

Lliçó inaugural 2005-06

Lliçó inaugural del curs acadèmic 2005-06 de les universitats catalanes

L'AROMA DE LA INNOVACIÓ

Honorable conseller, Excel·lentíssims i Magnífics rectors, Excel·lentíssims presidents de consells socials, autoritats, professors, alumnes, personal universitari, senyores i senyors,

La meva empresa (Cafès Cornellà) té més de 85 anys. La meva empresa té nom de cafè. I els he de confessar que només en fa set que sé què vull dir quan dic això.

Fa set anys, varem descobrir que el producte amb el qual treballàvem no era el gra que prové del cafeto, de la planta, sinó la tassa, el que la tassa conté, l'aroma concentrat, reclus, subjugat i subjugant. O com diria Philippe Jobin, en el seu treball monumental *Les cafès produïts dans le monde: "El parfum que es pot beure"*. L'aroma del cafè és la qualitat més apreciada fins i tot pels qui confessen que no els agrada ben gens.

Ara, els formularé un fet paradoxal: si l'aroma del cafè torrat és un parfum tan bo que quasi bé agrada a tothom, ¿com és possible que un producte com aquest pugui originar, si es maltracta, una beguda tan dolenta, amargant i negra?. O, encara més, ¿algú em sabria dir quin gust té l'aroma del cafè?

El silenci que sol acompanyar aquesta pregunta respon a una sèrie de raons que provaré d'explicar.

La descoberta d'aquest parfum, d'aquesta essència, té la culpa, segurament, que avui sigui aquí, entre vostès, en una acte acadèmic tan destacat com el que avui ens acull. No cal dir que agraeixo de tot cor, la invitació que el rector de la Universitat de Girona em va fer, i no cal dir tampoc, l'honor que suposa, per a mi, participar en l'obertura del curs 2005-2006.

Em temo, però, que ja sé quina pregunta es fan: ¿Què hi fa un empresari cafeter com aquest en una cerimònia com aquesta? Els reconec que jo també me la vaig fer abans d'acceptar l'encàrrec. ¿I com es pot entendre que una descoberta tan fonamental, però potser tan poc perceptible per a vostès, en una "pime" catalana com la meva, m'atorgui el privilegi de ser avui aquí?

L'objectiu de la meva lliçó és mirar d'explicar-ho. Perquè el canvi d'orientació que els he dit amaga moltes conseqüències que poden ser vistes més enllà de l'òptica particular i que tenen a veure amb un discurs que pot ser aplicat no solament als empresaris sinó al món universitari i, sobretot, a la confluència entre la Universitat i l'empresa.

La necessitat del canvi de què els parlo m'aboca a la Universitat i em fa veure, ens hauria de fer veure a tots, que quan parlem d'innovació no solament ens omplim la boca de tòpics repetits mil i una vegades. Parlem d'innovació perquè la necessitem per sobreviure. Els uns i els altres.

Si els avorreixo gaire, almenys tinc al meu favor aquesta tassa. Si veuen que s'adormen, no dubtin a demanar-me'n un glop.

El cafè

Deixin-me, primer, però, que els parli del cafè. Aquí jugo amb avantatge, és clar, que vostès saben, que tots sabem, de què parlo. Si els parlés de química, de física, d'enginyeria, de poesia, d'art, de disseny, segurament m'hauria d'estendre primer en consideracions prèvies pensades per a qui no fos químic, físic, enginyer, poeta, artista o dissenyador. En canvi, si dic cafè, ja no cal afegir res més. ¿O potser sí? Comptin que si dic cafè també dic química, i dic també física i enginyeria, i poesia i art i disseny. Un perfum que es pot beure. Un perfum que és, per definició, volàtil. Però...si es pot beure...¿com aconseguir que allò que s'esvaeix s'acabi concentrant? ¿Com aconseguir que la flaire esdevingui líquida, substanciosa?

Si dic cafè, dic espresso, alla italiana, que n'és la màxima expressió aromàtica, que és el resultat d'una complicada operació en la qual intervenen variables com ara la pressió, la temperatura, l'energia i el temps per tal d'assolir el miracle de la senzillesa: l'aroma empresonat, si em permeten l'expressió, en una tassa.

Com totes les coses perfectes perquè són simples, l'espresso és el resultat final d'un procés molt complex. De fet, és una extracció de cafè (set grams de cafè torrat i molt premsats en una dosi) que es dissol en aigua calenta (vint-i-cinc centímetres cúbics a noranta graus) mitjançant una gran quantitat d'energia (vuit bar i mig de pressió) aplicada en un temps molt curt (vint-i-cinc segons). Ah!, em deixava el miracle final: la crema que el cobreix, amb una infinitat de minúscules bombolles que concentren les molècules aromàtiques. Una petita meravella d'enginyeria fisico-química que és, a la vegada, una dissolució (de sucres, àcids, proteïnes i cafeïna), una emulsió (d'olis i partícules col·loïdals) i una suspensió (de microscòpiques partícules de cafè i minúscules bombolles de gas), tot concentrat!

Els he parlat de ciències, però en el cafè també hi caben les humanitats. La filologia, per exemple. A veure: espresso –en italià- vol dir ràpid o, també, fet expressament, a mida.

Ràpid.

La pressió ens dona, en el procés que els he mirat de descriure, la capacitat única d'extreure'n tots els sabors deixant de banda els àcids, els amargs i la major part de la cafeïna. La beguda, preparada així, té el gust exacte de l'aroma del cafè torrat acabat de moldre (tota una combinació de més de cinc-cents elements químics!), que només serà exacte i delicat si el fem de pressa, en aquells 25 segons precisos en què l'aigua, de natural mandrosa, és obligada a penetrar a través de l'obstacle del gra molt. Rapidesa per tal d'enganxar al vol l'aroma, volàtil per definició. La mateixa rapidesa amb què s'executa, salvant les distàncies, un truc de màgia.

I fet expressament.

Demanem al cambrer que ens “faci un cafè”, no pas que ens el porti o que ens el posi. Que el faci. Que el faci un a un, expressament. Els facilitaré una dada singular. A la

demarcació de Girona, el sector de l'hostaleria produeix cada any cent deu milions de cafès, amb les quals podríem omplir tres piscines olímpiques. Un a un. No ho oblidin. Tassa a tassa. Fets a mida per complaure, per recrear, cada vegada que se'n fa un, l'espectacle, la poesia d'aquesta operació:

dos glops de plaer que envaeixen el paladar quan les papil·les gustatives entren en contacte amb la crema.

Un entrebanc particular; una història col·lectiva

A l'hora de parlar del cafè hem de comptar amb un fet indiscutible. Fa deu segles que la humanitat coneix el fruit, un fruit que es conrea i recull amb paciència singular. Però només fa quaranta anys que sabem que d'aquell fruit, torrat, se'n pot extreure la beguda que ara coneixem i admirem. La comparació amb el vi, per exemple, és desproporcionada. L'enorme cabal d'història que arrossega la vinya neix pràcticament el mateix dia que neix la literatura.

Podem recordar, per exemple, com els fills de Noè claudiquen davant la temptació vitivinícola, però ben difícilment ens podem imaginar un Ulisses despert gràcies a les tasses de cafè que es prenien rumb a Ítaca. El vi es fabrica, amb poques variants, tal com es feia el primer dia que hom va premsar un raïm, però, en canvi, el cafè, l'espresso, és una tradició gastronòmica recent, un art culinari delicat i exacte que es perfecciona, tal com el coneixem avui dia, a principis dels anys seixanta del segle passat, a Itàlia, sempre Itàlia!

Però és que, a més a més, en el nostre país, hi ha un factor que fins fa ben poc ens ha impedit de gaudir-ne en tota la seva intensitat. A Catalunya, el comerç del cafè es liberalitza per decret l'any 1980, després de quaranta anys d'intervencionisme de l'estat espanyol. Tot just acabada la guerra Civil, va entrar en vigor una normativa que, com en molts altres sectors, econòmics, socials, culturals, polítics, aïllava el sector cafeter del nostre país de la resta del món. En tot aquest període, l'estat era l'únic que podia importar cafè i era qui fixava els preus de compra i venda per als industrials dins el marc d'una reglamentació "inventada" a l'efecte, que no tenia res a veure amb la normalització internacional pròpia d'un producte que cotitza en mercats de futurs. L'estat s'havia tret de la mànega unes denominacions per classificar les més de quatre-centes varietats comercials de cafè en tres categories, de noms "tan suggerents" com "superior", "corriente" i "popular", sense cap correspondència en el context mundial. La cultura espanyola del cafè va ser greument mutilada pels interessos del règim franquista. És, si m'ho permeten, una metàfora particular però ben il·lustrativa del que ens va passar a nivell general.

Estàvem encotillats, doncs, com el país sencer. No és estrany que, amb aquest panorama, el nivell de coneixement del cafè al nostre país sigui tan extraordinàriament baix si el comparem amb el que tenen els consumidors de la Unió Europea, per posar un exemple. Fins fa ben pocs anys, termes tan fonamentals dins la cultura del cafè com Àrabica o Robusta només tenien sentit pels estudiants de botànica.

La democràcia i l'assoliment de les llibertats també varen suposar la normalitat pel cafè. Reconec que no va ser la conseqüència més important del nou estat de coses, Déu me'n

guardi. Estimo el cafè, però no pas fins al punt d'obnubilar-me. Però també el cafè hi va sortir guanyant.

Una nova manera d'entendre el cafè

Els primers quinze anys després del decret de liberalització varen ser especialment difícils per a les empreses. Prova evident del que dic és el nombre elevat de tancaments que es produïren com a conseqüència de tants anys d'un intervencionisme “contra natura”, que acostuma a deixar sectors sencers a mercè de la voràgine de les multinacionals. Aquella situació es veia agreujada pel fet que el cafè no és un producte autòcton i que, per tan no disposava –ni ha disposat mai– d'ajudes per part de cap administració. La generació que va viure sota la dictadura tampoc no tenia els coneixements empresarials ni tècnics suficients per fer front als nous reptes que es plantejaven i per tant un sector sencer es veia indefectiblement abocat a una reconversió terminal.

Una encertada combinació entre un esperit de servei al client, hereu de les mancances del temps del racionament, i una economia fonamentada en l'estalvi i la bona administració, juntament amb un reconeixement local de la marca varen fer possibles les bases del futur de l'empresa. També hi va influir el fet d'estar ubicats en un territori on el sector de l'hostaleria és un veritable motor de desenvolupament i a on va a parar més de la meitat del cafè que importa cada any el país. Oportunitats i reptes –no oblidem que cada tassa s'ha de preparar una a una– a mida per a cada client i, sobretot, amb tot l'aroma. Tinguem present l'erm cafeter que ens va deixar la intervenció i la poca qualificació i elevada rotació de personal del sector d'hostaleria.

La innovació, la universitat i l'empresa

És aquí on entren en joc la Universitat i l'afany de disposar de mecanismes que ajudin a l'empresa a situar-se en un univers canviant que demanda una acció contínua i immediata. Parlem de qualitat, parlem de detall, parlem d'excel·lència. A vegades ens poden semblar termes buits, crosses que fem servir per embastar discursos. Bones intencions. En el meu cas, que em sembla que és ampliable a una bona part dels empresaris, el mite de la innovació empresarial deixa de ser-ho per convertir-se en una absoluta necessitat.

Des de tots els àmbits se senten veus i recomanacions cap el món empresarial en el sentit que cal invertir en R+D+I (recerca, desenvolupament i innovació) com a única opció de futur que ens preservarà de les tradicionals amenaces de la competitivitat del baix cost i de l'actual globalització planetària. Fa un temps semblava que la panacea era la internacionalització de les empreses i que es tractava de portar els nostres productes autòctons als racons més inversemblants de la terra. Com en tot, crec que no hi ha receptes màgiques ni normes generals que serveixin per a tothom. El que per a uns sectors pot ser positiu, per a d'altres pot suposar el principi del fi a causa d'una aventura econòmicament indigerible.

La innovació, en canvi, es basa en el món de les idees i mentre aquestes tenen aquesta condició no costen ni un cèntim. El que costa és tenir-ne de bones i sobretot que suposin la generació de nous conceptes, el desenvolupament de nous productes o la redefinició

dels processos productius i dels processos de comercialització. Cal que les empreses, amb independència de la seva mida, generin les energies suficients per superar els principals obstacles a la innovació, que generalment son de tipus intern, per tal que les idees i la creativitat flueixin sense complexos, per insignificants o agosarades que puguin semblar.

Actualment des de les administracions, les universitats i les organitzacions empresarials s'estan portant a terme iniciatives per tal de conduir a bon terme les bones idees innovadores. Les noves tecnologies i l'accés al coneixement permeten a les petites empreses unes possibilitats que fa uns anys només eren a l'abast de les grans corporacions empresarials. Cal buscar totes les aliances possibles i establir els convenis necessaris perquè la creativitat pugui fer evolucionar les idees en fets.

En el meu cas, els puc certificar que les investigacions que hem dut a terme conjuntament amb equips de recerca de la UdG ens han ajudat a entendre quin era de debò el nostre producte i a fer el camí invers, de la tassa fins a l'arbre, el cafeto. Entendre quina era la composició de la tassa, mitjançant l'anàlisi infinitesimal de la seva complexitat, per poder gaudir finalment del perfum que es pot beure. La innovació l'entenc com un pilar que s'endinsa en vertical, que fa forat, que fonamenta el futur de l'empresa. En el nostre cas, fins hi tot s'ha projectat a fora, vull dir a casa dels nostres clients. Per garantir que l'aroma del cafè es concentrés a cada tassa amb seguretat i qualitat, i gràcies als convenis de cooperació amb la UdG, hem posat a punt uns mètodes de treball –inexistents al nostre país- mitjançant els quals facilitem al personal d'hostaleria els coneixements necessaris per dominar els factors que intervenen en el control d'aquest gest, aparentment tan senzill, de fer cafè.

La Universitat no pot ser una torre d'ivori i les empreses no en poden prescindir de cap de les maneres. Ambdues, empresa i Universitat, han de confluïr en un territori que no sigui ni empresarial ni acadèmic. Un territori nou on els empresaris entenguin que cal tenir cura del detall com si fos una joia delicada; i on els universitaris sàpiguen veure que és en el detall on la seva recerca serà fructífera.

A través d'aquesta senzilla tassa de cafè he intentat de fer-los veure que això és possible i que això és bo per a tots. Només em sap greu que no el puguin tastar. Bé, en tot cas, em comprometo, tant si s'han adormit com no, a convidar-los a un cafè, a un bon espresso, tan bon punt abandonem aquesta esplèndida nau gòtica on avui han tingut la gentilesa d'acollir-me. Han convidat un empresari que no és professor i que no ha vingut a fer una classe.

Això sí: espero que tots plegats en sortim amb la lliçó ben apresada. Moltes gràcies.

Pere Cornellà

Girona, 28 de setembre de 2005