

El sector de l'oli català, davant del mirall grec: «Hem de creure més en el producte»

Empresaris i oleïcultors catalans prenen nota de les innovacions vistes en un viatge professional a l'illa de Creta i es conjuren per bastir un relat sobre l'oli que li doni valor afegit



Detall d'una visita a una cooperativa de Creta | Àlvar Llobet

La mitologia grega explica que la deessa **Rea** va salvar el seu fill **Zeus** de les grapes del pare **Chronos**, que tenia el mal costum devorar els seus descendents. Ho va fer amagant-lo en una caverna de la majestuosa muntanya d'Ida, a l'illa de **Creta**. Va ser protegit i alimentat per nimfes, que li proporcionaren llet i mel.

La llegenda no diu res de l'**oli d'oliva**, però perfectament el mític Déu hagués pogut ser nodrit amb aquest aliment a jutjar per l'extens mantell d'oliveres que cobreix aquesta zona hel·lènica. Creta és el paradís de l'oliva, un escenari verd que es completa per un costat amb el Mediterrani i, per l'altre, amb les imponents roques encara amb neu, la primera casa del petit Zeus. Els cretencs asseguren que en aquests terrenys es va inventar la recol·lecció del fruit per fer-ne oli, fa 6.000 anys.

Per aquests encontorns han transitat aquesta setmana una trentena d'empresaris i productors del sector de l'oli català, que han viatjat fins a l'illa en el context del projecte europeu **POCTEFA Transgrowth?**. El viatge ha estat organitzat pel Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i

Agenda Rural de la Generalitat i programat pel govern cretenc, que ha plantejat visites a cooperatives i empreses amb l'objectiu de mostrar de quina manera s'estructura la comercialització i, sobretot, la **producció** de l'oli en aquest indret de Grècia.

La comparació de mètodes havia de servir per identificar mancances i fortaleses, i el periple per Creta ha servit per posar els oleïcultors catalans davant d'un mirall que ha retornat una imatge més concreta de la situació actual dels empresaris i productors. La conclusió ha estat unànime: ?El món del l'oli a Catalunya necessita millorar en alguns aspectes i creure's més el producte per vendre'l millor, però no té **res a envejar** al sistema grec. Estem bé, però no podem caure en l'**autocomplaença**?

[noticiadiari]2/234205[/noticiadiari]

El model cretenc mostra diferències evidents entre les empreses i les cooperatives. Les primeres marquen el camí de la innovació, per bé que els sistema de **recol·lecció** es basa en les praxis tradicionals; l'oliva es recull amb **vares** i es transporta sense **tractors**, inexistents en aquesta illa accidentada que fa inviable el trànsit de vehicles pesants. Les companyies de l'oli disposen d'una **maquinària** que, en alguns casos, no es veu a Catalunya; **batedores** verticals que redueixen el temps de tractament de l'oliva o **intercanviadors** de calor per garantir que la pasta mantingui una temperatura adequada per no perdre la **qualitat** del producte final són novetats que els empresaris catalans han apuntat com a exemple d'evolució del sector.

Les novetats en les instal·lacions dels empresaris grecs es relliguen també amb la voluntat d'avançar en la cura dels arbres. Tècnics del laboratori organolèptic de l'oli d'oliva de la regió de **Rethymno** porten anys estudiant noves maneres de tractar les oliveres per convertir-les en millors productores de **Koroneiki**, la varietat de l'oliva que domina a l'illa. L'ús del residu pastós, popularment conegut com a **pinyolada** o rullol, com a **adob** per a la terra obre una via d'oportunitats per als **oleïcultors** catalans, que no tenen per costum usar aquest subproducte com a fertilitzant: ?Els productors i els tècnics tenen un vincle estret, i d'això cal aprendre'n, també?, asseguren alguns dels empresaris que durant dos dies han copsat de primera mà com es funciona a Creta amb l'oli.

Durant les visites també han vist debilitats. En concret, a les **cooperatives**, que tenen molt camp per recórrer encara en qüestions de professionalització de registre de dades, liquidacions i traçabilitat de l'oli. El model cooperatiu cretenc sembla ancorat dècades enrere, una evidència que realça l'**autoestima** dels catalans en relació al seus mètodes de feina.

A Creta, l'olivera és un **monocultiu** que converteix el sector en el segon en importància a nivell econòmic rere el turisme, que aporta cada any sis milions de visitants. L'afluència del turista encatifa les **estratègies** comercials per als patrons de l'or líquid, que han aconseguit farcir botigues i establiments turístics amb envasos d'olives al buit, llaunes d'oli i derivats com el sabó o cosmètics.

La presència del producte es troba amb la facilitat que a la Rambla barcelonina es veuen *souvenirs* d'estil taurí, flamenc o de la Sagrada Família: ?Això indica que aquí hi ha creença en el producte. Nosaltres hem de creure-hi més. Hem d'anar a buscar el turista i facilitar-li el consum?, explica **Venanci Guiu**, propietari de l'empresa ?**Olicatessen**?, dels **Torms**, a la comarca de les Garrigues. Aquesta praxis s'ha de desenvolupar, diuen els catalans, en paral·lel a la creació d'un relat, que és el que dona **valor afegit** i, en definitiva, un augment del preu. Grecs i, sobretot, italians, són mestres en aquest art de construir un discurs que permet prestigiar el producte.



Un productor català, analitzant la Koroneiki Foto: Àlvar Llobet

[noticiadiari]2/234234[/noticiadiari]

A Catalunya hi ha vímets suficients per bastir narratives sòlides. Un exemple és el matrimoni **Sergi Càmara** i **Roser Pinyot**, que porten anys construint història a l'empresa manresana **l'Obaga de l'Agneta**, un projecte que entronca amb una història de 500 anys i que treballa en varietats centenàries com la **Verdal** i la **Corbella**, diferents a la dominant a Catalunya, que és l'**Arbequina**.: ?Al món de l'oli català li manca reforçar la visió turística i comptar amb tècnics que vagin més enllà dels aspectes de producció?, assegura Càmara, catador professional del panell de tast que, com la resta de membres del grup del viatge, ha tastat a bastament els olis de Creta.

Cada grec en consumeix **28 litres** cada any, una xifra que contrasta amb els set litres d'oli que pren anualment cada català. L'augment del consum intern és una de les assignatures pendents, assegura **Joan Gòdia**, director general d'Empreses agroalimentàries, Qualitat i Gastronomia de la Generalitat, que creu també que cal fixar l'objectiu de reduir la venda a **granel** per muscular la del producte envasat. Vendre a l'engròs no proporciona beneficis extres ni ajuda a elevar el producte al nivell, per exemple, del **vi**.

El sector vinícola ha obert un camí que vol ser recorregut, ara, pels oleïcultors: ?Ens portem 20 anys d'avantatge?, explica **Gonzalo Cambra**, director comercial de la Cooperativa de **Riudecanyes**. A Catalunya es comercialitzen 210.000 tonelades cada any i s'en produeixen 30.000. D'aquestes, un 60% es ven a granel a altres països que no tenen l'obligació legal d'etiquetar la designació de l'origen.

De Creta s'ha pres bona nota, de les potencialitats i les mancances, i s'ha Creat una vincte en xarxa entre els diversos productors catalans, que coincideixen en la diagnosi que és necessària més **unitat** per fer créixer el sector de l'oli català en els propers anys.

[noticiadiari]2/234270[/noticiadiari]



Dos gots especials per càtar l'oli d'oliva Foto: Àlvar Llobet