# Una panadería anarquista carga de simbolismo las calles de París

UNA FÓRMULA SOLIDARIA

**Una panadería destaca por ser el único comercio anarquista de ese tipo en todo el área de París. El local esta autogestionado, sus trabajadores tienen el mismo salario y ya ha demostrado ser rentable.**

**Imagen de la panadería | Foto: Agencias**

“La conquête du pain” es un comercio de barrio a las afueras de París donde nueve personas se dedican a elaborar baguettes, cruasanes y bollos de chocolate, un establecimiento de esquina no muy diferente, a priori, de las otras 35.000 panaderías esparcidas por el territorio galo. Sin embargo, **es la única “boulangerie” anarquista del área de la capital de Francia,** país donde el pan, el queso y el vino, forman parte del imaginario colectivo con el que se identifica la nación de la Torre Eiffel.

“Somos una panadería autogestionada. Aquí no hay jefes, funcionamos de manera colegiada y **celebramos una asamblea cada dos semanas donde decidimos lo que vamos a hacer**. Todos tenemos el mismo salario de 1.350 euros al mes (unos 1.780 dólares) y el mismo reparto de beneficios”, explica Pierre Pawin, impulsor de esta peculiar cooperativa.

*“La gente sabe que es una panadería anarquista, pero vienen porque el pan es bueno y somos agradables”*

“La conquête du pain” nació hace tres años en Montreuil, antiguo feudo del Partido Comunista aledaño a París, gobernado hoy por los ecologistas. Varios militantes anarquistas decidieron pasar de la teoría a la práctica y ensayar con un negocio autogestionado. Como nombre para su tienda eligieron “La conquête du pain” (La conquista del pan), **un guiño a la homónima obra del anarco-comunista del siglo XIX Piotr Kropotkine**. Y como logotipo, una silueta extraída de “La libertad guiando al pueblo”, de Delacroix, en la que el personaje del lienzo cambia las pistolas por una barra de harina y cereal.

“Yo era informático y no tenía ninguna formación como panadero. Un día Pierre me llamó y me dijo: llevas diez años hablándome de alternativas. Voy a montar una panadería, ven a trabajar con nosotros”, comenta Thomas, que dejó su empleo en una escuela de negocios para lanzarse a amasar “baguettes”. Tres años después, **la panadería se demuestra rentable,** transforma dos toneladas de harina a la semana y emplea a siete personas y dos aprendices. Thomas no se arrepiente por haberse sumado a esta iniciativa que toma el relevo de “La Fraternelle”, panadería autogestionada que nació a principios del siglo XX y desapareció noventa años después.

“Aquí me siento mucho mejor. Sé por qué hago las cosas, aunque físicamente sea mucho, muchísimo más duro”, confiesa mientras enseña a un estudiante a preparar una crema de chocolate. Hornean su propios productos, hasta 35 referencias artesanales que dan prioridad a los productos biológicos, e identifican sus bocadillos y menús con nombres de revolucionarios históricos: “El Bakunin”, con atún y cebolleta; “El Durruti”, con pollo, queso y curry; “El Marx”, con jamón cocido y queso emmental… Además, **si el cliente declara que atraviesa dificultades económicas, tiene derecho automático a un “precio de crisis”**. “Basta con pedir una tarjeta en la panadería que da acceso a una reducción.

**En los productos de primera necesidad, la reducción es del veinticinco por ciento**. En el resto, del diez por ciento. La ‘baguette’ cuesta un euro y con al reducción se queda en 75 céntimos”, resume Pierre (1,3 y 1 dólar). “La gente sabe que es una panadería anarquista, pero vienen porque el pan es bueno y somos agradables”, sentencia Pierre. Por ahora, estos empresarios ácratas no reparten dividendos y dedican los beneficios a devolver los préstamos, a aligerar la jornada laboral y a financiar nuevas contrataciones.

Lejos de ideales utópicos a gran escala, aspiran a que su negocio se mantenga bajo esa fórmula solidaria de repartición de la riqueza y a poder seguir creando empleos. “¿Creer que vamos a cambiar la sociedad gracias a la autogestión? Sería como pensar que vamos a cambiar el mundo con una bicicleta”, resume Pierre.