

## **El millor oli del món se'n va cap a Itàlia**

(Apunts de la visita de desembre 2013 a l'Espluga Calba)

Ignasi Aldomà

Tot just falta una setmana per Nadal i el trull de la cooperativa de l'Espluga Calba funciona a ple rendiment des de fa tres setmanes. El moliner o mestre d'almàssera està content i atrafegat. La producció d'oli va bé i les vendes marxen. La cooperativa viu un degoteig constant de passants que compren l'oli en garrafes, i a migdia arriba el segon camió cisterna del dia, que s'emportarà el preciós líquid daurat de les Garrigues fins a Itàlia.

Tal com se'ns explica arreu de la comarca, la collita d'oliva d'aquest 2013 és la d'un bon any, o la d'un molt bon any, si se'ns permet superar la contenció innata de l'home de camp. A la cooperativa de l'Espluga es calcula s'arribarà a 120.000 litres d'oli, una quantitat bastant per damunt dels minsos 80.000 litres de l'any anterior. Les precipitacions de la primavera d'enguany havien estat generoses i feien preveure una molt bona collita, que finalment s'ha quedat una mica escapçada per la llarga secada de l'estiu. Amb tot, la producció d'oli traurà el cap després de dues collites amb una producció i uns rendiments molt baixos; havien estat uns 5 milions de litres d'oli pel conjunt de les comarques de Lleida, que enguany poden ser 8 milions.

Ara només falta que el preu acompanyi, perquè els darrers anys han estat francament dolents. Entre els anys 2007 i 2008 es consolidà una davallada del preu de l'oli, que el deixà pràcticament a la meitat del que havia estat en els anys anteriors. El preu de la campanya actual millora molt discretament la tònica de baixos preus dels darrers anys. Ni que la remuneració del pagès es mantingui a nivells molt baixos, el preu de l'oli presenta grans diferències comercials, segons la qualitat del mateix oli i, sobretot, segons la presentació i el canal de comercialització.

Els preus de les ampolles d'oli extra verge a les estanteries de la cooperativa de l'Espluga Calba són prou bons; surten per 6 euros el litre. Tenen una bona sortida cap a Alemanya i alguns països de l'Est. Les de les garrafes de 5 litres de plàstic, que són les que compren directament els clients fidels de l'entorn i de Catalunya, surten a 4,6 euros el litre i encara són uns preus interessants per les liquidacions de les olives que arribaran als socis pagesos.

Però una part substancial de la producció d'oli es ven en cubs a doll, a 2,4 euros el litre, que signifiquen una rendibilitat magra per a la cooperativa i per als pagesos. Són les "cubes" que se'n van directament cap a Itàlia per rebaixar l'acidesa i millorar la qualitat dels olis italians. Com més gran és la producció d'oli de l'any, més grans són les vendes i com més petita, més baixes. És el panorama que es repeteix any rera any a les cooperatives olieres locals, per les quals passa la major part de la producció ponentina.

Ja fa decennis que la situació comercial és la mateixa i que es critica aquesta pèrdua de valor afegit i de rendes que significa l'exportació de l'oli a granel o la mateixa comercialització en garrafes. Perquè les Garrigues no venen, d'una vegada per totes, el seu extraordinari oli en ampolles?!; ens venim preguntant des de fa trenta o quaranta anys. A veure qui és capaç de

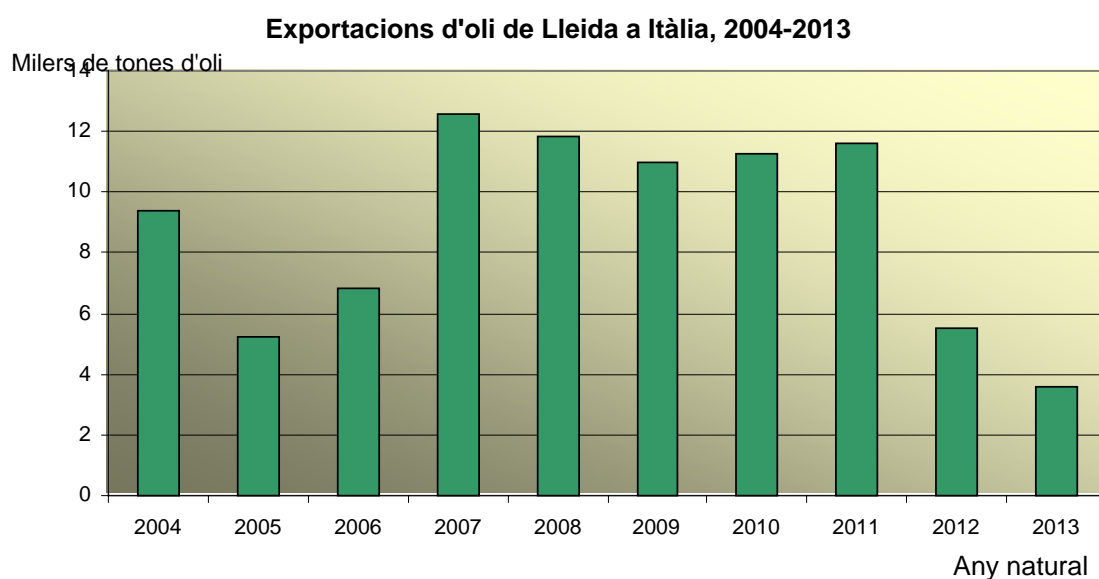
desplaçar les marques comercials italianes dels prestatges del supermercats dels Estats Units i del centre d'Europa; es respon en el millor dels casos des del mateix sector.

Sigui com sigui, després de tants anys potser hauríem de convenir que les cooperatives oleícoles s'han adormit una mica en aquestes vendes a doll que donaven seguretat i que permetien anar fent la viu viu als socis pagesos. Només en els darrers anys han començat a envasar el seu producte en ampolles de disseny, han posat més cura en l'elaboració de l'oli i han sortit a vendre'l a l'exterior. Però costa moltíssim que els socis vegin la necessitat d'invertir en publicitat i comercialització, i de disposar d'uns bons agents comercials.

A l'hora de la veritat no són les tradicionals cooperatives de poble les que estan empenyent la comercialització de producte de qualitat i amb més valor afegit, sinó els petits productors privats, que realitzen grans esforços per vendre a l'exterior. Grans esforços, en especial, per situar l'oli d'oliva en les millors taules i en una posició gastronòmica similar a la que gaudeix el vi; un producte diferenciat, de marca i que, a més a més, resulta molt més saludable que d'altres greixos.

No és el millor moment per millorar les vendes. La crisi encetada el 2008 ha enfonsat el preu l'oli d'oliva degut al consum superior de marques blanques i al fet d'operar com a producte de reclam per al consumidor, i aquest no és el millor context general per impulsar el valor afegit de l'oli d'oliva.

Però vistes les limitacions actuals del producte final elaborat i la migradesa dels esforços comercials, les possibilitats de millora del valor afegit del producte són moltes; al cap i a la fi, tampoc fa falta gaire mercat per donar sortida a l'oli local. La producció d'oli de les comarques de Lleida no arriba ni a un 1% del total produït pel principal productor europeu que és l'estat espanyol. Mentre, Catalunya consumeix gairebé el doble de l'oli que produeix. Només cal, doncs, una mica més d'empenta i creure's que l'oli de les Garrigues pot ser el millor oli del món!.



Font: ICEX. El 2013 no inclou els mesos de novembre i desembre, de manera que correspon a l'any agrícola 2012-2013