

Misteris i paradoxes del boicot al cava



El president del PP, Mariano Rajoy (a la dreta), brinda amb el president de la Confraria del Cava i directiu de Freixenet, Pere Bonet (esquerra), i el president del seu partit a Catalunya, Josep Piqué (el segon per l'esquerra), junt amb altres representants d'empreses del sector

Any 2004: es convoca un boicot als productes catalans i al cava en particular, en resposta a les declaracions de Josep-Lluís Carrod-Rovira afirmant que Madrid no estava capacitada per organitzar els Jocs Olímpics del 2012. Josep Lluís Bonet, president del Grup Freixenet, va atribuir a aquest boicot un descens del 4% de vendes dels caves i vins dels seus cellers al conjunt de l'estat espanyol. En general, el sector ha assegurat que ha estat perjudicat per aquesta situació, i ara avisen que, com que enguany s'ha iniciat el boicot amb més anticipació a la campanya nadalenca –que representa el 50% de les vendes anuals–, els efectes poden ser molt pitjors.

Menteixen les xifres? Però, curiosament, les dades del mateix Consell Regulador de la DO Cava contradueixen

aquestes afirmacions, i resulta que la campanya del 2004 va ser la millor dels últims cinc anys, només superada per la del 1999, que amb l'efecte "mil·lenni" va ser excepcional. Concretament, el 2004, i sempre segons fonts del Consell Regulador, al conjunt de l'estat hi va haver un increment del nombre d'ampolles venudes respecte a l'any anterior d'un 2,34%, mentre que al 2003 l'increment respecte al 2002 va ser de l'1,21%. Per contra, al 2001 hi va haver un descens del 0,74%. Si analitzem les dades, les afirmacions del president de Freixenet encara semblen més contradictòries. Les vendes d'aquest grup a la resta de l'estat només representen un 16% del total (l'exportació és d'un 65%), per tant, per baixar un 4% sobre el total de les vendes estatals, haurien d'haver patit un descens fora de Catalunya del 9%, mentre l'es-

tadística general al sector és d'un increment del 2,34%. L'explicació més simple és que el descens de vendes de Freixenet no ha estat un fenomen general, atribuïble al boicot, sinó un problema comercial d'aquesta empresa concreta. I és clar, sempre és més còmode donar la culpa a algun factor aliè que no pas buscar els problemes a casa. L'altra lectura, molt més malpensada, és deduir que Freixenet aprofita aquest boicot per pressionar el Govern del tripartit, de manera que n'amplifica el resultat. A diferència de Freixenet, el grup Codorniu sí que ha presentat resultats d'aquest 2005, i assegura que ha perdut un 4,03% de les vendes.

El miracle extremeny. En el camp contrari, també hi ha afirmacions ben curioses. El senyor Nacho Antón, del celler extremeny elaborador de cava

Lar de Barro, afirmava, tot cofoi, que havien multiplicat les vendes "per sis o per set". Ja és ben estrany aquest fet, si es té en compte que segons el reglament de la DO, el cava ha de tenir una criança en ampolla mínima de nou mesos, per tant, per tenir tantes ampolles disponibles per a aquesta campanya nadalenca haurien d'haver previst aquest boicot a principi del 2005. Això, o bé suposar que cada any a aquest celler els sobren sis ampolles de cada set que n'elaboren. De tota manera, del total anual de més de 220 milions d'ampolles de cava elaborades, els dos cavistes extremenys només en produeixen un 0,06% del total.

Compra en punta. Un dels fets que ha d'estar passant per força és que els elaboradors de fora de Catalunya, per poder cobrir l'increment de comandes, hagin de recórrer a una pràctica legal i habitual al Penedès: la compra d'ampolles "en punta", és a dir, ampolles de cava gairebé acabades d'elaborar a altres cellers, i només a falta de completar el temps de criança que considerin adient, i de desgorjar-lo i etiquetar-lo amb la seva marca. Com que d'elaboradors d'ampolles "en punta" només n'hi ha a Catalunya, és molt possible que totes les ampolles de més que estan venent els cellers d'altres indrets, amb el reclam principal de ser un producte no català, tinguin origen al Penedès o la Conca de Barberà. Tot i això, el reglament de la DO només permet aplicar aquesta pràctica a un 25% del total de les ampolles de cada cavista.

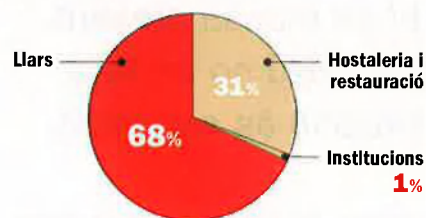
Un altre elaborador no català és el celler valencià de Torre Oria, molt més discret que l'empresari extremeny. El responsable comercial, Santiago Sanchó, afirma que si bé és cert que han rebut més sol·licituds d'ampolles, no les poden atendre perquè, malgrat ser l'elaborador de cava més gran de fora de Catalunya (unes 700.000 ampolles

Catalunya és un dels únics països amb gran producció vinyícola on es dona el fet paradoxal que es consumeix més vi produït a fora que autòcton

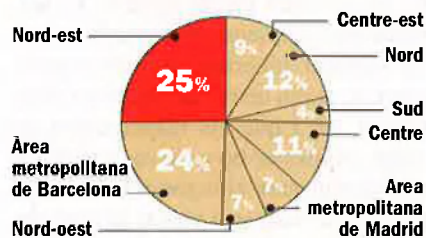
Consum de cava a l'estat espanyol

Dades de 2004

PER ÀMBITS



PER ZONES GEOGRAFÍQUES



Font: Consell Regulador del Cava

l'any), els limita el període d'envelliment preceptiu del cava, que no permet "improvisar" ampolles, i que el seu creixement és el normal de qualsevol empresa ambiciosa. A més, diu que tot aquest fenomen és negatiu per al conjunt d'elaboradors de cava, i que ja s'ha trobat algun cas de clients que, davant el dilema d'haver de decidir si serveixen cava català o no, han optat per oferir altres aperitius. Un cas curiós és el de Bodegas Bilbaínas, un dels cellers de la Rioja històrics, que a més de vi negre, elaboren el cava Ro-

yal Carlton. Fa anys que és propietat del Grup Codorniu. Per cert, això els converteix en producte "tabú" per als boicotejadors impenitents? En qualsevol cas, potser farà que a Can Codorniu no facin ostentació de ser-ne els propietaris per assegurar-se que d'una procedència o d'una altra, el cava consumit acabi essent d'una de les seves marques.

L'efecte rebot. A Catalunya, en canvi, es detecta un cert "efecte rebot" amb calma i sense escarafalls. En un dels únics països amb gran producció de vins on es dona el fet paradoxal que es consumeix més vi fora que autòcton (el 70% del vi negre amb DO consumit a Catalunya és de fora, bàsicament espanyol), es detecta una certa sensibilització. Els particulars i també alguns comerciants i restauradors aposten pel producte autòcton, i potser serà el moment que alguns consumidors descobreixin el que fa temps que se sap a l'estranger: que els vins catalans són, en conjunt, dels millors del món.

El fet és que, com sempre que es toca la butxaca a les grans empreses catalanes, aquestes s'han afanyat a fer ostentació de la seva espanyolitat. Hem vist la transmutació alquímica del cava català en espanyol en una reunió mediàtica a Sant Sadurn d'Anoia entre el president de Freixenet, Josep Lluís Bonet, i Mariano Rajoy, on el cavista va dir que "el cava és tan català com espanyol, com jo mateix", i el president del PP va afegir que "els productes que es produeixen a Catalunya són tan espanyols com el vi de la Rioja o el torró d'Alacant".

Només ens cal esperar que ara que algunes de les grans marques com Codorniu, Castell de Peralada i, més tímidament, Freixenet, començaven a etiquetar algun producte en català, no es facin enrere adduint que això posa en dubte la seva preuada espanyolitat.

Joan Nebot

El descens del 4% de les vendes que assegura Freixenet es contradiu amb les dades del Consell Regulador, que assenyalen que la campanya del 2004 va ser la millor dels darrers cinc anys