòmic i diferents sucursals per tot Barcelona (en poc més de dos anys ha obert vint locals a la ciutat), i Entrepà i pa, que, només amb un local, ha aconseguit una gran acceptació popular, fent servir els mateixos plantejaments del *fast-food*.



VICENT A. JIMÉNEZ

D'aquests grans establiments d'entrepans només Bocatta té actualment representació al País Valencià, amb dos locals oberts a València, un a Alacant i un que obrirà pròximament a Castelló. La manca de competència en la zona ha contribuït al seu bon funcionament, segons Jesús López, director d'un dels locals valencians, tot i que la seua presència és relativament recent (primer local, 1991, i segon, 1993).

“Al principi va costar que la gent s'acostumara a entrar ací, on s'ha de servir un mateix, perquè volia menjar-se un entrepà, en comptes de fer-lo en la cafeteria del costat, on només has de seure i ja t'ho donen tot fet”, comenta Jesús López.

La situació dels establiments en llocs d'intens trànsit de vianants o en centres comercials és una de les condicions imprescindibles per a implantar un local d'aquestes característiques, ja que la seua clientela prové, principalment, de persones que es troben de pas per la zona.

“Som conscients que aquí les relacions són més fredes i impersonals entre client i treballador que en un bar tradicional, però la qualitat dels nostres productes, l'eficàcia i la rapidesa en el servei han eliminat els recels inicials del pú-

blic”, confirma el director de franquícies de la marca.

Els responsables de les diferents *bocateries* coincideixen a assenyalar que l'èxit d'aquesta nova proposta ve afavorit per la saturació d'hamburgueseries que hi ha al mercat.

“La gent ja està cansada de menjar hamburgueses. Qui ve als nostres locals és perquè vol menjar-se un entrepà de qualitat, acabat de fer, i no perquè des dels mitjans de comunicació se'ls ha bombardejat amb publicitat”, afirma Juan José Sanz.

Un dels propietaris d'Entrepà i pa, Andreu Escolà, mostrava la seua conformitat amb aquesta afirmació: “La gent ja ha menjat massa hamburgueses i ara busca els entrepans tradicionals, que nosaltres oferim. Els sabors de sempre més altres de nous, presentats amb l'eficàcia dels americans.”

El seu local té poc més d'un any i segueix uns criteris similars als de Bocatta. És un dels establiments de moda a Barcelona i el seu èxit és degut, fonamentalment, a la seua situació (al costat de la Universitat Pompeu Fabra), al seu “preu assequible” i al “pa amb tomàquet”.

Sobre aquest aspecte, el director de franquícies de Bocatta opina: “el pa amb tomàquet és una cosa amb la qual no poden competir les hamburgueses. Ha causat sensació a altres ciutats de l'estat espanyol, fora de Catalunya, on era desconegut. Als nostres locals de Sevilla i Sant Sebastià, per exemple, funciona perfectament, ara tots demanen els entrepans amb tomàquet, i això que al principi els estranyava molt aquesta combinació”.

Els menús d'aquests establiments de restauració ràpida estan integrats per una variada gamma d'entrepans freds i calents, a més a més d'amanides, pastes i gelats. Dins dels freds trobem entrepans de pernil, xoriço, anxoves, tonyina, formatge i els vegetals, un dels preferits del públic. Entre els calents destaquen els de pernil o cansalada amb formatge.

El propietari d'Entrepà i pa es mostra convençut que la gent que els visita ho fa “perquè vol menjar-se un bon entrepà i no perquè ho diu la televisió”. La seua publicitat es redueix a promocions directes (noies sobre patins repartint propaganda) per a donar-se a conèixer.

Bocatta no té tampoc una línia publicitària molt marcada. De vegades s'anuncien al cinema o a la ràdio, mitjans de comunicació més econòmics, però fonamentalment promocionen els seus productes mitjançant vals de descompte.

“La gent menja hamburgueses perquè ho diu la publicitat la major part de les vegades. Aquí arriben, proven els nostres productes i, si els agraden, tornen. No els cridem perquè vinguen, diu Jesús López, director d'un dels locals de València.

Tot i existir alguns clients habituals, la clientela és principalment anònima. “Pels nostres lo-

València ja té alguns establiments de 'fast-food' per menjar-hi entrepans. Tot i la reticència inicial, l'èxit dels locals d'entrepans ràpids és imparable.

VICENT A. JIMÉNEZ



cals passen moltes persones al llarg del dia. No és el bar tradicional de barri on tots es coneixen, és un altre món”, afirma López.

Aquests establiments són també molt freqüentats per persones que treballen al seu voltant. Carles, administratiu de 34 anys, treballa en una empresa pròxima a Bocatta. Normalment dina allà perquè només disposa de mitja hora per a fer-ho. “Vinc cada dia perquè el servei és ràpid i els entrepans no estan gens malament. El poc temps de què dispose per a dinar no em permet anar a un restaurant tradicional. M’ha anat molt bé que hagen posat ací al costat un Bocatta”, assegura Carles.

Un exemple de local petit. A més a més d’aquestes grans cadenes de *bocateries* hi ha al nostre país molts altres establiments dedicats exclusivament als entrepans. Funcionen amb un tracte més personal entre clients i treballadors, característic de restaurants i cafeteries tradicionals, però tenen en comú amb les grans cadenes el fet que l’entrepà és el seu producte específic. Coincideixen amb els primers en el tracte càlid i personalitzat i amb els segons en els productes principals de la carta i els preus, més econòmics que no els restaurants típics.

Per Pascual Ibáñez, fotògraf i un dels socis de Cubanito, un bar d’entrepans que va començar a funcionar ara fa dos anys a València, el tracte directe i familiar, mantenint sempre la professionalitat, és necessari per aconseguir clients habituals. L’assiduitat del públic és un dels motors fonamentals per al funcionament d’aquests locals.

La relació preu-qualitat, la gran varietat d’entrepans on triar, la innovació constant en sabors i primeres matèries (entrepans de pollastre amb mel, per exemple), com també la remodelació periòdica del local, han consolidat aquest establiment com un dels més importants de la ciutat. Però hi ha d’altres, com la Bocateria, Pata-

El consum d’entrepans ràpids s’ha popularitzat ben prompte. El públic nacional prefereix cada vegada més els establiments d’entrepans a les hamburgueseries.

queta o Bocates, que gaudeixen d’un reconeixement similiar entre el públic.

Tots es caracteritzen per l’elaboració de menjars casolans, completament oposats a les hamburgueseries industrials i diferents també, segons Paqual Ibáñez, de les grans *bocateries*.

Aquí la varietat d’entrepans és molt més gran i, a més a més, el client pot eixir-se de la carta, barrejar els ingredients i fer-se un entrepà completament al seu gust. “Aquí l’única limitació que tenim ve imposada per la planxa, tot i que ens permet fer un miler d’entrepans diferents, només posant una mica d’interès i creativitat”, afegeix Ibáñez.

Com a mostra dels seus entrepans agafem els de llom amb formatge Rocafort, el de carn de vedella amb ceba fregida i formatge o el de sobrassada, també amb ceba fregida i formatge.

El gerent de Cubanito creu que no es pot establir cap relació entre les petites i les grans empreses d’entrepans: “ofereixen serveis diferents, sense cap tipus de competència possible. A un local de *fast-food* vas normalment quan tens pressa i passes pel seu costat, però no quan quedes una nit amb els amics per a sopar”.

Un avantatge afegit d’aquests establiments és que són prou econòmics. La crisi actual no permet a la majoria dels consumidors eixir fora de casa cada setmana a sopar a un restaurant.

Els responsables, tant de grans com de petits bars d’entrepans, coincideixen a assenyalar que la crisi l’han sentida poc, gràcies als seus preus baixos.

Per Pere, estudiant de Dret de 23 anys, s’ha convertit en un costum reunir-se amb els amics cada dissabte a la nit a Cubanito: “Normalment quedem ací, ens mengem uns *bocates* i pensem on anirem després. L’ambient és molt agradable i la gent és jove. Et trobes molt a gust... i si a més a més sopes per menys de mil peles, cafè inclòs, molt millor”.

Maribel López

VICENT A. JIMÉNEZ

