

CONVIVÈNCIA DEL COMERÇ TRADICIONAL AMB LES NOVES TECNOLOGIES

La Boqueria a casa

La cinquena generació de la parada de peix Ripoll del mercat posa en marxa la venda del gènere per internet ≡ **La idea** ha estat premiada per l'ajuntament com la millor iniciativa del 2011

XABIER BARRENA
BARCELONA

Els rebesavis de la Lluïsa i el Jaume Ripoll van obrir, al segle XIX, una parada de peix al mercat de Sant Josep. Mundialment conegut com la Boqueria. Des d'aleshores, 150 anys i cinc generacions després el procés de venda ha variat poc o gens. És a dir, el mètode «**¿Què et poso, reina?**» ha perviscut i perviu ara en companyia d'internet. Els Ripoll, juntament amb l'Oriol Marí, de l'empresa Whads Accent, han creat una web de venda a domicili de gènere, amb el molt actual nom de Peix al Cove i amb una adreça electrònica inconfusible: www.peix.cat. Els Ripoll van rebre el dia 25 el premi a la millor iniciativa privada del 2011 dins dels mercats municipals i una menció especial pel que fa als guardons La Millor Botiga del Món.

«**Fa dos anys vam entrar en una crisi brutal. No solament per la conjuntura econòmica, sinó pròpia del mercat de la Boqueria**», explica la Lluïsa Ripoll. «**El tancament del pàrquing de la plaça de la Gardunya** –prosegueix– **va fer un mal inimaginable: l'accessibilitat al mercat és pèssima i aquest recinte no**



►► **Ganivet i lpad** ►Lluïsa Ripoll, a la parada familiar de la Boqueria, el 9 d'octubre.

es manté gràcies a la gent del barri, sinó a la de la resta de Barcelona i de més enllà. Fins al 80% dels compradors es desplacen de més enllà del districte. I sense aparcament...»

Les dades avalen la tesi: «**La fa-**

turació dels dissabtes, actualment, suposa un terç de la que solia fer-se», apunta l'emprenedora. «**Entre setmana a vegades no surt a compte obrir la parada**», remata.

A tot això s'hi han d'afegir al-

tres problemes, per a una peixateria, més propis de la societat actual: «**La gent no menja peix i la nostra generació** –somriu Ripoll, una mare de dos nens encara petits– **no sap anar al mercat**». I si aquest és el re-

trat, ¿què s'hi podia fer? Anar a buscar la gent a casa.

«**Nosaltres no som una gran superfície, som la parada Ripoll Estera de la Boqueria. Volia portar el mateix peix que es ven al mercat a casa**», afirma la guardonada. En aquell moment es va posar en contacte amb Marí, amb experiència en la construcció de la botiga *on line* de Mango.

Cistella intel·ligent

La gràcia de www.peix.cat radica en el que el duo empenedor anomena «**la cistella intel·ligent**». Un lot personalitzat en el qual els usuaris han d'especificar quins productes i quantitat en necessiten, de quin pressupost disposen i quina freqüència d'entrega requereixi-

El gènere surt directament de la parada centenària de Ripoll Estera cap als domicilis

xen. Els preus són els mateixos que al mercat més quatre euros com a despeses d'enviament. I es pot fer l'ordre fins a la mitjanit del dia anterior.

Després ja no pot ser, perquè s'ha d'anar a Mercabarna, on es compra tot el peix, indistintament de si és per a la parada o per a la web. Quan el gènere arriba a la Boqueria és quan es carreguen els vehicles de repartiment. ≡

RICARD CUGAT