

INNOVACIÓ



Un nas prodigiós. Aroma de Bitcoin i Eduard Ribó, creador de BeYou



Una olor per a cada cosa

BeYou, una empresa de perfums nascuda a Alàs, un petit poble del Pirineu, desenvolupa la primera fragància de Bitcoin

MARC ROVIRA
mrovira@lrp.cat

◉ Fa uns anys, va fer-se popular un anunci que preguntava: “De què fan olor els núvols?” És possible que Eduard Ribó pugui tenir la resposta. És el responsable de BeYou, una empresa amb seu al petit poble d’Alàs (Alt Urgell) que s’ha especialitzat en la creació de perfums personalitzats. Una de les seves darreres invencions ha estat el perfum de Bitcoin. L’encàrrec el va rebre d’un client asiàtic –no en pot revelar el nom– dedicat al negoci de les criptomonedes. No ha de ser senzill explicar de què fa olor

un bitcoin, una moneda virtual que no té cap forma concreta i ni tan sols es pot tocar, però Ribó detalla que té una aroma “molt peculiar”. En destaca les notes de “sàndal i fustes”. El perfum ha estat ideat per Agustí Vidal, “un dels millors perfumistes catalans”, diu Ribó, i només se n’ha fet una sèrie limitada per al client que va demanar-lo. No hi ha més ampolles a la venda. El cas del Bitcoin és un encàrrec de característiques especials per a BeYou, una empresa que vol apartar-se dels estàndards del món de la perfumeria. “Aquest sector, des de fa anys, està basant el seu màrquet en la imatge de triomf, en

Una empresa amb olfacte social

◉ Més enllà d’explorar les olors, Eduard Ribó destaca la vessant social de BeYou. “Comercialitzant perfums hem començat la casa per la teulada, perquè la nostra finalitat és acabar plantant herbes aromàtiques i medicinals.” Crear al Pirineu un mercat de matèria primera per a la perfumeria és el repte, “perquè la gent pugui viure del camp i els joves no hagin de marxar”. BeYou aprofita l’agilitat del web Beyouperfumes.com per ajustar preus i ser competitiva, i tot el procés d’encaixar i empaquetar les ampolles es coordina a través de la Fundació Integra Pirineus, que dona feina a persones en risc d’exclusió social.

dir-li al client que posant-se un determinat perfum s’assemblarà a un actor d’èxit o a una actriu famosa”, diu Eduard Ribó, i apunta que BeYou vol comercialitzar perfums diferenciats i exclusius. S’inspira en la transformació que ha viscut el món del vi, tractant de mimar més els elements essencials que configuren el producte. “No ens centrem en la moda, sinó a oferir un perfum que faci sentir a gust.” Ribó destaca que l’aromateràpia ha estudiat que hi ha olors que van millor que d’altres per a cada ocasió: “Per treballar, pot anar bé un perfum que apporti agilitat mental, però per anar a un sopar o a un esdeveniment més festiu, segurament, preferirem una olor que ens faci sentir més segurs de nosaltres mateixos”. A BeYou estan absolutament convençuts del poder de l’olfacte –“És un instint primari; un record olfatiu et pot transportar a parts de la teva vida que ni recordaves”, explica Ribó– i s’han encarregat de desenvolupar el perfum d’Andoflora, la fira de flors de la Massana, a Andorra, i una línia d’aromes amb què Morabanc obsequia els seus clients més exclusius. També han fet el perfum de la Seu d’Urgell, una iniciativa dels botiguers de la capital de l’Alt Urgell per intentar dinamitzar les vendes. “Per cada compra superior a 20 euros, regalaven una ampolla de perfum de la Seu.”