



El crecimiento de ventas de los productos monásticos en Francia, es algo realmente digno de nota. Y la clientela hoy por hoy sobrepasa ampliamente el público confesional.

Por ejemplo, las ventas de la tienda de la Abadía de Nuestra Señora de Maylis, en Landes, han crecido alrededor de un 50% desde el inicio del año. Esta abadía se especializa en ceras para muebles y parqués y en la producción de un té medicinal, ventas éstas que representan la mitad del presupuesto de esa comunidad de monjes benedictinos.

Pero no son sólo ceras, o tés, sino también bálsamos, aceites, dulces, mermeladas... es toda la infinidad de productos producidos por las abadías francesas, los que encuentran aprecio de un tipo de consumidores que valoran mucho este tipo de consumo "razonable".

Por ejemplo, el hermano Alexis, de la Abadía de Nuestra Señora de Aiguebelle, en Drôme, está orgulloso de su bebida fortificante, basada en 52 plantas, que ya tiene medio siglo de antigüedad, y que está a la cabeza en ventas en la Tienda de las Abadías, una boutique parisina que se especializa en la distribución de productos monásticos. Sigue en éxito a esa bebida reconfortante, una gama de productos basados en Épeautre, un cereal que se asemeja al trigo, productos que se inspiran en los consejos de Santa Hildegarda de Bingen.

Pierre van den Broek, gerente de la Tienda de las Abadías, afirma que se están ofreciendo, tanto en la tienda como por internet, alrededor de 800 productos. Además de los compradores nacionales, son turistas japoneses, americanos y brasileños los que más muestran deseos de comprar algo que tenga ligación con "la tierra y con lo espiritual".

De hecho, todo lo referente a los productos de las abadías tiene un sabor tradicional, nada de marketing gigantesco, sino que la fama ha sido bien ganada por el voz a voz, por la recomendación persona a persona. "Estamos lejos de los estándares agroalimentarios. Son productos de calidad vendidos a precios inferiores a aquellos de tiendas de abarrotes finos", declara Stéphane Bouriez, gerente de la tienda en línea especializada Eole-agapé, que ofrece 1.000 productos de origen monástico.

Incluso los comerciantes de estos productos no buscan un lucro excesivo, según declara también Bouriez. "Como minoristas, debemos suplir nuestros costos, pero nos esforzamos en aplicar precios 'justos' sin margen excesivo de ganancia, para permitir a las abadías distribuir sus productos". La tienda de Bouriez cuenta con al menos 3.000 clientes regulares, que continuamente hacen pedidos.

También está el "Artesanado monástico", una asociación de 7 tiendas y un sitio de internet en los que se ofrecen productos de 150 monasterios. O las Boutiques de Théophile, que sirven de mercado de 15 monasterios. Tanto en uno como en otro, se percibe "un crecimiento de la demanda y un rejuvenecimiento de la clientela".

