



La guerra del cava presenta ja importants batalles guanyades.

DOMÈNEC UMBERT

vendes a l'estranger, i sobretot als països comunitaris, on les exportacions s'han incrementat aquest any un 21,27 per cent. La guerra del cava —primer

pel que fa a la denominació i ara respecte a la venda i a la comercialització— presenta ja batalles importants guanyades. □

BEURE XAMPANY NO ÉS MALA IDEA, PERÒ...

¿Cava o xampany?

Fomentar l'ús de la paraula «cava» i eradicar el de «xampany» no és només una qüestió lingüística. En realitat, parlar de cava, i xampany, sempre francès, és parlar de dos vins d'origens diferents, convertits en escumosos, això sí, pel mateix sistema.

Goretti Palau i Sicart

Moltes persones, quan es refereixen al cava, encara utilitzen la paraula xampany. Fomentar l'ús de la nova denominació cava, i arrancar del llenguatge la paraula xampany no és tan sols una qüestió lingüística. Vol dir que els consumidors arribin a conèixer i assumeixin d'una vegada que cava i xampany són dos productes diferents. A la botiga, tant el comprador com el venedor, han de saber allò que

demanen i allò que han de servir.

Si el que es demana és un cava, l'elecció serà entre un seguit de marques, la gran majoria catalanes, d'un vi escumós elaborat pel mètode xampanyès amb varietats de raïms conreades a les nostres contrades, i sota la denominació genèrica de cava. Si, al contrari, es demana un xampany, les marques seran franceses, elaborades a la regió de la Xampanya, també d'un vi escumós producte del mètode xampanyès, però amb varietats de raïm diferents, conreades a la seva regió d'ori-

gen. Aquesta és la denominació del xampany. En realitat, parlar de cava o de xampany, és parlar de dos vins d'origens diferents, convertits en vi escumós pel mateix sistema.

En el moment en el qual els productors francesos van fer imposar la prohibició d'incloure *Méthode Champenoise* a les etiquetes de cava no elaborat a la Xampanya, va començar l'ofensiva dels nostres productors per marcar molt bé les diferències entre ambdós productes, i anar introduint dins de la xarxa comercial d'arreu del món el vi de cava com un producte genuí i diferent. S'ha recorregut molt de camí en aquest sentit, però queda molt de tros per recórrer. La guerra no està guanyada. I les cases productores de cava, sobretot aquelles per a les quals el mercat exterior és molt important, han anat prenent un seguit de mesures i s'han marcat uns objectius per conquerir aquests mercats. Entre els productors de cava hi ha un punt de coincidència: la millor arma que tenen a les seves mans és la relació preu-qualitat. Millorar la qualitat al màxim, aconseguint uns preus competitius, és el que pot portar a la victòria del cava sobre el xampany.

Cada casa té la seva pròpia estratègia, encara que el resultat sigui una política bastant comuna entre totes elles. Josep Lluís Bonet, de la casa Freixenet, creu que el xampany i el cava estan en una dura competència per fer-se un lloc en el mercat mundial dels vins escumosos. Però el xampany queda reduït dins dels seus límits de producció, mentre que el cava té l'oportunitat de fer-se amb el volum principal d'aquest mercat. Els ritmes actuals de creixement de producció i vendes són favorables al cava, i té possibilitats de col·locar-se, a la llarga, com a capdavanter en el món.

Les grans empreses del sector estan en primera línia de la qualitat perquè fan un gran esforç d'inversió en investigació, que permet la millor relació qualitat-preu del món. A Europa, que és potser el mercat més difícil, s'està guanyant aquesta batalla. Però el mercat interior és també un mercat important que està en creixement. De cara a aquest mercat, també s'han de prendre mesures per estendre el consum del cava, encara que aquí, la competència del xampany quasi no es fa sentir. Per a Josep Lluís Bonet, el consum de xampany també augmentarà al mercat interior, però el futur és del cava. Dins del mercat de vins escumosos, el cava és el producte més competitiu en aquest moment.

Un dels problemes és que la deno-

minació *cava* no és encara coneguda al mercat exterior. Mentre que a Espanya ja se'n comença a parlar, a fora tan sols es coneixen les marques exportadores. Es tracta d'anar-la introduint perquè s'arribi a associar amb el mètode xampanyès, encara que no ho posi a l'etiqueta. L'objectiu és situar el cava al mercat al costat del xampany, sense vencedors ni vençuts.

Segons Agustí Torelló, de la casa Segura Viudas, el xampany sempre serà el xampany i no serà el competidor del cava. En el món dels vins escumosos, el cava pot ocupar un gran lloc. El mercat exterior és molt important per Segura Viudas, i una de les principals coses a fer és explicar al món què és el cava. I aquesta tasca portarà anys. Agustí Torelló creu que es necessita tota l'ajuda possible, per part de les institucions, per fer una tasca de promoció i explicació. Només així es podrà fer front a la competència d'altres vins escumosos, que no són precisament el xampany, i que arribaran a preus molt baixos i amb etiqueta francesa. S'ha de preparar el consumidor perquè no es deixi enlluernar per qualsevol cosa que vingui de França.

De cara a ser competitiu, la qualitat és molt importat en la firma Segura Viudas, i és un dels cavalls de batalla per conquerir els mercats exteriors. Que el sector creixi no ha de ser sinònim de detriment de la qualitat. El creixement del sector ha vingut per la mecanització, que ha baixat els costos, i ha permès noves inversions. Per aquest motiu, els preus són, avui dia, tan competitius. Segons Agustí Torelló, en el cava no es dóna la dita que qualsevol temps passat era millor. La qualitat s'ha vist afavorida per la mecanització i les noves tecnologies.

El repte és tant de les cases petites com de les cases grans. Però són les cases grans, per la capacitat d'exportar, les que obren camí al cava perquè aconseguixi el lloc definitiu en el mercat mundial. Si el cava català es coneix a l'estranger és perquè hi ha hagut dues firmes que han estat batallant per col·locar les seves marques. Al mercat interior, sobretot al català, s'ha anat imposant la denominació cava. Però encara falta molt perquè es pugui dir que el cava és conegut així arreu de l'estat. Al mercat exterior, el cava té moltes possibilitats, fins i tot més que el xampany. La producció de cava no està limitada, perquè hi ha raïm per fer-ne quasi el doble del que s'està produint. A la Xampanya, en canvi, no en queda més i la producció no podrà créixer. No poden fer més ampolles, perquè no n'hi ha més. I això va en detri-

ment del preu, que s'encareix molt.

Manel Raventós, de Codorniu, també es planteja la situació en aquests termes. Creu que de moment el cava i el xampany són dos mercats diferents, sobretot a l'estranger, per la diferència de preus. Al mercat interior, el xampany està a uns preus que no signifiquen una competència. Amb el temps, cava i xampany s'aniran aproximant, quant a preus i a qualitats. Davant d'aquesta aproximació, Codorniu pren unes mesures per a imposar el cava en els mercats. Els avanços en la qualitat faran que s'aconsegueixi un prestigi, però que no és cosa de dies, sinó de molt de temps. Manel Raventós també creu que el cava té l'avantatge sobre el xampany de la limitació d'aquest últim en la seva zona i en la seva producció. Ell no creu que s'hagi d'impo-

sar en aquests moments la denominació Cava fent un gran esforç econòmic de promoció. El sistema és anar venent amb la paraula cava, per tal que la gent s'acostumi a veure-la escrita a les ampolles, i després anar explicant, a través de tots els mitjans possibles, què significa aquesta denominació. Aquest ha de ser un esforç comú de tots.

La guerra no s'ha acabat encara, i el cava va lluitant amb totes les seves forces per guanyar una identitat pròpia i reconeguda. Beure de tant en tant una ampolla de xampany francès no és una mala idea. Però aprendre a identificar els bons caves d'aquí i saber apreciar l'altíssima qualitat que alguns d'ells han aconseguit, ens pot portar a l'elecció d'un cava, sense cap mena de dubtes, a l'hora d'escollir entre cava o xampany. □



La mecanització, que ha fet més competitius els preus, pot ajudar a guanyar la batalla del cava sobre el xampany.