

ADÉU A LA DENOMINACIÓ «MÉTHODE CHAMPENOISE»

# Ha començat la guerra de les bombolles

La producció de vi escumós a Catalunya i la importància d'aquest producte, pel que fa a les exportacions, planteja alguns problemes —centrats, sobretot, en la denominació i en l'aplicació de l'IVA— de cara a l'entrada en la CEE.

Carme Font - Toni Ferragut

**E**l xampany català rebrà una forta sotragada, a partir de l'1 de gener del 86, a causa de l'ingrés de l'Estat espanyol a la Comunitat Europea. El govern francès ha pressionat els governs membres de la CEE per tal de prohibir que es pugui etiquetar amb el nom «Méthode champenoise» les ampolles de cava català.

El passat 21 d'octubre, el consell de ministres d'Agricultura del Mercat Comú, amb l'assistència dels representants de l'Estat espanyol i Portugal, establí la privació de fer referència a l'elaboració del xampany segons el «Méthode Champenoise». El ministre espanyol d'Agricultura, Carlos Romero, no va saber guanyar-se els aliats necessaris per frenar la maniobra del govern francès, contrari als interessos catalans. I tan sols aconseguí retardar-ne un temps l'entrada en vigor.

El ministre d'Agricultura intentà trobar suport d'Itàlia i Alemanya, productors també de vins escumosos, però, aquests països, la mesura no els afecta gaire, ja que la seva producció mitjançant el «Méthode Champenoise» només és de cinc i vuit milions d'ampolles respectivament, i no fan la competència a la producció francesa com els escumosos catalans.

Només donaren suport a les tesis del ministre espanyol els ministres de Luxemburg i Portugal. El primer, amb poca producció, i per tant, amb poc de pes específic. El segon, només hi té veu, però encara no té vot.

Els interessos estatals han perjudicat els catalans. En la dècada dels anys 50 per defensar el vi de Xerès,



DOMÈNEC UMBERT

l'estat va signar a París la reglamentació de les denominacions d'origen perjudicant el xampany català. Països com la URSS i els Estats Units, que no signaren els acords, continuen etiquetant els seus vins escumosos com a xampany.

Els industrials xampanyers catalans, que elaboren el 98 % de vi escumós que es produeix a l'estat, van intentar de trobar un nom que pogués comercialitzar els nostres escumosos. Aquesta etiqueta fou «cava». En la dècada dels 70 es va fer un intent d'introduir aquesta paraula per substituir el costum que té la gent d'anomenar xampany els escumosos, encara que no siguin fets a la regió de la Xampanya. Per això, a les etiquetes es col·locà el mot «cava» ben destacat, juntament amb la frase «Méthode Champenoise», que fa referència al sistema d'elaboració que s'ha emprat.

El Sr. Jaume Ciurana, ex-director general d'Incavi i autor del llibre *Els Vins de Catalunya*, creu que el mot «cava» no és el més encertat: «Però, si entre tots no n'hem sabut trobar

d'altre... Em penso que no és l'encertat, perquè és una paraula que no expressa en català la manera de fabricar el xampany. Una cava en català és un celler. També tenim l'inconvenient que, aquesta paraula, els grecs i els portuguesos la tenen enregistrada per a denominacions d'altres vins. Per tant, en aquests països no la podem utilitzar.

És una llàstima que no sabéssim aprofitar la denominació que fa dels vins escumosos un escriptor medieval. El 1380, Francesc Eiximenis els anomenava: «vins saltants o vins formigalejants». La primera denominació fóra la ideal, ja que en anglès té una bona traducció, «*jumping Wine*», i es podria comercialitzar molt bé. Mentre que si traduïssim la segona, el resultat seria un vi «de formigues».

De les 986.600 ha de cultiu que té Catalunya la vinya ocupa el cinquè lloc, amb 109.012 ha. L'11 % de la superfície. El 99 % d'aquesta terra és de secà. La vinya de raïm per a vi ocupa el 98 %. La producció de l'any passat foren de 3 milions d'hectòli-

## A Catalunya no hi ha xampany

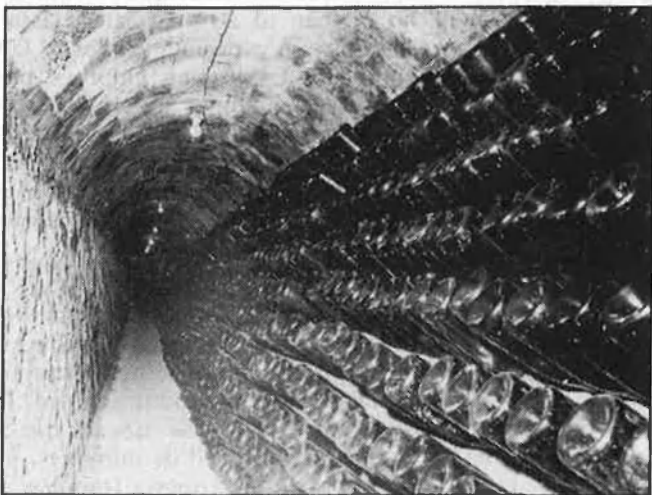
*Un vi de qualitat que fa por a França*

**S**egons l'industrial Sr. Antoni Mestres, la mesura que els francesos volen aplicar, pel que fa a la supressió «Méthode Champenoise», per als vins escumosos de l'Estat espanyol, ens pot ajudar a superar-nos i produir uns productes més bons i més competitius.

El cava català fa por als industrials francesos; la qualitat que tenen és tant o més bona que el xampany. Si s'aconsegueix de crear-ne un logotip encertat i que faci impacte en els mercats internacionals, la reglamentació del «Méthode Champenoise» pot suposar-los l'efecte contrari que pretenien.

Per al productor Antoni Mestres, a partir d'ara, comencen de zero. «A Catalunya no tenim xampany, hem de fer bons productes i exportar-los amb la denominació «cava». A l'exterior, quan es parla de xampany, s'associa amb França. Ningú quan sent aquest mot, pensa en Catalunya. El xampany és francès».

El 1962 els productors de vins escumosos es reuniren per saber quina havia de ser la denominació que havien de portar aquests vins. Es decidiren pel cava. L'any 1972 es va oficialitzar, i la Confraria de Sant Sadurn d'Anoia, el 1978, féu una intensa campanya per a promoure'l a l'interior. També s'han fet dues petites campanyes, a la televisió i a les revistes especialitzades, a l'exterior —als Estats Units d'Amèrica, al Canadà, i a la Gran Bretanya— per fer conèixer aquest mot. La paraula «cava» ha fet fortuna entre els consumidors del País Catalans, però encara és desconeguda a l'exterior; tan sols els pe-



riodistes i els entesos anglosaxons el coneixen i el demanen.

Així com els vins són molt coneguts i hi ha moltes denominacions d'origen arreu dels països productors —Porto, Alella, Bordeus, Rin, Alsàcia, Borgonya—, aquest no és el cas dels vins escumosos, i sols França s'ha preocupat de prendre mesures en aquest camp. En té vint o trenta denominacions. En aquest terreny, els escumosos catalans es troben bastant endarrerits respecte als francesos, però no en la qualitat, què és la millor arma que tenen per fer la competència en el mercat internacional.

La supressió de la fase «Méthode Champenoise» només afectà els països membres de la CEE, perquè a Sudàfrica, Austràlia, els Estats Units, la URSS o Xile, continuaran etiquetant amb el mot «champagne». Aquesta eliminació, de moment, no ha estat decidida, i s'ha d'esperar què hi reglamentaran en el Consell de Ministres de la CEE. L'entrada al Mercat Comú de l'Estat espanyol i l'aplicació de l'IVA (Impost sobre el Valor Afegit) també tindrà efecte sobre el sector del vi.

Les exportacions de cava es veuran afectades de cara als estats asiàtics i africans. Els preus en aquests llocs hauran de pujar. Però, tot i així, el cava català serà competitiu.

Els països que tenen el tractat preferent amb la Comunitat Econòmica Europea no es trobaran amb una pujada gaire forta. Entre aquests hi ha els Estats Units, que és el principal importador d'escumós del Penedès. Per això, dins el sector vinícola d'aquesta comarca no estan gaire amoinats. El tercer grup és el dels països membres del Mercat Comú. En aquest camp no hi haurà massa problemes, perquè a Europa no arriben gaires milions d'ampolles de cava. Són països que no fan el milió. Es troben entre les 400.000 i les 800.000 ampolles anuals. L'Impost sobre el valor afegit (I.V.A.) no gravarà gaire els productes vinícoles catalans.

Una vegada vist tot això, Antoni Mestres diu que no hem de tenir por per l'eliminació de la referència «Méthode champenoise». Potser el que haurem de fer és donar les gràcies als francesos per fer-nos avançar i espavilar-nos a cercar una denominació d'origen, fent un producte de qualitat i competitiu. Partim de zero. □

A l'esquerra, Jaume Ciurana.  
A la dreta, caves.

tres, la meitat dels quals es recolliren a la zona del Penedès. 1.200.000 hectòlitres es dedicaren al xampany.

El consum intern d'ampolles de cava és de 130 milions, i n'exportem uns 26 milions. Els principals clients són: Estats Units, Canadà, Suècia, Gran Bretanya i Alemanya. Actualment s'intenta obrir nous mercats a Orient, potencialment molt prometedors per les grans quantitats d'habitants d'aquests països. Encara que,

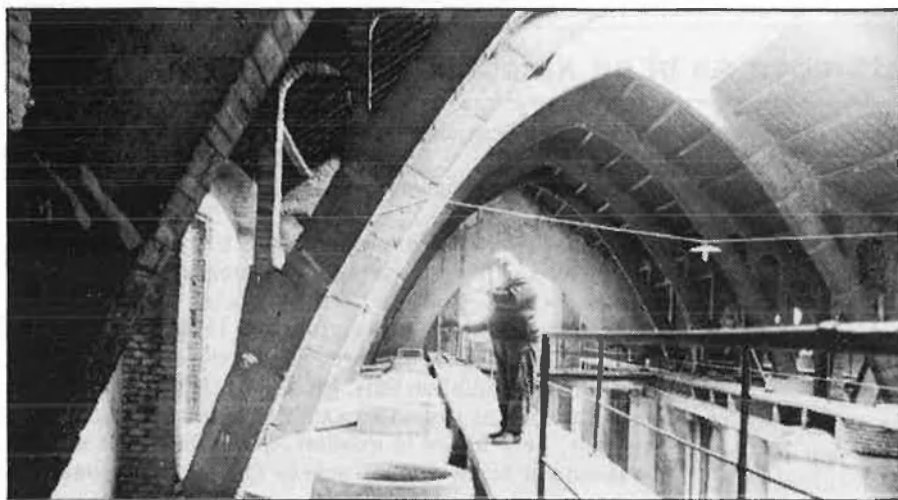
dins dels seus esquemes de consum, el xampany, actualment, és considerat com un luxe.

Canàries, pel seu sistema particular d'aranzels, és considerat com un país importador. El canaris compren un milió d'ampolles a l'any.

Els dos grans grups xampanyers, Freixenet i Codorniu, produeixen el 88 % dels escumosos; el 12 % restant, l'elaboren les petites caves que hi ha pel Principat. El grup Freixenet

ven als Estats Units el 80 % de les seves exportacions. Al 1984 n'hi va vendre 9 milions d'ampolles. El mateix any, el grup Codorniu n'hi venqué cinc milions i mig.

Aquesta gran acceptació que tenen els xampany catalans es deu a la relació del preu i la qualitat. El senyor Ciurana explica la gran competitivitat que tenen els caves. «El ciutadà americà en un supermercat es troba amb un producte que té totes les ca-



DOMÈNEC UMBERT

Elaboració del xampany a Esplugues.

racterístiques del xampany: l'ampolla, el tipus de tap, l'etiqueta amb la corresponent frase —*Méthode Champenoise*—: llavors, pot comparar. Posem per cas que una bona ampolla de xampany francès li costa de 24 a 29 dòlars. Un xampany californià, el pot comprar per 12 o 14 dòlars. Mentre que un cava català li costa 6 o 9. Aquesta és la nostra gran arma, enfront dels francesos. Per la mateixa qualitat, oferim més bon preu.

La paraula «cava» fora de Catalunya i del l'estat no és coneguda, ni es pren com a sinònim de xampany. Per això, la supressió de la frase «*Méthode Champenoise*» afectarà les exportacions. Aquí no s'ha sabut fer com els italians, que durant molt de temps, mentre posaven a les etiquetes aquesta frase, hi afegien la paraula «*traditionnelle*». Passant els anys, tragueren el mot «*champenoise*», i quedà finalment «*Méthode Traditionnelle*», el qual els és reconegut en els mercats internacionals.

Un altre front on ha de lluitar el cava és en el dels impostos. L'entrada d'Espanya al Mercat Comú, amb la corresponent aplicació de l'IVA, pot fer que les exportacions en aquest sector perillin. Per a Jaume Ciurana, una ampolla que costés en el mercat americà més de 12 dòlars ja no seria competitiva. Per contra, l'actual director general de l'Incavi, Eduard Puig Vayreda, creu que l'efecte IVA no perjudicarà el sector.

No sols serà l'IVA i la forta competència del xampany francès les traves amb què es trobarà el sector del xampany, ja dins del Mercat Comú, sinó un nou proteccionisme que empara els mercats interiors de cada país. En definitiva, s'hauran suprimit els drets de duana, però hauran apa-

regut els drets d'etiquetatge. A Alemanya, per exemple, estan aixecant el llistó en els aspectes analítics. Utilitzen una legislació sanitària per defensar uns interessos econòmics. Com a conseqüència, poden refusar partides de vi al·legant que aquest porta 3 mil·lígrams més de sulfurós, o un grau de conservants més elevat.

30.000 famílies viuen de la industrialització del vi. El subsector del xampany n'ocupa unes 15.000. Les zones que es distingeixen pel seu rendiment són les comarques del Garraf, l'Alt Camp i el Baix Llobregat. Seguides amb una relativa diferència per l'Alt Penedès, l'Anoia i el Tarragonès.

La legislació espanyola no ha definit clarament com i qui pot portar la paraula cava. Hi ha dues tesis contraposades: l'una, la dels propietaris de vinyes que defensen que sigui una zona molt reduïda i amb denominació d'origen. Mentre que els industrials voldrien que la zona fos el més gran possible. Jaume Ciurana veu que la primera solució faria pujar els preus del raïm, però llavors matariem la gallina dels ous d'or.

A principis dels anys 70 es féu la reglamentació dels vins escumosos, sense tenir en compte l'origen de les primeres matèries. És a dir, generalització a tot l'estat, segons la qual podia anomenar-se cava tots els vins escumosos de qualitat, es fessin on es fessin, que procedien d'unes varietats determinades de raïm: Macabeu, Xarel·lo i Parellada.

La legislació del Mercat Comú classifica el vins escumosos en tres categories: els senzills que fan escuma per mètodes artificials. Vins escumosos de qualitat que són elaborats amb una fermentació natural, tant pot ser dins de l'ampolla o en unes

grans tines, sense fixar-se en la procedència del vi. I els vins escumosos de primera categoria procedents d'una regió determinada que ho abreugen amb les sigles: VEQPRD (Vins Escumosos de Qualitat Procedents d'Una Regió Determinada). Per tant, interessa molt que el cava s'inclouï en aquesta categoria. Que sigui considerat pels països importadors, que no són al Mercat Comú, com el xampany francès o els *spumanti* italians.

L'administració no accepta de cap manera la denominació: cava català o qualsevol referència a Catalunya. També hi ha comerciants que tenen por a la utilització de l'expressió «Catalunya», per possibles pèrdues en les vendes, arreu de l'estat. No tan sols hi ha problemes polítics, sinó que també n'hi ha de marqueting. És una qüestió oberta, que s'ha de resoldre.

Dins del Mercat Comú es produeixen 230 milions d'ampolles d'escumosos, dels quals 217 milions s'elaboren a l'Estat francès. 180 milions d'ampolles són de xampany. Com es pot apreciar, la guerra comercial del cava s'establirà entre França i Catalunya. El mercat català és principalment un mercat intern, i encara té molt camí a recórrer a l'exterior. Per contra, el mercat francès s'ha abocat a l'exterior. N'exporten el 80 % de la producció. Mentre que els catalans no arriben al 20 %. L'any passat, Catalunya n'exportà a França 14.000 ampolles. La segona empresa més important en aquest sector —Codorniu— exporta a 98 països diferents. Un fort client, abans del colp d'Estat, era Polònia. La forta crisi que l'afecta ha fet que el govern deixés d'importar-ne.

El director general de l'INCAVI, Eduard Puig Vayreda, afirma: «El cava català guarda una boníssima relació qualitat-preu i té una forta acceptació pel consumidor americà. El nostre cava és barat». Encara que la Comunitat, a nivell de ministres, no hagi aprovat la proposta francesa, el director general d'INCAVI ho veu malament per al cava català, ja que França, Alemanya i Itàlia fan pressions per suprimir-lo. El senyor Puig Vayreda diu: «Malament rai quan les comissions d'experts ho han aprovat per unanimitat».

En el mercat europeu no tindrà gaire repercussió, perquè s'hi ven poc, i en el mercat americà, que és el fort de l'exportació, tampoc, ja que els americans no es fixen en les etiquetes. □