

ENTREVISTA: Joan Gil*

"La gran aposta són els vins de valor afegit"

PROMOCIÓ · "Volem que la gent vingui, trepitgi el territori i tasti els nostres productes" BOICOT · "Bons vins no eren consumits en zones d'Espanya perquè estaven etiquetats en català"

Bernat Deltell



Joan Gil és el director de la Unió Vinícola del Penedès des de fa quinze anys
MIQUEL ANGLARILL

Joan Gil és el director de la Unió Vinícola del Penedès (Uvipe), una associació empresarial que té com a objectiu la formació, la defensa dels interessos del sector i la seva promoció. En total, 115 empreses associades que representen el 97% de la comercialització de la DO Penedès i el 86% de la DO Catalunya. Gil és el director d'Uvipe des de fa quinze anys, motiu pel qual coneix a fons una indústria en què conflueixen no només xifres i dades, sinó també factors culturals, històrics i territorials.

Com es presenta la verema?

Tot indica que tindrem una verema més prima, però a aquestes altures qualsevol pronòstic és arriscat. Un canvi de temps sobtat podria modificar les previsions actuals.

Quin és l'estat de salut de la verema d'aquests darrers anys?

Té alts i baixos importants. El 2004 vam tenir una verema normal. En canvi, un any més tard patíem una reducció de fins a un 30%. La verema de l'estiu passat ens situava de nou, i de manera justeta, a la mitjana. Pel que fa a aquest any, la previsió és més o menys igual que la de l'any passat, però amb una reducció que se situaria al voltant del 5%.

Què és el pitjor que podria passar ara mateix?

Que d'aquí a una setmana tinguéssim un excés de pluja. Seria desastrós, perquè desequilibraria tot el procés.

¿Es repetiran les queixes dels viticultors pel preu del raïm?

Hi ha una part de viticultors que no arriben a les rendes mínimes perquè el seu negoci sigui rendible. És una qüestió complicada que requereix un gran equilibri i sensibilitat entre totes les parts.

¿L'aparició de polígons industrials i el creixement desmesurat d'algunes poblacions genera preocupació?

Sí, estem lluitant perquè el Penedès sigui una zona de qualitat, tant en el producte com en la seva aposta per l'enoturisme. Per això ja hi ha un pla director aprovat inicialment i s'ha creat també un pla estratègic perquè el Penedès creixi de manera respectuosa amb el territori i el paisatge.

Per què costa tant la penetració de vins catalans en determinades zones del país?

Perquè no som, o no hem estat, capaços d'engrescar el consumidor en els nostres productes, però, un cop trencada la barrera, tenim constància d'una continuïtat. Per això començarem línies d'actuació perquè la gent vingui, ens conegui, trepitgi el territori i tasti els nostres productes.

El futur passa per la qualitat?

Sí, la gran aposta són els vins de qualitat i valor afegit. En vins negres, les vinyes que es van plantar fa vint-i-cinc anys ara estan donant els seus resultats, que han estat espectaculars, com demostren els premis i reconeixements internacionals obtinguts per aquests productes.

Els vins del Nou Món són un perill?

Ho són per a tothom, no només per a nosaltres. Aquests vins que provenen de Xile, Austràlia i Sud-àfrica, entre d'altres, encara no han arribat aquí massivament, però ens estan desplaçant en molts mercats, on hem passat del tercer al sisè lloc.

Com funcionen les exportacions?

A ple rendiment. La DO Penedès representa el 30% dels vins catalans exportats a l'exterior i el 4,5% dels espanyols. Això vol dir uns quinze milions d'ampolles, de les quals més de dos milions van al Regne Unit. És el nostre gran mercat, que, a més, marca tendència, per això hi hem d'estar atents...

Els boicots han fet mal al vi del Penedès?

Sí, ens han afectat, diguin el que diguin. L'efecte boicot ha obert una línia que serveix d'excusa per evitar un vi català, encara que sigui d'una gran qualitat. També he vist com vins de qualitat no eren consumits en algunes zones d'Espanya perquè estaven etiquetats en català. I que consti que no estic en contra d'etiquetar en català.

Les campanyes de trànsit també perjudiquen?

Ens han fet mal, i l'obligació de tots plegats és formar els consumidors en l'ús, i no pas en l'abús.
