



senta solo una de las piezas del puzzle para acercar más la ciudad al campo o los alimentos del entorno al comercio barcelonés.

Lo sabe muy bien Lluís Fisas, cuya familia hace más de 40 años que vende en el mercado de la Concepció, a la vez que mantienen firme su vocación de payeses de cuarta generación. Hace 15 dieron el salto a la agricultura ecológica, que combinan con la de proximidad. Haciendo hincapié en que el certificado eco implica «muchas más complicación, semillas más caras, más mano de obra al usar no usar fungicidas de síntesis, el crecimiento más lento y con menos agua...», aunque con la ventaja de que su venta directa les permite ser competitivos en precio.

Del Baix Llobregat a la mesa

En sus puestos sacan pecho especialmente por la cosecha propia llegada de sus 3,5 hectáreas en el Parc Agrari del Llobregat, que ahora suma 40 productos, desde seis tipos de lechuga a habas, y en unos meses alcanzan las 20 variedades de tomate que también se sirven en restaurantes de alta gama. El resto de sus piezas llegan desde su red de confianza del Baix Llobregat, tan frescos que resisten días en la nevera doméstica como si tal. Una estructura sincronizada que suma hasta nueve personas en tienda tripuladas por su madre, Àngels, has-

ta cinco en los campos. «Es un trabajo duro que hay que dignificar», defiende.

También lo hacen Montserrat Tugas y familia, con producción en esa misma comarca, donde miman sus generosas cosechas. El clan comenzó en el mercado de Sant Andreu hace 56 años con paradas de payés, que luego no se pudieron transmitir y les llevaron a ubicarse en el perímetro del mercado, hasta que la reforma les permitió volver al interior. También hace 15 años que se pasaron por completo a la agricultura ecológica «con sello», que reivindican ante otros calificativos no equivalentes y ahora lucen el distintivo de Comercio verde casi con mayúsculas. «Cuando hicimos el cambio perdimos clientes

porque la gente estaba acostumbrada a que todo fuese grande y brillante, y a tener de todo durante todo el año». El tiempo corrió a su favor y ahora van «ganando adeptos», especialmente cuando las parejas jóvenes forman familias y «se conciencian».

Pedagogía y esfuerzo

Han de hacer mucha pedagogía, «hablar mucho»: «Hasta ahora no hemos tenido alcachofas porque la autóctona comienza ahora», relata. Suman unas cinco hectáreas y una en montaña, en una vocación por la tierra que capitanea el patriarca, de 80 años, su hermana Imma, un hijo y un sobrino, aunque estos solo mientras acaban sus estudios.

En el mercado de Galvany, en la zona alta, la matriarca Serafina (89 años) abanderó esa venta de payés que ahora les ha valido la acreditación municipal, cuenta su hija, Montse Marcet. Asume que no pasarán de la cuarta generación porque su hijo, arquitecto, inicia una nueva etapa profesional. Pero el producto de proximidad es su especialidad, con invernadero incluido, y un producto que también despliegan en sus puestos de Mercabarna. «Cada día llenamos un camión» con el género que Esteban, entre otros, cultiva con primor en Sant Boi, y que cada vez está más cerca del consumidor final. ■

Dar el salto a la producción ecológica implica reeducar al cliente

Los tenderos que cultivan quieren «dignificar» una tarea «dura» pero estratégica

Jean Philippe Moser



EL PERIÓDICO entrevista con Barcelona Global a profesionales internacionales que han elegido vivir y trabajar en BCN.

«Barcelona necesita reinventarse continuamente»

El Periódico

B. G.
Barcelona

Nacido y criado en París, la carrera de Jean Philippe Moser le permitió trasladarse sucesivamente a Bruselas, Hong Kong, Marrakech y ahora a Barcelona. Se mudó en octubre de 2020, con su mujer y sus dos hijos. Es el director general de Mandarin Oriental, Barcelona, y ha trabajado 15 años para la empresa, que gestiona 35 hoteles de lujo.



Jean Philippe Moser.

— ¿Por qué escogió Barcelona?

— A mi mujer y a mí siempre nos gustó venir para hacer una escapada de fin de semana, y siempre estubo en nuestra lista de ciudades favoritas, entre Tokio y Nueva York. Nunca imaginamos que se nos presentaría la oportunidad y enseguida decidimos trasladarnos.

— ¿Qué aspectos de la ciudad destacarían como positivos?

— Es una ciudad cosmopolita, con una rica mezcla demográfica, gente que viene de todo el mundo y que ha decidido hacer de Barcelona su hogar. Aunque es grande, la ciudad se siente de tamaño humano, con sus barrios como Gràcia, Sarrià, Poblenou... cada uno de ellos con un aire diferente, una cultura distinta.

— ¿Qué aspectos de la ciudad hay que mejorar? ¿Cómo?

— Barcelona no debe dormirse en los laureles. La ciudad necesita reinventarse continuamente, innovar, crear, acoger, facilitar... Una ciudad es como un negocio, debe enfrentarse a la competencia. ¿Por qué organizar un evento aquí y no en otro destino? ¿Por qué implantar una empresa aquí? ¿Por qué luchar si puede ser más fácil en otro lugar? Una ciudad debe seguir siendo atractiva, y la competencia es feroz.

— ¿Cuáles cree que son sus puntos fuertes para superar la crisis generada por el covid-19?

— Barcelona seguirá siendo Barcelona. Su ubicación. Su historia. *Mar i muntanya*. Su comida. Su arquitectura. Su gente. Se impondrá. Hay gente muy motivada en Barcelona, que está centrada en la innovación, en la creación, en traer y desarrollar nuevas industrias, en posicionar la ciudad en la vanguardia. Es inspirador.

— ¿A qué retos se enfrenta?

— Algunas ciudades, algunos destinos, se han posicionado como más abiertos, más acogedores, por muchas razones: estrategia, capacidad, tipología, circunstancias. En una competición, es difícil estar al día. En mi sector, Madrid, por ejemplo, ha salido de la crisis con tres hoteles de gran lujo que no estaban antes de la crisis, Four Seasons, Rosewood Villa Magna, y por supuesto Mandarin Oriental, Ritz Madrid. Esto ha reposicionado la ciudad en el mercado del lujo y ha aportado cierto atractivo a la ciudad, a un determinado mercado.

— ¿Qué espera de la Barcelona de los próximos años?

— Que se reinvente, pero sin olvidar su pasado, convirtiéndose en una ciudad moderna. Tal vez un modelo de sostenibilidad, en el sentido más amplio, en línea con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. ■