



JOAN CELIA

Fa uns anys que visitar Palma té, per als turistes que presumeixen d'estar a l'última moda, una nova cita obligada. Es tracta dels Capuccino, que en menys de deu anys s'han convertit en els locals de moda no solament de la capital balear sinó d'altres indrets de la geografia illenca com Port Portals, Palmanova o fins i tot Maó. Una plantilla de 140 persones i 2.200 cadires són algunes de les xifres d'aquesta empresa amb nom propi: Joan Picornell. Té trenta anys i és el que en la societat americana anomenen un *selfmade man*.

Picornell és un home fet a si mateix, sense estudis d'empresarials o hostaleria, obligat a iniciar el negoci per circumstàncies personals d'allò més malaurades. "El meu pare va morir quan jo tenia divuit anys. Va deixar els meus dos

cino. Era a Palmanova i es tractava d'un local de capacitat reduïda: una terrassa de dotze taules. "Miro enrere i penso que quan comences és molt important que la facturació s'adapti a les teves possibilitats. Amb dotze taules ja anava molt justet, però si hagués estat de 40, hauria estat un fracàs", comenta el jove empresari mallorquí. El negoci marxava i ben aviat Picornell va comprar el local del costat però en comptes de fer una ampliació del local va apostar per fer-hi un saló de te decorat amb una col·lecció de tasses antigues adquirides a Londres. Un cop més cercava un local amb personalitat pròpia.

L'empresa funcionava i el 1995 inauguraria la que seria la joia de la corona dels Capuccino: el local del Passeig Marítim de Palma. "Va ser un èxit rotund i absolut des del primer moment. Tothom passava pel Capuccino", recorda el propietari. I no exagera. Aconseguir taula, ja fos al vespre o aprofitant el sol del matí, era gairebé una missió impossible. Des de Bill Clinton a Baltasar Garzón, la visita al Capuccino era obligatòria per als famosos que aterraven a l'illa.

El 'glamour' d'un Capuccino

**Amb trenta anys
li al capdavant d'una de
lles cafeteries de moda
la Mallorca, Capuccino,
Joan Picornell és
el que els americans
anomenen un 'selfmade
man'. Un home fet a si
mateix a qui una difícil
situació familiar
va fer empresari
li que avui dóna feina
a 140 persones.**

germans petits i la meva mare, que no havia fet mai feina. Jo sempre havia tengut clar que volia ser empresari dins el món de la restauració. Estudiava turisme però per les circumstàncies em vaig haver de posar a treballar i vaig fer-ho d'auxiliar de vol", recorda Picornell.

D'aquesta feina, i de les recalades a les diferents destinacions, Picornell va començar a pensar en la idea del Capuccino. Volia un establiment clàssic, com un cafè de principis de segle, però al seu gust. La idea fructificà, els davantals llargs dels cambres i l'ambientació de tots els locals així ho demostren i són la veritable marca de la casa. El Capuccino, però, no és solament imatge: el producte diferenciador és també bàsic. Sense anar més lluny, amb el seu *mokaccino* (gelat de cafè artesà batut amb gelat de xocolata, cacao i xocolata ratllada) ha aconseguit desbancar fins i tot la totpoderosa Coca-Cola.

Un cop clara la idea, només calia posar-la en marxa. Picornell no va esperar massa. L'any 1993 s'obria el primer Capuc-

Una prova de foc. L'èxit continuà fins l'accident del 1998. Aquell any, una explosió als baixos del local provocà la mort d'un treballador i deixà el local gairebé destrossat. La desgràcia, a més, coincidí amb una forta inversió en un nou Capuccino, en un casal antic del carrer de Sant Miquel de Palma, al cor de la ciutat, tancat des del 1925 i que exigia una reforma gairebé total. Va ser un moment dur que comportà un canvi de mentalitat. "Vam aprendre a analitzar costos, a començar a formar-nos com a empresa. No només havíem de donar un producte excel·lent sinó que també havíem d'assolir beneficis. Teníem més d'un centenar de treballadors i, a més, havíem de sobreviure a la inversió", recorda Picornell.

Un any més tard, el Capuccino del Passeig Marítim torna a obrir i la por que el local hagués quedat marcat per l'explosió no es va justificar. El Gran Capuccino del carrer de Sant Miquel també començava a funcionar força. Sense anar més lluny, cada cap de setmana passen pels locals de Palma unes 20.000 persones. Fou llavors, el 1999, quan arribà a

IMATGE MOLT ACURADA

Quan Joan Picornell va començar a definir el projecte de Capuccino tenia clar que volia un establiment clàssic, com un cafè de principis de segle, però al seu gust. Els davantals llargs dels cambrers i l'ambientació de tots els locals així ho demostren i són la veritable marca de la casa. La devoció que sent Picornell pel disseny també la pensa traslladar al nou local que inaugura el mes que ve a Portals: un restaurant de cuina japonesa i internacional, que està cridat a ser un dels locals de moda del pròxim estiu, si més no per la disposició de les taules, situades al mig d'un llac i a les quals s'arriba caminant per damunt de pedres de pissarra.

Joan Picornell una proposta inesperada. "Ens van demanar una franquícia per a Menorca, concretament per al port de Maó. Per a mi aquesta petició va ser un reconeixement absolut a la nostra feina, va ser veure que els nostres coneixements es poden adaptar arreu, que la marca funciona."

Tot i això, de moment, la de Menorca és l'única franquícia de Capuccino i no sembla que la cosa vagi a canviar aviat. "Tenim propostes però no tenim locals i a l'inrevés. A més, jo no he creat una marca per a franquiciar. He vist negocis que s'han fet per això i no és el meu cas. No vull que es perdi la personalitat pròpia del Capuccino", explica Picornell.

Les portes, però, sí que continuen obertes per a la creació de nous Capuccinos. L'any passat es va inaugurar el de Port Portals, un local de moda per a un dels llocs més exclusius de Balears. La inversió fou elevada i, de rebot, implicà una onada de remodelacions a la resta d'establiments de la marca. "No volem que hi hagi desequilibris ni massa diferències, tots els Capuccinos han d'evolucionar a la vegada", comenta l'empresari mallorquí, a qui no li acaba de fer el pes la idea d'obrir nous establiments en zones molt determinades per la temporada turística.

Però que de moment no hi hagi nous Capuccinos a la vista no vol dir que Picornell no treballi en una nova idea. El mes que ve, també a Portals, inaugura un restaurant de cuina japonesa i internacional. I no serà qualsevol cosa. És un local amb jardí i un llac on se situen les taules, a les quals s'hi arriba per damunt de pedres de pissarra. Arquitectes especialitzats vinguts de Barcelona n'han fet el

disseny. Picornell ha viatjat dos cops a Tòquio, "per captar-ne l'essència", i el restaurant disposarà d'un disjòquei que ajudarà a crear atmosfera. De ben segur que serà un dels llocs de moda d'aquest estiu.

Amb les regnes ben agafades. Joan Picornell s'engresca quan parla d'aquest nou projecte. "La il·lusió per fer les coses és el que mou tot, és la base per assolir qualsevol repte", afirma convençut. Una plantilla de 140 persones i 2.200 cadires... si li ho haguessin dit fa deu anys, s'ho hagués cregut? "No ho sé. El que hem fet ho hem anat creant sobre la marxa. El més important és que l'empresa ha anat creixent amb mi, que tot està controlat. Encara ara, cada dia fem un repàs de tots els treballadors, estem a l'aguait sobre com funcionen... Molts dels directors de cada centre van començar amb nosaltres", comenta.

Poc partidari de massa càrrecs, cada Capuccino disposa d'un director responsable, mentre que tant el cap de compres, el de personal i el responsable de l'oficina són comuns per a tots. Un esquema senzill i molt vigilat, encara ara, per la mà ferma de Joan Picornell. "Intent controlar al màxim tot l'engranatge, que tot funcioni, que es mantingui la personalitat del local, perquè al Capuccino hi ve tot tipus de gent, de totes classes socials. Tothom té 300 pessetes -o 1,80 euros- per a fer un cafè. És cert que és un 20% més car que el del veí... però qui ve aquí s'arregla per venir. El Capuccino és una altra cosa."

Sandra Martínez

