

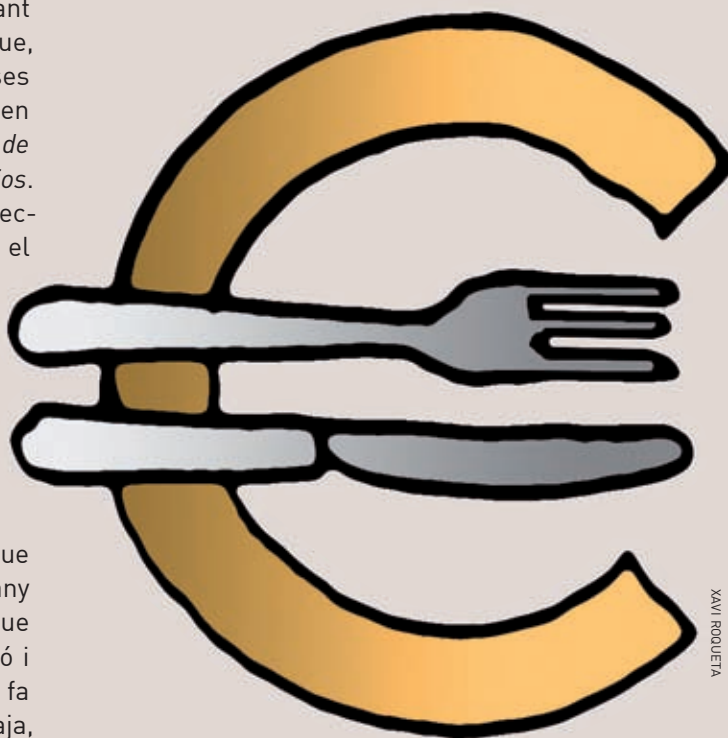
Restaurants com a empreses

«Aquest llibre quantifica el nostre trànsit per l'excel·lència des de la visió del restaurant com a empresa de serveis. Desvetllant que, al cap i a la fi, els restaurants som empreses on la pell són les persones». Ho diu Joan Roca en el pròleg del llibre recentment publicat *El Celler de Can Roca: generando valor en empreses de servicios*. Un llibre que a través de 239 planes fa una disseció del restaurant, o n'ensenya l'esquelet, com diu el mateix Roca. I ho fa des d'un punt de vista al qual no estem habituats. No cal recordar aquí tot el que s'ha dit i escrit durant els últims anys sobre aquest restaurant, però comparativament haurà estat poc des del punt de vista empresarial. I aquí rau l'interès del llibre, a fer veure que al darrere del que torna a ser el millor restaurant del món hi ha una empresa de serveis. Una empresa que com a tal és generadora de riquesa i ocupació, que dóna feina a una setantena de persones, que l'any passat va invertir 436.000 euros en tecnologia, que destina més de 12.000 hores anuals a investigació i innovació, que compra el 85 % dels productes que fa servir en un radi de menys de 50 quilòmetres... Vaja, una empresa amb tots els ets i uts al marge de classificacions, estrelles i rànquings.

Segurament molts gironins ens hem quedat amb la part més frívola i, per què no dir-ho, elitista del Celler, enlluernats per l'allau de premis i reconeixements dels últims anys. Però poques vegades ens haurem parat a pensar què hi ha al darrere, no de la seva gastronomia, sinó del seu negoci, de la seva logística,

El Celler en xifres

El Celler de Can Roca té més de 500 proveïdors de productes per fer els menús, dels quals 150 són de productes frescos i 200 proveïdors de vi. A cada servei de migdia i nit fa servir més de 1.000 plats, 1.650 coberts, 900 copes i 300 suports especials. Cada any prepara més de 550.000 plats entre entrants, plats principals i postres. Tot plegat per atendre els 21.000 clients que hi passen cada any. Una oferta que no cobreix ni de bon tros la demanda: l'any 2013 es van rebre 63.000 correus electrònics i 58.800 trucades.



XAVI ROQUETA

de la seva innovació. I estaria bé que tots plegats fóssim conscients de l'impacte econòmic i social que negocis d'aquesta mena, a primer cop d'ull més lúdics, poden tenir en les nostres comarques.

Fa un parell d'anys ja es va presentar l'estudi *L'efecte Roca* sobre l'empremta del Celler en el turisme gastronòmic de Catalunya. En aquest estudi, dirigit per José Antonio Donaire, de l'Institut en Recerca en Turisme de la UdG, ja s'apuntava, a partir del cas dels germans Roca, l'impacte de la gastronomia i del turisme gastronòmic en la nostra economia. Un impacte que, per si algú en dubtava, es confirma només fent una ullada a aquest nou llibre que ens fa veure el restaurant com a estructura organitzativa i empresarial. I això ajuda no solament a fer-nos prendre consciència dels efectes del Celler sobre la nostra economia, sinó també sobre la imatge de Girona i la seva projecció internacional gràcies, evidentment, al seu prestigi però també al 30 % de clients estrangers que rep.