

Nissaga de bona pasta

Vuit generacions fent pasta. El patrimoni de Pasta Sanmartí és la clientela que no els abandona, una porció de mercat que amb prou feines permet la supervivència del negoci, però completament fidel. Durant la seva història, la família Sanmartí ha arraconat en més d'una ocasió la pasta, però ara, al segle XXI, l'empresa torna a revifar en mans de Carles Sanmartí, el propietari i gerent.

“Hi ha moltes empreses que tenen molts d'anys d'antiguitat, però el que té valor, més que els anys, és la continuïtat del negoci a escala familiar.” Amb en Carles Sanmartí, actual gerent, ja són vuit les generacions que s'han dedicat a la fabricació de pasta a Caldes de Montbui (Vallès Oriental). La història de l'empresa Pasta Sanmartí es remunta a principi del segle XVIII, quan una família procedent de Sabadell (Vallès Occidental) va traslladar-se fins a la primera vila termal de Catalunya, on van adquirir una casa amb un molí. Fins aleshores havien estat passamaners, els sastres de l'alta aristocràcia, i no es coneix el motiu pel qual van decidir iniciar-se en el món dels fideus.

Segons els documents que encara avui es conserven datats del 1820, Isidre Sanmartí va ser l'impulsor de la nissaga familiar de fideuers. A través d'un aparell que ell mateix va dissenyar, va anar experimentant amb el blat, la farina i després amb la massa, fins a aconseguir que, de prémer fort la massa contra una fusta plena d'orificis, en sortissin uns filets, els fideus per fer sopa. Fins a l'any 1855 es funcionava fent intercanvis, i els Sanmartí oferien els seus fideus a canvi de carn o llet. Però aquell mateix any, l'empresa es va inscriure al Registre Mercantil de l'Ajuntament de Caldes i, per primera vegada, va quedar constància que la família Sanmartí venia fideus. Això va ser més de quaranta anys abans que ho fes Ramon Flo, l'aleshores propietari de pastes Gallo. Aquesta professió, tan estesa a Catalunya al llarg del segle XIX, va constituir-se en gremi, però per una qüestió política van passar d'anomenar-se fideuers a semolers. Tot i que l'empresa llavors els permetia cobrir les necessitats bàsiques, no podien guanyar-s'hi gaire bé la vida. Cap a la



dècada dels anys seixanta del segle XX, en plena repressió franquista, la indústria del plàstic es va introduir a poc a poc a Catalunya, i Pasta Sanmartí va deixar d'envasar els seus productes en bosses de paper per adaptar-se al nou material que triomfava arreu. La mare d'en Carles, en veure que el plàstic era un sector molt més rendible que no pas la pasta, va crear dues empreses de plàstics que durant anys van ser capdavanteres productivament a Catalunya: Foliplas, ubicada a l'Hospitalet de Llobregat (Baix Llobregat), i Egarplas, a Terrassa (Vallès Occidental). D'aquesta manera, Pasta Sanmartí va quedar en un segon terme des del principi dels anys setanta fins a la fi dels noranta.

Tot just fa cinc anys, amb la mort de la seva mare, Carles Sanmartí va quedar com a hereu universal dels béns familiars, entre altres, de l'empresa Pasta Sanmartí, un bé que, per herència –perquè era el fill menor–, no li pertanyia. Ara bé, en ser el fill que més il·lusió tenia per continuar amb l'empresa familiar, malgrat ser conscient de les condicions econòmiques que comportava, va acceptar l'herència. I en aquest quinquenni ha aconseguit recuperar l'esperit de constància i la bona marxa de fa dècades. Després de vint-i-dos anys dedicant-se al plàstic amb el seu germà Jaume, Carles va decidir recupe-



POCS CLIENTS, PERÒ FIDELS
Pasta Sanmartí ha rebutjat una proposta de Caprabo per dissenyar una línia de productes selectes. És política d'aquesta petita empresa amb tres segles de vida concentrar els seus esforços a oferir un producte de qualitat màxima a un client molt reduït, que es limita a petites botigues de Catalunya. Els seus objectius no passen, doncs, per expandir el mercat, sinó per mantenir la clientela i per ser una referència del 'delicatessen' de la pasta, amb una cinquantena de productes diferents. Pasta Sanmartí ha constatat així que els seus clients "o pleguen o es jubilen, però ningú no ens deixa per anar-se'n amb un competidor".



rar el negoci familiar i polir-ne l'estat brillant que tenia amb els seus avantpassats. L'any 1999 l'empresa no passava pels millors moments, s'havia abandonat durant dues dècades, però després de realitzar un estudi van concloure que podia continuar funcionant gràcies a la fidelitat de la clientela. "O pleguen o es jubilen, però ningú no ens deixa per anar-se'n amb un altre competidor." Aquest és el gran secret de la permanència de Pasta Sanmartí.

Els seus clients no són les grans superfícies i cadenes de supermercats, sinó la botiga tradicional de queviures i l'especialitzada de *delicatessen*. Tanmateix, la multinacional Caprabo recentment els ha ofert fer una línia de *gourmet*, però en Carles considera que la seva venta no està enfocada a aquest sector de mercat i prefereix fugir-ne. A Pasta Sanmartí mai no hi ha estocs, perquè tot el que la pastera fa avui es ven demà a través de sis distribuïdors que reparteixen els productes per tot Catalunya, especialment per les comarques de Barcelona i Tarragona.

Preservar la tradició. Les anècdotes es perden en aquests tres segles d'història, però resulta curiós fixar-se primer en les fotografies que hi ha a l'entrada de la nau, datades del 1954, i després en les instal·lacions actuals. La nau, de 600 m² i situada al bell mig del poble, manté la mateixa estructura. En cinquanta anys l'únic que s'ha modernitzat ha estat l'envasat, però la maquinària no s'ha canviat, només retocat. El procés de fabricació és gairebé artesanal, amb cinc treballadors que s'esforcen diàriament perquè tots els productes siguin de primera qualitat. "Qualitat i servei són les armes per poder competir amb les grans marques", revela Carles Sanmartí. El seu patrimoni és la clientela que no els abandona, una porció de mercat petita però molt fidel. Amb una producció diària d'uns 1.500 quilos de pasta, Pasta Sanmartí ofereix un ventall ampli de productes: cinquanta-dos tipus de pasta diferent. El producte estrella són els macarrons, però també hi ha els fideus enroscats que es trenquen amb els dits, diferents tipus de tallarines, la pasta vegetal de tomàquet i espinacs i un

nou producte que encara no es comercialitza perquè s'està perfeccionant. Es tracta d'uns espaguetis més gruixuts que els habituals, completament foradats per dins. Pasta Sanmartí no experimenta amb els colors: "Si la pasta és verdosa no és per l'ús d'un colorant, sinó del vegetal que ha tintat la massa. Els italians insisteixen en la innovació de les formes i el color, però nosaltres el que sempre hem fet és potenciar una línia de pasta tradicional de molta qualitat al preu més assequible possible", assegura el gerent de l'empresa, conscient que significa doblar el preu de les grans marques. Per sort, encara que amb la fabricació artesanal el producte s'encareixi, la pasta continua sent un plat barat.

Qüestió de gust. El ritme de producció varia al llarg de l'any. Supera totes les expectatives entre els mesos d'octubre i gener, tot i que els més forts són, sens dubte, els mesos de novembre i desembre, per Nadal. El creixement de l'empresa és limitat per la producció i per l'espai de la nau, ja que expandir-se dins el poble és impossible. "Afortunadament, la gent té paladar i sap valorar la qualitat dels productes. El mercat potser està saturat i hi ha marques capdavanteres, com Gallo o algunes italianes que marquen la pauta del mercat, però evidentment els nostres compradors són diferents dels seus." En Carles en diferencia dos clarament: els que compren el paquet de pasta més econòmic i els que prefereixen pagar uns cèntims més per assaborir la pasta de debò. Pràcticament totes les empreses familiars de pasta que hi ha hagut a Catalunya han anat caient. En Carles pensa que la pasta és moda i va a l'alça perquè és barata, combina amb tot tipus d'aliments i s'inclou dins la tan recomanada dieta mediterrània.

Pasta Sanmartí té la intenció de subsistir com a mínim cent anys més amb l'ajuda de la seva filla Berta, que, malgrat no dedicar-s'hi encara, ho vol fer en un futur no gaire llunyà. Conscient de les limitacions i dels avantatges de tenir una empresa petita, en Carles coneix la política que s'ha de seguir per no fer fallida: "No menjar més del que tens."

Tais Dalmau