

Evolució del sector vitivinícola a Mallorca, des del “boom” turístic fins a l’actualitat

ANDREU OLIVER TRIL

*Enòleg
Celler Can Majoral*

ANDREU OLIVER “MAJORAL”

*Vitivinicultor
Propietari del Celler Can Majoral*

Resum

El text ens aproxima l’evolució del sector vitivinícola a Mallorca en relació al desenvolupament del turisme illenc. Els cellers mallorquins varen anar desapareixent amb l’arribada del primer boom turístic, doncs es potenciaven els vins peninsulars en detriment dels mallorquins. El desprestigi fou tal que no va ser fins al moment en que, alguns cellers, decidiren arriscar-se i apostar per la recuperació de les varietats autòctones. Gràcies a aquest impuls actualment els vins mallorquins tenen un gran prestigi arreu del món.

Paraules clau: sector vitivinícola, turisme a Mallorca, enoturisme

Abstract

This text brings us closer to the evolution of the Majorcan wine sector and its relation with the tourist development. The Majorcan wineries started disappearing with the arrival of the first mass tourism, where the Peninsula’s wines were promoted all over the island, discrediting its local wines. The loss of prestige became so important that Majorcan wineries didn’t recover until the moment that some of them decided to take a risk and bet on the recovery of local varieties. Thanks to this initiatives nowadays the Majorcan wines have a great reputation all over the world.

Keywords: wine sector, tourism in Majorca, wine tourism

Es un fet provat que el turisme ha tingut una importància cabdal en el món de la vitivinicultura mallorquina. L’arribada del primer boom turístic, cap als anys seixanta, va representar un canvi molt important en el sistema productiu mallorquí, a poc a poc va anar desapareixent el teixit industrial en benefici d’un gran augment de l’hoteleria, de la construcció i de les empreses de serveis, també va representar la desfeta de la pagesia, i per tant la seva primera crisi que va ocasionar l’abandonament de l’agricultura. Entre les principals característiques d’aquesta crisi hi ha

la baixada de producció i una major importació de vi, per al consum de la demanda turística. La majoria de cellers deixaren d'elaborar, alguns tancaren i d'altres es transformaren en embotelladors de vins arribats de la Península. Va ser un moment que es crearen noves empreses embotelladores, desarrelades del món de la viticultura, i que crearen noves marques de vins de taula, perquè hi havia una forta demanda de vins barats per a les empreses hoteleres.

Es va entrar en una dinàmica que, poc a poc, va anant desprestigiant els vins elaborats amb varietats mallorquines, i es va creure que únicament servien per mesclar amb els vins forans.

Tot això va ser la causa de la gran crisi de la viticultora, els raïms es pagaven molt barats i els pagesos començaren a abandonar les vinyes. Molts s'apuntaren al cobrament de subvencions per a arrabassar-les i dedicar les terres a d'altres cultius i d'altres simplement les abandonaren.

No va ser fins a mitjans dels anys setanta que va començar la recuperació de la vitivinicultura mallorquina. I, fins i tot, es pot admetre que en aquesta dècada va ser una etapa de transició i de catarsi per a la societat mallorquina, en general. Eren temps de canvi polític, d'esperança en el futur, però també una possibilitat de maduració de perfils nous, de maneres noves d'entendre el país, amb allò que havia suposat el passat, però amb la mirada posada en el futur. Però tot estava per fer i calia recuperar la terra i crear nous camins per construir el futur. Ningú s'imaginava el paper que hi podien tenir els productes propis, elaborats en clau moderna i pensats per introduir un nou concepte de pagesia i de manera de fer les coses.

L'Obra Agrícola de la Caixa hi va tenir un paper molt important i especialment en Ramon Alabern, l'enginyer agrònom, qui, en aquelles hores n'era el responsable, juntament amb el vinater Jaume Mesquida i de l'enòleg Luis Armero varen iniciar una tasca d'introducció i experimentació amb noves varietats de raïm, per tal de millorar els vins mallorquins; així mateix també experimentaren amb nous sistemes de vinificació, per això arribaren a disposar d'un celler experimental on feien micro-vinificacions. Promogueren conferències, jornades tècniques i viatges tècnics a d'altres zones vitivinícoles per intercanviar experiències. Convocaven els nou cellers, que en aquell moment hi havia a Mallorca, i els mostraven les experimentacions que feien, tastaven els nous vins i es proposaven idees noves i projectes. Tot això era el començament d'un petit canvi fruit d'una il·lusió i unes ganes grosses de canviar el desastrós present.

En els anys vuitanta la crisi del sector encara s'agreujava més, es va produir una importació cada vegada més grossa de vins peninsulars, i ara ja eren embotelladores de fora les que feien la competència als cellers i embotelladors d'aquí, amb vins de cada vegada més barats, que els duïen a l'engròs per el consum i embotellat amb marques de vi que ja controlaven el mercat insular. El sector vitivinícola de Mallorca presentava símptomes evidents *d'esclerosi*, amb estructures agràries inadequades i organitzacions de producció i xarxes de comercialització obsoletes. La pagesia tradicional apareix com una espècie amenaçada i era poc previsible una adaptació al nou model sorgint de l'impacte turístic i de la modernitat.

Aquesta feina d'experimentació iniciada els setanta, comença a donar els seus fruits i, amb les reunions del sector, es posen les bases de com ha de ser la nova vitivinicultura. Bàsicament es posen a treballar amb dos conceptes: fer vins de qualitat i fugir del món dels vins de taula –doncs era impossible competir.

A partir d'aquí es quan es produeixen canvis substancials en la producció vinícola, sobretot en comarques com Binissalem que lideraven les exigències de modernitat i de posada al dia del sector. El 5 d'octubre de 1985 s'aprovà la Denominació específica Vi de la Terra de Binissalem. A

la resta de Mallorca la situació era desigual, amb tres principals pobles de producció, Porreres, Manacor i Felanitx.

Per aquells anys, a l'hotel Palas Atenea, es celebrava anualment el dia del "Vino español" una jornada destinada a promocionar el consum i la cultura del vi. A poc a poc, naixia en els mallorquins una certa inquietud per conèixer-la i aprofundir-hi. De tal manera que es comencen a fer cursos de tast de vins i i mostres de vins de diferents indrets de l'Estat espanyol.

Un paper important hi va tenir la Confraria de Tastavins de Manacor, que el 1984 va celebrar la I Mostra de Vins Artesanals i al següent any i successius hi va introduir els vins mallorquins com a protagonistes de la mostra. Aquests esdeveniments anaven acompanyats de conferències i tasts comentats per experts d'arreu de l'Estat espanyol.

Molt importants varen ser les aportacions de periodistes com Manuel Pico que, amb la seva columna dominical del diari Última Hora, introduïa al lector en l'activitat vitícola, i més tard, en Guillermo Soler "Willy" al Diario de Mallorca que parlava d'esdeveniments del món del vi i d'una columneta dominical dedicada al tast d'un vi.

A Ciutat també es va crear l'Acadèmia de la Cuina i el Vi, una entitat que, de la mà d'Antoni Contreras i Joan Olives, entre d'altres, varen treballar molt conjuntant cuina i vi. Un treball de recerca i creatiu, que es va plasmar en diverses publicacions de llibres molt interessants del món de la gastronomia.

El final dels anys vuitanta i principis dels noranta, malgrat les dificultats, es quan el panorama vitícola entra en els seus millors moments, i on es dibuixa el canvi cap a la realitat actual. El sector està decidit a fer vins de qualitat i a confiar plenament en la viticultura illenca. El 6 de juliol de 1989 el Govern Balear reconeixia de manera provisional la D.O. Binissalem i el 1991 l'aprova definitivament. Com a conseqüència, diversos viticultors, cellers i productors, alguns amb marca pròpia i altres encara considerats artesanals, la majoria de les comarques del Pla i Llevant de Mallorca, iniciaren les primeres converses i feren les primeres prospeccions amb la intenció d'aconseguir una catalogació semblant. Es va negociar la incorporació en una D.O. única de Mallorca, però davant la negativa de Binissalem, optaren per crear una alternativa, amb la marca Vi de la Terra Pla i Llevant. La D.O. Pla i Llevant no es va aprovar definitivament fins el 30 d'abril de 1999.

Tot això va representar un pas important pel vi mallorquí, doncs a partir d'aquest moment els cellers no podien importar ni mesclar vins de fora amb els d'aquí. Els cellers iniciaren un camí en solitari i amb un repte important, el de conquerir el mercat amb vins de qualitat elaborats amb raïms de les vinyes mallorquines.

També en aquesta època es viuen a Mallorca importants canvis, tant a nivell social com econòmic i polític. El món social i econòmic més compromès amb la identitat del país, treballa en la idea de crear un teixit de petites i mitjanes empreses amb un tarannà de modernitat i de futur.

En el món social, el 5 de juny de 1986, i després d'anys de reivindicacions laborals degut a les deficientes condicions del treball, es fa la vaga d'hoteleria, que varen secundar la majoria dels treballadors, paralitzant l'activitat del sector i posant els pilars de futurs convenis i canvis importants en les condicions laborals. En molts d'altres sectors es viuen canvis que marcaran el futur social i econòmic del nostre país.

En el món del vi, hi ha un consens total del sector per a transformar els sistemes de producció i dirigir l'activitat cap aconseguir vins d'alta qualitat. Dins aquesta nova dinàmica, es plantegen nous sistemes i nous conceptes del cultiu i de producció de les vinyes. Reduir la producció per quarterada, per tal de guanyar en qualitat i compensar al productor pagant els raïms a un preu just, de manera que sigui rentable el cultiu de la vinya. També s'inicia l'aplicació de tècniques de conreu ecològic, de la mà del celler Can Majoral, iniciativa que al llarg dels anys ha agafat molta de força dins el sector.

Per tant, ens situam en un escenari de canvi de model empresarial i de perspectives noves de mercat, en tot allò que afecta la cultura vitivinícola. Bona part del component anecdòtic del romanticisme dels vuitanta, dóna pas a un model emprenedor i amb vocació de competitivitat dins un nou disseny dels productes i noves ofertes de mercat.

Des de llavors ha existit una certa unanimitat en que la qualitat s'havia de pagar, atès que darrere un bon vi hi havia un treball ingent i invisible, fet a consciència, elaborat tècnicament amb cura i amb la intenció de conjuntar necessitaven un discurs i una pedagogia per explicar als futurs consumidors de vi de Mallorca el sentit, el valor i el preu que s'havia de pagar per poder tenir vi propi. Els primers que apostaren pels vins mallorquins foren els clients alemanys residents, que a poc a poc han ajudat a valorar-los.

En aquesta dècada es tanca una etapa molt important pels vins mallorquins i es recupera visibilitat a tots els espais geogràfics, amb uns objectius ben diferents dels que s'havien manifestat en el passat, però sempre a partir d'aquelles comarques que havien constituït la geografia vitivinícola tradicional.

A poc a poc, el vins mallorquins es fan visibles dins el món del vi a nivell mundial, surten ben valorats a revistes especialitzades, i obtenen nombrosos premis als concursos de vins, tant estatals com internacionals.

En el terreny comercial, cada vegada es posicionen millor guanyant quota de mercat en el consum de Mallorca, i l'exportació a països d'arreu del món, de cada vegada es més important.

Per tant, el creixement progressiu en els centres de valoració qualitativa té encara més mèrit des de la perspectiva que hi ha, arreu del món, zones vitivinícoles de gran prestigi i l'augment de noves zones amb grans inversions de màrqueting i publicitat; per tant, de cada vegada es més difícil mantenir-se i lluitar per a millorar de manera proporcionada. A nivell de Mallorca, des de finals dels noranta i especialment a partir del 2000, hi ha una proliferació de cellers, s'ha passat en poc temps dels 14 de la segona meitat dels noranta als més de 80 a l'actualitat. Aquest "boom" és a causa, entre d'altres, de l'interès creixent de la gent jove pel vi de qualitat, de la popularització del món del vi, fins i tot a través del cinema i la televisió, de l'adquisició de vinyes i cellers per part de "famosos" i de l'aterratge d'inversions multimilionàries d'altres sectors econòmics.

I per acabar val la pena remarcar que s'ha creat un teixit associatiu que té la vinya i el vi com a principals protagonistes, l'Asociación de Bodegueros de las Islas Baleares, que agrupa una desena de cellers i l'Associació de Petits Cellers de Mallorca, que n'agrupa una quarantena.

Tots aquests productors han permès la creació de vinoteques i botigues especialitzades, i han sensibilitzat les administracions i entitats diverses que organitzen i promouen tasts i encontres diversos. En definitiva ha servit per forjar una cultura del vi que s'enriqueix sistemàticament, amb professionals, amb empreses dedicades al món del vi i amb la formació de nous professionals a l'escola d'Hosteleria.