

DE TOTA LA VIDA

TONI VALL

Periodista  
@tonivall

“El col·leccionisme és d’avis”. No em direu que no heu sentit mai aquesta afirmació, oi? Tòpica i temerària, fins i tot tan rònega com la suposada antigor que pretén denunciar qui la formula. I, si no, visiteu qualsevol matí El Col·leccionista o entreu a la seva botiga en línia de *Todocoleccion*. Us sorprendreu. El Col·leccionista és la botiga d’Enric Granados amb Còrsega que fa 23 anys que alimenta el passat i el present de tot aquell que ha tingut l’encert i la sensibilitat de caure de quatre grapes als poderosos i addictius tentacles d’una afició consistent en acumular, seriadament i continuadament, qualsevol mena d’objecte.

Ho sap bé Josep Valsells, l’amo del negoci, guardià quotidià de tantíssimes ànimes colonitzades per aquesta dèria tan vella com la humanitat, tan sorprenent, tan a rebentar de coneixement i de secrets que val la pena custodiar amb tenacitat. Si alguna cosa aprens visitant assíduament El Col·leccionista és que hi ha molts, moltíssims, nous col·leccionistes i col·leccionismes.

Ens hem de remuntar a l’any 2000, quan la vella botiga de bacallà, llegums i pesca salada regentada per la Roser i els seus pares es va posar en traspàs. El Josep ja feia temps que meditava la possibilitat de convertir en professió la seva fal·lera pel col·leccionisme de tot allò relacionat amb el cava i, en general, amb les begudes; els taps corona de les cerveses, les ampolles, els sotagots, etcètera. I així va ser.

•  
*Els primers anys el negoci del Josep va estar enfocat als vins i als caves, fins que va sorgir massa competència*  
•

D’entrada, i durant uns anys, el negoci va estar enfocat als vins i als caves. Sobretot amb les plaques de cava, que llavors vivien una època de fulgurant desfici. A la botiga s’hi podia trobar tota mena de cristalleria, decantadors, taps, termòmetres, aparells i ginys antidegotegit... En temporada nadalenca hi havia cinc persones treballant a la botiga. Fins i tot feien rànquings per escatir qui dels cinc venia més.

La boníssima ratxa, el boom, va durar fins que va sorgir la competència, quasi inexistent a l’inici. Les botigues de vins i caves van proliferar i la roda va portar al fet que les ferreteries incorporessin aquesta mena de productes com a béns de consum força habituals.

Així doncs, uns tres o quatre anys després de l’obertura, el negoci va anar decantant-se cap a l’acolliment de tota mena de col·leccionismes. Des dels més clàssics –segells, monedes, postals, bitllets, cromos, insígnies, tota mena d’objectes publicitaris, tebeos, cartells, fotografia antiga...– als més temàtics –Mi-

# UN MIRALL DE MODES NOVES I ANTIGUES



FOTOS: MANOLO GARCIA



La botiga El Col·leccionista fa més de 23 anys que és un reductors de cercadors de records i noves tendències

chelin, Coca-Cola, Tintín, la Guerra Civil, il·lustradors... I, a poc a poc, es va anar incorporant un cabal temàtic molt interessant: el *vintage*. I el rei són, sens dubte, les joguines.

Els ninots de PVC ocupen, ara mateix, el primer lloc de les vendes a la botiga, i els videojocs i consoles, el primer lloc en vendes per internet. Aquí podem afegir el que convingui: Madelman, Geyperman, Scalextric, Masters del universo, *Dragones y mazmorras*, Nancy, *La guerra de les galàxies*, franquícies del passat que han vençut la batalla del temps i que tenen predicament tant entre el comprador nostàlgic –el que ho havia tingut de petit i ho vol recuperar– com entre el nou col·leccionista que es deixa seduir per una moda amb nous aires de *revival*.

## VINILS, LEGOS I CROMOS DE FUTBOL

Els discos de vinil, i tant, també responen a aquesta febre *vintage*. Una revalorització en tota regla. Els cromos de futbol són un altre camp que tampoc ha passat, ni de bon tros, de moda. Només cal trepitjar un diumenge els voltants del Mercat de Sant Antoni. Menciò a part mereix Lego, un univers immens que acumula fanàtics arreu i que està portant molta gent jove al món del col·leccionisme.

Algunes xifres interessants: per una col·lecció de valuosíssims cromos del segle XVIII de la marca Liebig, tan sols en una tarda van facturar uns 8.000 euros. I per una vella ampolla –buida!– de perfum, un gran col·leccionista va arribar a pagar 6.000 euros en una subhasta a eBay. “Són casos excepcionals”, recalca el Josep.

Ara ja fa anys que a la botiga hi treballa ell sol, però quatre membres de la seva família s’encarreguen de les vendes online de les dues botigues que tenen a *Todocoleccion*. La venda per internet ja fa molts anys que és el gruix dels guanys. “Internet té coses molt bones, però també de dolentes”, diu. Les bones són, en essència, que el públic potencialment comprador s’ha multiplicat exponencialment, i les dolentes, que es pot caure fàcilment en la bombolla i el frau: “Hi ha qui es pensa que internet és un catàleg de preus, i no és així”.

Dues *rara avis* són els puros havans i el licor Chartreuse –el licor d’herbes tarragoní a qui les llegendes atribueixen mai prou contrastades virtuts curatives–, que viuen ara mateix un boom i arriben a preus astronòmics. “Encara no sabem si la gent ho compra per guardar o per a consum propi”. Explica que té una mica a veure amb el col·leccionisme d’objectes de luxe, com els rellotges i les estilogràfiques d’alta gamma, objectes més per presumir que altra cosa.

Fa uns anys una executiva de Planeta DeAgostini va entrevistar-se amb el Josep per saber quins eren els productes més col·leccionats. L’objectiu? Poder-los reproduir i convertir-los en fascicles de quiosc, anatema per als col·leccionistes de pedra picada. Esclar que amb el temps també els col·leccionables moderns de quiosc –els Madelman o els cotxes de Tintín– han esdevingut objectes preuats i desitjats. Una roda, el col·leccionisme, que no deixa de girar.