

El Penedès vol encapçalar la producció de vins de gamma superior a Catalunya

El Consell Regulador de la DO renunciarà als vins de baixa qualitat i promourà la diferenciació

11/06/09 02:00 - VILAFRANCA DEL PENEDÈS - CATI MORELL

El Consell Regulador de la Denominació d'Origen Penedès va anunciar ahir que en els pròxims mesos començarà a treballar en accions concretes encaminades a promoure la qualitat de la marca Penedès. L'objectiu és renunciar als vins que no compleixin uns mínims requisits de qualitat per garantir que la marca vagi associada a un producte d'un nivell alt. Això podria suposar prescindir del 75% de l'actual producció de vi de la zona. I, a més, alimentaria la tan buscada especialització del viticultor i de l'elaborador per poder garantir productes de qualitat que permetin obrir un nou mercat lligat també a l'enoturisme.

Després de dos anys de preparatius per posar en marxa el pla estratègic de la denominació d'origen (DO) Penedès, l'1 de juny passat el Consell Regulador va aprovar un pressupost de poc més d'un milió d'euros per començar a treballar. El seu president, Francesc Pasqual, el va presentar ahir conscient de les dificultats que suposarà l'entrada en funcionament del nou pla de treball. Per començar el Consell Regulador de la DO Penedès i el Consell Regulador del Cava hauran de treballar conjuntament per imprimir la necessitat que els viticultors i els elaboradors permetin l'adscripció de les vinyes a un producte o a l'altre, i no a tots dos productes com passa actualment, en alguns casos. La producció de vinya dirigida a productes i cellers concrets afavorirà un increment de la qualitat, segons el Consell Regulador de la DO Penedès, i permetrà l'especialització en productes de gamma superior. Això suposarà un increment de costos per al pagès i un increment de costos per a l'elaborador, que podria arribar a traduir-se en un augment també del preu de l'ampolla, tot i que segons el president del Consell Regulador, Francesc Pasqual, «no ha de ser necessàriament així». Tant els pagesos com els elaboradors estan disposats a assumir el risc que suposa aquesta nova via per trobar el lloc tan reclamat pels defensors de la marca Penedès.

El nou pla que es posa en marxa es basa en tres pilars: en primer lloc, donar valor a la marca; en segon lloc, aprofundir en la diversitat dels productes que es fan des del Penedès, aprofitant els microclimes que hi ha a la zona i la gran diversitat de varietats que s'hi cultiven, i, finalment, fer un procés d'apropament al consumidor per donar informació i orientació clara i entenedora. «S'han de trencar els tics elitistes que el vi ha cobrat en els últims anys», va dir Pasqual.

Aquest procés, que es vol desenvolupar en un període de tres anys –acabaria el 2011– ha d'anar lligat a la promoció no només del vi sinó també del territori, i a un compromís dels elaboradors de posar èmfasi en el procés de producció. «S'ha d'incrementar el nombre de tasts que es fan abans de treure el producte al mercat i s'ha de reorganitzar el comitè de tast», va explicar el president de la DO Penedès. El Consell Regulador és conscient que, a partir d'ara,

s'ha de trobar la manera de garantir el contacte directe i constant amb els professionals del sector, i de crear sinergies entre el sector i els responsables de la distribució o la venda. El que sí que té clar el Consell Regulador de la DO Penedès és que des d'aquest territori s'ha de continuar apostant per la producció de vins blancs, rosats i negres, perquè «apostar només per uns seria un suïcidi», va dir Pasqual. Segons ell, l'objectiu és aconseguir que la diversitat de la producció del Penedès quedi ben organitzada, i que la tipicitat del xarel·lo es converteixi en estandard de la DO. Aquest ha de ser l'exemple que garanteixi que les varietats pròpies donin un segell de qualitat a la marca Penedès.

Promoció del Penedès com a territori

L'aposta de la DO Penedès per la producció de raïm i de vins de qualitat, de gamma superior, ha d'anar acompanyada d'una definició pròpia del territori. L'eslògan que la DO Penedès ha trobat per acompanyar aquesta aventura diu: *DO Penedès, la teva vinoteca a l'aire lliure*. Amb aquesta frase, la DO Penedès busca la manera de lligar la promoció del vi a la promoció del paisatge i el territori. L'enoturisme és el gran camí que queda per explotar en un moment en què la crisi econòmica ha posat en qüestió els models econòmics basats en la producció industrial. «O ens diferenciem o morim», va dir ahir el president de la DO Penedès. Els pagesos estan disposats a assumir un risc elevat després de molts anys de penúries per continuar defensant la vinya, i els productors estan disposats a buscar un lloc a la punta de l'iceberg per començar a crear un nou context que permeti obrir noves portes. L'objectiu és que la marca Penedès vagi lligada a un entorn i uns productes de qualitat per garantir el futur de la DO, perquè «existirà un bon Penedès o no existirà», va dir Pasqual.

Darrera actualització (Dijous, 11 de juny del 2009 02:00)