

XXXIII JORNADA D'AGRICULTURA A PRADA

Universitat Catalana d'Estiu

El sector vitivinícola a la Catalunya Nord i el Principat

Dissabte, 18 d'agost de 2018. Liceu Renouvier de Prada (Conflent)



RESUM DE LA JORNADA

Enguany, la XXXIII Jornada d'Agricultura a Prada, a la Universitat Catalana d'Estiu, el dissabte 18 d'agost, es va dedicar al sector vitivinícola de la Catalunya del Nord i el Principat.

Seguint l'esquema dels últims anys, les presentacions del matí van ser més generals: la història de la vinya, l'organització del sector i les denominacions d'origen (DO). A la tarda es van presentar una sèrie d'experiències de bodegues privades i cooperatives, i es va fer un llarg debat amb la participació de tots els ponents. Durant el dinar es va fer un tast de vins. La participació va ser superior als últims anys, i va superar en tot moment els quaranta participants.

Josep M. Puigròs, responsable de la Secció de Viticultura de la ICEA, va assenyalar que l'aparició del vi es produeix fa uns set mil o vuit mil anys i, segons la informació actual, ho fa a Armènia. Des de França arriba a la Font de la Canya (Empordà) i es dispersa a tota la península Ibèrica. Els romans van donar al vi un contingut alimentari. Amb els musulmans hi va haver una regressió, però el conreu de la vinya no va desaparèixer i els ordes monàstics s'encarregaren posteriorment de recuperar-la. Amb la fil·loxera es va produir una selecció de varietats. L'any 1907 es pot considerar com un moment de gran revolució en la producció. **(presentació)**

La intervenció de Puigròs va incloure també la part que va preparar Pierre Torres, de la Catalunya del Nord. Destaquem la importància de la producció dels vins dolços naturals i la reducció d'hectàrees de cultiu, de 66.000 en el passat a 22.000 avui. **(presentació)**

Fabrice Rieu, vicepresident del Comitè Interprofessional dels Vins del Rosselló, va fer una fotografia dels vins del Rosselló. Representen només el 2% de la producció de vi de França, però són el 80% del vi dolç. Es tracta de vinyes d'alçada, produït quasi tot sota una denominació

d'origen i amb vint-i-quatre varietats. Les cooperatives (vint-i-cinc, en total) aporten entre el 70 i el 75% de la producció. Un 43% de la producció es dedica a la venda directa. L'exportació de vi dolç és molt petita per qüestions fiscals, ja que fora de França, i perquè té un contingut superior a 15°, es grava amb una taxa molt elevada. Els preus en les últimes campanyes han estat elevats. En Fabrice explica també la complexa organització del sector liderada pel Comitè Interprofessional dels Vins del Rosselló (CIVR), del qual ell és vicepresident i disposa d'importants recursos econòmics, gràcies, entre d'altres, a aportacions com la cotització voluntària obligatòria (CVO) que paguen els productors i que es destina a la recerca, promoció, control i seguretat. (**presentació**)

Salvador Puig, director general de l'INCAVI, va remarcar el paper fonamental del cava dins la producció i exportació vitivinícola catalana, l'existència de tretze denominacions d'origen (incloent-hi la del cava), la possibilitat de coexistència de diverses denominacions d'origen dins una mateixa finca, el creixement de la comercialització sota el paraigua d'alguna denominació de qualitat i embotellat. Va indicar que els vins catalans proporcionen només el 35% del consum de vi a Catalunya i que les cadenes de comercialització tenen un pes creixent. També va fer una explicació comparativa del model organitzatiu del sector, i va assenyalar el paper de l'INCAVI com a vertebrador del sector. (**presentació**)

Xavier Pié, president del Consell Regulador de la Denominació d'Origen Catalunya, va fer una reflexió de la necessitat d'una millor coordinació per a la promoció dels vins en què participin les diferents organitzacions de promoció del turisme, les diputacions, els consells comarcals, etc. D'altra banda, va indicar que el model català ha volgut copiar el de Bordeus, i va assenyalar que el mercat de vi és un mercat global, un mercat a escala internacional, i que el preu del vi amb denominació d'origen Catalunya ha pujat en els últims anys, amb l'excepció de Barcelona, on es realitzen les promocions. (**presentació**)

Xavier Albertí, president del Consell Regulador de la Denominació d'Origen Empordà, va explicar les peculiaritats d'uns vins de la tramuntana, on els rendiments són baixos, no es destinen al cava, el mercat local és fonamental i no cal vendre fora de Catalunya. Es tracta d'una denominació d'origen petita.



Jean-Louis Salies, president de la IGP Côtes Catalanes, va explicar que la IGP opera com un paraigua que ha funcionat molt bé per a la recuperació i promoció dels vins de la zona. Va fer referència especialment als vins rancis i a l'enoturisme.

3

Després del dinar, amb tast de vins i amb gran aportació de vins locals francesos, es va iniciar la sessió de la tarda.

Jordi Bota, president de la Societat Gastronòmica del Pirineu, va explicar una experiència molt particular com és la recuperació de la vinya a la Cerdanya per part d'un grup de consumidors i restauradors. (**presentació**)

Xavier Farré, president executiu del Centre Vinícola del Penedès (CEVIPE), va explicar l'experiència d'una cooperativa de segon grau que agrupa tretze cooperatives i que tradicionalment s'ha orientat a comercialitzar vi a granel per a fer cava. Té 2.200 socis, 6.300 hectàrees de vinya i una facturació de més de trenta milions d'euros, i actualment elabora entre un 10 i un 12% de la producció. Va explicar que treballa en cinc denominacions d'origen i va assenyalar el paper fonamental del cava en la producció de vi a Catalunya. (**presentació**)

Anna Espelt, de l'empresa Espelt Viticultors de l'Empordà, va explicar els quatre elements que han permès l'èxit d'una finca productora de cent vuitanta-cinc hectàrees. Una combinació apropiada del tipus de sòl, del clima, del tipus de ceps i de qui cultiva són les claus.

Jaume Martí, soci i directiu d'Agrícola Sant Josep de Bot, va explicar l'experiència d'una cooperativa de la Terra Alta creada el 1962. En els últims sis anys han passat de vendre la totalitat de la producció, principalment a Torres, a elaborar amb marca pròpia el 60% de la producció amb set marques diferents (potser la més coneguda és *Llàgrimes de tardor*). Aquesta multiplicat de marques és conseqüència d'una estratègia d'oferir productes tenint en consideració la segmentació del mercat. Tenen un vi nou que comercialitzen amb el nom de *Laquarta*. Estan fent un esforç per aconseguir una forta identificació territorial del vi, que aquest sigui un element de la seva producció i que acompanyi altres productes i elements patrimonials.

Montserrat Molla, pubilla del Mas Molla de Calonge, va explicar l'estratègia del Mas, on treballen un vi de pagès, comercialitzat directament a la finca i al mercat de Palamós i on realitzen visites i explicacions dels processos. Per a ells la relació directa, un preu adient i poc seguiment de les modes són elements fonamentals d'una estratègia d'autenticitat. (**presentació**)

El debat sobre perspectives de futur del sector va ser molt ampli. Assenyalem solament alguns punts:

- Les raons explicatives de la caiguda tan pronunciada del consum de vi per càpita en comparació amb altres productors mediterranis. Es van assenyalar el preu, la competència de la cervesa, les pautes de consum dels joves, la propaganda..., molts factors i finalment una explicació no satisfactòria.
- El futur del cava: les notícies de canvi de propietaris de dos dels tres grans del sector, la guerra de preus d'aquests anys, l'entrada de nous productors, la peculiaritat de la denominació d'origen cava, l'oferta mal segmentada, el consum de vi espumós per a cada dia, la creació de Corpinnat, etc.
- Les possibilitats del vi rosat, que està funcionant molt bé a França.
- La rendibilitat de la producció de vi i la viabilitat de les explotacions.

– El relleu generacional.

