

LA GUIA

de vins
de Catalunya

Tast a cegues

2016



JORDI ALCOVER • SÍLVIA NARANJO

Columna

LA GUIA

de vins
de Catalunya

Tast a cegues

2016



JORDI ALCOVER
SÍLVIA NARANJO

Amb la col·laboració de
Sergi Sevé Marrugat

Columna

Primera edició: novembre del 2015

© 2015, Jordi Alcover & Sílvia Naranjo
© de les fotografies, Jordi Alcover & Sílvia Naranjo

Disseny: Toormix
Maquetació: Nèlia Creixell

© Columna Edicions, Llibres i Comunicació, S.A.U.
Av. Diagonal, 662-664 – 08034 Barcelona
www.columnaedicions.cat

ISBN: 978-84-664-2015-0
Dipòsit Legal: B. 25.179-2015
Impressió: Egedsa

Queda rigorosament prohibida sense autorització escrita de l'editor qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra, que serà sotmesa a les sancions establertes per la llei. Podeu adreçar-vos a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necessiteu fotocopiar o escanejar algun fragment d'aquesta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47). Tots els drets reservats.

SUMARI

9

Pròleg

16

Com funciona
La Guia

23

L'ull de l'ocell
2016

35

Tops

53

Troballes

63

La visió d'un
nouvingut

67

DO Alella

79

DO Catalunya

99

DO Cava

167

DO Conca
de Barberà

183

DO Costers
del Segre

197

DO Empordà

235

DO Montsant

263

DO Penedès

313

DO Pla
de Bages

323

DOQ Priorat

355

DO Tarragona

363

DO Terra Alta

395

Vins sense DO

405

Llista
de cellers

433

Índex de vins
per marques

L'ULL DE L'OCELL 2016

NOUS CONCEPTES PER A TEMPS QUE CANVIEN

No fa gaire teníem una conversa distesa amb un gran elaborador català. Ens explicava que volia fer un vi nou dins la seva gamma, per tal de dignificar una varietat que hauria d'estar més representada en varietal a Catalunya, atès que se'n fan ben pocs que valguin la pena. Em deia que volia explotar la possibilitat aromàtica d'aquesta varietat, perquè pensava que era molt gran i molt poc coneguda, i que amb això, juntament amb el fet que no hi havia cap raó perquè els costos d'elaboració es desapareixin gaire, podia fer un vi d'accés a la marca, molt atractiu, a més, per captar públic nou i incorporar-lo al consum habitual de vi. Òbviament, ens vam oferir per ajudar amb els nostres coneixements de les marques que elaboren vi d'aquesta varietat a Catalunya, i més encara quan la finalitat era aquesta.

Però el més interessant de la conversa va ser la resposta a la nostra pregunta.

—És a dir, que vols fer un vi de llengua...

Després d'un moment de reflexió molt curt va respondre:

—Sí, vull fer un vi de llengua.

Interessant. Si més no, per classificar-los. Potser el concepte és molt nou. Potser no tothom és capaç d'entendre'l. Potser depèn del plantejament de cada celler. Potser per entendre aquesta classificació s'han de fer vins dels que nosaltres anomenem de cervell... O de territori... Vins amb els quals el més important no és declarar-se extasiat per les qualitats del líquid, sinó potser copsar alguna cosa més, com ara la seva aliança amb el territori i la voluntat de construir alguna cosa que romanguí, més enllà del compte d'explotació. Amb pensades com les d'aquest elaborador és evident que hi ha una tercera via que en pocs anys, potser massa dinàmics, s'ha fet valer: vins amb un esperit de divulgació, de venda multitudinària, però alhora

amb certa profunditat en el plantejament. Ja era hora que passés això. **Sembla que fins ara aquests vins, els vins de llengua, havien de ser com la recepta de l'alquimista, multivarietals, les explicacions de la composició dels quals eren –són encara– d'allò més divertit d'escoltar: aquesta varietat l'hi poso perquè doni estructura, l'altra perquè doni color, d'aquella m'interessa un toc de fruita, etc...**

Aquest tipus de cerca de la fórmula magistral fa pensar que potser el plantejament purament hedònic, de gaudi, passa sempre pels rendiments empresarials. Passa per una consideració que comença a quedar desfasada després del desenvolupament del debat varietal i territorial: aquesta empresa i la seva viabilitat ja no són l'única responsabilitat que el mercat demana a un empresari del vi. Ara és convenient, si vol estar al dia pel que fa al discurs comercial, que les varietats amb les quals fa vi siguin les que toquen, i que el discurs i la imatge del celler siguin tan respectuosos i ecològics com sigui possible. Gran notícia: el territori, que fins no fa gaire només era un ornament més dins el discurs comercial, comença a tenir pes en el resultat de cada venda.

La gran esperança rau en el fet que cellers importants, dels que marquen tendència, es plantegin reproduir el concepte però no el mètode: és a dir, fer vins amb vocació de best-seller però d'una sola varietat tradicional catalana o bé d'un cupatge tradicional. Això demostra que és possible reconduir els conceptes per adequar-los a una nova situació. I si hi ha algú per a qui és possible, qui no sigui capaç de fer-ho o no ho vulgui fer no ha de posar excuses de cap mena.

Ara per ara ja no és suficient fer un vi que a la boca sigui bo i prou. Això pot portar molts diners a un celler, però el futur del vi català està en una altra banda, després d'un munt d'anys de fer precisament això i poca cosa més, després de pensar a agradar molt a molta gent. I per aconseguir-ho, no tallar-se a fer cupatges inversemblants, mai vistos enlloc, absurds pel fet de barrejar varietats de tot arreu dins una ampolla; no tallar-se a acceptar i plantar totes les varietats de tota la França vinícola dins qualsevol DO catalana. **El futur es construeix amb senderi i amb criteri de llarg termini, i el camí per fer això l'han de traçar les DO.**

És una vella història, però els cupatges i les varietats que històricament ens corresponen són els que són, i qualsevol argumentació per validar el passat més recent (de 1962 ençà) cau en sac

foradat per dues raons: la primera, perquè es compon de les mateixes raons que les que pugui aportar qualsevol zona vinícola del Nou Món. I la segona, perquè es veu d'una hora lluny que els únics motius que generen aquests arguments esbiaixats són de caire econòmic: el rendiment obtingut fins ara, la despesa que suposa qualsevol inversió per canviar el vinyar, o bé la mandra de posar-s'hi.

El futur passa per fer vins de territori, sí. Però també passa per fer-los amb les varietats que ens pertoquen. Enguany el quòrum de *La Guia 2016* ha baixat una mica en nombres absoluts, és cert, però en termes més precisos caldria veure què és el que ha passat en veritat. *La Guia* ha rebut les ampolles que els cellers pensen que puntuarem bé. En aquestes condicions, és una bona notícia que el quòrum no hagi baixat ni tan sols un 10%: vol dir que cada dia hi ha més vins fets amb varietats tradicionals a Catalunya.

I és que com que molts encara pensen que penalitzem les foranes, no ens envien els vins fets amb aquestes varietats. És prou infantil, evidentment, perquè no és veritat que un vi fet amb varietat forana estigui tan penalitzat per no poder treure una bona puntuació: la diferència amb un vi de la mateixa qualitat fet de varietat tradicional o autòctona serà de 0,2 punts: si les foranes eren tan bones per arribar a plantar-ne en territori català més de 13.000 ha en quaranta anys, si eren tan millorants i feien un vi tan bo, dues dècimes no haurien de ser cap problema per als vins fets amb aquestes varietats.

Per tant, creiem que, encara que sigui tàcitament, ja ha aparegut entre els cellers un problema de confiança en les varietats franceses: es nota quan vas a una fira i trobes un bodeguer donant explicacions del tipus següent:

—*Porta una mica de cabernet, però no es nota...*

O bé

—*El meu cava porta chardonnay, però no chardonneja...*

Preferim fer una sola vegada la pregunta que sempre se'ns acut quan sentim aquestes explicacions que ningú ha demanat: si no es vol que es noti, si és millor que no es noti, per què hi posen aquest cabernet, aquest merlot o aquest chardonnay? Perquè, **si la qüestió és que no es noti, potser és millor no posar-n'hi: així segur que no apareixeran enlloc.**

La syrah mereix un paràgraf per a ella sola. És moderna, sembla. Una mica de syrah *modernitza* els vins negres o rosats, els actualitza. La nova versió de l'actualitat la porta la syrah. El resultat és que hi ha una pila de vins negres amb registres de violeta, baies de bosc

i regalèssia; monòtons i monocordes, gairebé impossibles de des-
 triar per previsibles i iguals a ells mateixos a moltes bandes de la
 Catalunya vinícola. No són dolents, potser **són vins d'accés, però tots
 són iguals i tenen el mateix final; mores, violeta, regalèssia. Potser
 que fem un pensament, o bé que tastem més el que fan els altres
 abans de fer el propi vi.**

De qualsevol manera, és impossible comunicar aquests fets
 amb prou eficàcia als responsables dels cellers; aquestes dues dè-
 cimes són un factor regulador del fet que totes les DO catalanes ac-
 ceptin les foranes més esteses, afavorint-ne un abús constant que
 ara es corregeix a la baixa, i perjudicant les autòctones pel fet que, al
 mercat global, les foranes són molt més conegudes arreu. Ens sobta
 que la gent del sector del vi, fins i tot tots els bodeguers amb els quals
 hem parlat d'això, se sorprendi en saber el munt d'hectàrees que hi
 ha plantades a Catalunya amb les varietats més vulgars arreu del
 món; cabernet sauvignon, merlot, chardonnay, syrah i pinot noir, que
 entre totes sobrepassen les 10.000 ha. Falta una visió de conjunt,
 evidentment, i algú que la coordini amb l'autoritat a la qual les DO
 renunciïn. Entre totes les varietats foranes plantades durant els
 darrers cinquanta anys s'ha ocupat gairebé el 50% del territori vití-
 cola destinat a producció de vi tranquil. No era cap disbarat quan ja
 el 2010 parlàvem d'un absurd escampat per tot Catalunya: llavors
 encara era més alt el percentatge, atès que en els últims vuit anys
 s'ha arrencat i empeltat molta vinya forana cap a autòctona.

**Aquesta vinya erràtica i aquest plantejament purament em-
 presarial ens diu que a l'hora de fer vi s'ha exercit exclusivament
 l'activitat empresarial a Catalunya, i que, per tant, hi ha una dèria
 excessiva pels diners, que finalment només són una variable més
 a tenir en compte en l'equació.** Des del nostre punt de vista, cal que
 es moderi la idolatria exageradíssima als diners que hi ha escampa-
 da entre els cellers catalans; **cal que es compensi amb l'exercici
 conscient de la responsabilitat que cada viticultor té envers el ter-
 ritori: això del vi no és igual que fer cargols o bigues de ferro, que
 són iguals a tot arreu.** Té les mateixes particularitats que qualsevol
 altre producte que parli d'un origen. Fins que no s'assumeixi aquesta
 diferència i es converteixi en una actitud, els vins de llengua, els cu-
 patges absurds i incultes, els disbarats creatius d'alguns enòlegs que
 juguen a fer vins d'autor, seguiran arribant als mercats. **Mentre no es
 deixi de dir allò de**

sísiperòhemdevendre,

o allò de

jajaperòhemdepagarlesfacturesafinaldemes,

com a excuses per no fer els canvis que s'han de fer, per passar pel damunt de qualsevol observació que no convingui, no s'iniciarà de debò una etapa de construcció ferma d'un futur sòlid i amb el criteri que cal per ser una zona vinícola amb prestigi arreu del món.

Aquestes dues frases fetes no són ni tan sols arguments, de tan evidents i genèrics; perquè una empresa ha de pagar les factures i els impostos com a part inherent de la seva activitat, no pot ser de cap altra manera. **Sembla, a més, amb tanta queixa i excusa, que només s'arribi a pagar les factures i prou, però hi ha trampa: el capítol *factures* en una empresa és terriblement elàstic; hi cap gairebé tot, i per tant les necessitats per abastir-lo poden ser immenses.**

No serveixen, doncs, aquests arguments per tapar les carències que volen tapar. Sempre estan en boca de la gent que té poques ganes de parlar de problemes que requeririen altres tipus d'accions si volem deixar de ser un país productor de vi barat que es ven a granel en un percentatge majoritari. El vi a granel i el vi embotellat mediocre i trepa serveixen per *pagarlesfacturesafinaldemes*, però ensorren el vi català i el condemnen a un preu de misèria *in saecula saeculorum*. Si això és el que es vol, endavant... Però tenim la sensació que la mà esquerra no vol ni saber el que fa la mà dreta: sovint dins un mateix celler conviuen les dues línies de comportament sense adonar-se que són tendències conceptualment oposades.

No engreixar massa aquest capítol de *factures* pot iniciar un factor de resistència que ha de ser molt fructífer en poc temps: si la despesa és més continguda, a cada demanda de rebaixa en el preu o d'endolcir un escumós per a l'exportació es pot respondre simplement *no*. I amb això s'afegiria valor al producte. Però si hi ha la urgència de pagar massa factures, llavors no hi ha gaire cosa a parlar.

Cal tot això per arribar a fer vins de territori, evidentment també amb l'esperit de facturar. No és incompatible, i de fet n'hi ha uns quants, per sort. Cal que siguin vins coherents i honestos, però no que continguin la intenció de sorprendre els experts; això ho deixem a les recuperacions varietals, a les vinificacions de nova tendència, a tots aquells que volen fer coses noves amb la matèria primera adient, però sense caure en l'absurd patètic d'un hedonisme arrogant i inconscient, que no és cap altre que aquell que justifica el disbarat

més gros només perquè hi ha algú a qui pugui agradar el resultat. El límit, per tal que no vingui ningú amb la pregunta més previsible, és molt clar: el marca l'esperpent, que té la virtut d'aparèixer en tota la seva claredat incontestable en un moment o l'altre, deixant les coses molt clares a qualsevol que tingui una mica de seny. Un exemple d'aquest esperpent podria ser fumejar el vi base d'un cava per tal que maridi amb salmó fumat, cosa que implica no haver entès res del que significa una DO i que **és un procediment forassenyat, des del nostre punt de vista, atès que sotmet el vi a la necessitat de maridar-lo enlloc** de donar-li entitat pròpia com a producte: sembla més una recepta que una vinificació; o fer un cupatge de més de tres varietats, cosa que ha deixat de tenir sentit, llevat que es tracti d'un vi de vinya antiga com el Masia Carreras Blanc. Altrament, la intenció només pot ser voler compondre un sabor concret que ha d'encisar la raça humana sencera. Només amb aquests dos exemples és molt fàcil saber on és el límit per a l'equip de *La Guia*.

Som d'anomenar les excepcions que cal conservar. En uns quants anys, esperem, el seny s'ha d'imposar i hem de posar noms i cognoms a tots aquests vins de ceps forans que cal que romanguin per la seva qualitat o la seva història. Tots aquests *cabernets bons*, que tothom diu que n'hi ha però que ningú concreta, es poden comptar amb els dits d'una mà: i de finques que treballin històricament aquestes varietats potser n'hi ha nou a tot Catalunya: Jean Leon, Torres, Abadal, Castell del Remei, Can Feixes, Solergibert, Augustus, Mas Comtal i Raimat. Per l'interès enològic, el Pla de Bages és la zona on millor s'han adaptat els ceps bordelesos, i per tant caldrà tenir en compte que Abadal, Solergibert, Celler El Molí i Oller del Mas són els exponents de les millors expressions catalanes d'aquests varietals a preu mitjà. És interessant mullar-se, en efecte. *La Guia* sempre ho ha fet, i ara ho torna a fer: seria interessant que es reconegués l'aportació tècnica inqüestionable d'aquesta etapa per mitjà de donar un estatus especial a aquestes marques. El que no pot ser és que es justifiqui la presència de 2.700 ha de cabernet sauvignon i de més de 3.000 de merlot pel fet que a alguns professionals els agraden alguns dels vins que es fan d'aquesta muntanya de raïm de qualitat massa desigual: el territori és molt més important que el caprici de la llengua de qui sigui. Ho deixem caure per si de cas interessa.

TAST TRANSPARENT

A les observacions de les fitxes de tast veureu que enguany hem decidit fer un pas endavant (pàg. 19). De fet, ens servim els vins nosaltres mateixos, en tandes de deu vins del mateix tipus. Abans de passar a la cua de tast es despersonalitza cada ampolla en rebre-la, i quan s'obre per al tast està completament tapada per tal de no poder veure la marca. **En servir un vi, la primera valoració que es fa és si està prou obert o oxigenat per ser tastat: cada tastador pot decidir llavors si decantar-lo o no. Tot i això, és molt probable que un vi demani més temps a la copa, i llavors, sense aturar el tast i sense destapar el vi corresponent, només cal que un tastador ho proposi per tal que el deixem a banda durant el temps que necessiti. És per això que veureu de vegades una observació que especifica el nombre d'hores que hem fet esperar un vi a la copa abans de puntuar-lo.**

Es pot pensar que la tria és arbitrària i que tots els vins millorarien amb més temps a la copa, però l'experiència acumulada en uns quants anys demostra que no és així. A més, la nostra feina va adreçada a un públic que no acostuma a fer esperar els vins, o bé a orientar la tria a la taula d'un restaurant, on aquestes pràctiques no tenen gaire sentit perquè no són operatives. Pensem, doncs, que és bo que l'usuari de *La Guia* sàpiga el temps o les condicions que un vi concret necessita per treure el millor d'ell mateix, perquè hi ha determinades circumstàncies en les quals no és possible donar-li el que demana.

NOU REPTE PER A LA GUIA

En vuit anys hem copsat totes les actituds dels actors del sector per saber quin èxit i quin abast pot arribar a assolir, ara per ara, la difusió d'uns continguts acceptables. La conclusió, però, és que mai no arribarà a ser suficient, perquè la situació actual del vi l'ha relegat, per moltes raons, a ser considerat un luxe, a ser un company perillós a qualsevol taula, al consum ocasional per celebrar alguna cosa. Aquesta concepció del vi ve de països del nord europeu, que pateixen uns índexs d'alcoholisme espatarrants i que imposen les seves tesis a Europa, sempre en detriment del sud mediterrani, que és productor natural de vi de qualitat.

En aquest ambient, comunicar en el món del vi és molt difícil. Com que ho és tant hi ha poques prones que tinguin prou informació per escriure o parlar-ne. Però a més és un sector amb una audiència petita per un parell de raons: la primera, que s'ha volgut personalitzar a base de xerrameca i de posats impossibles de transmetre a un públic suficient. La segona diu que, en conseqüència, l'audiència és tan petita que no s'arriba gairebé mai a mitjans de gran abast, i quan s'hi arriba és per completar la ronda d'informació: *toca parlar de vi, que fa temps que no en parlem*.

És gairebé impossible, doncs, que comunicar sobre vi estigui suficientment remunerat per poder parlar de professionals dedicats a aquesta tasca: gairebé tothom ho té com a segona activitat. El vi s'ha convertit, doncs, en un destí d'aquestes segones activitats, de hobbies, des de la vinya –ens referim a la gran quantitat de parcers i viticultors que la tenen com a complement d'una altra feina– fins a la premsa i altres mitjans de comunicació. A més, sempre que ho vulguis fer has de triar quin vessant vols tocar. Vols ser bloguer? Com a mínim alguna ampolla i alguna invitació al celler del qual vulguis escriure sí que la rebràs. Vols ser periodista? Normalment els cellers no volen pagar per sortir enlloc, així que, fora d'excepcions comptades, els guanys que s'obtenen d'aquesta possibilitat acostumen a justificar un estricte *copy-paste* de les notes de premsa que els cellers envien; així que, de feina tangible, poca. Vols ser crític? Has d'assumir un seguit de missatges que van minvant a mesura que passen els anys i es veuen els resultats de la teva tasca, però que sempre hi són presents. Com per exemple, *ho has fet perquè has volgut, ningú t'ho ha demanat*. O bé: *no saps la quantitat de guies, fires, bloguers i revistes que hi ha*, per intentar dir que per a molts cellers tot és el mateix i serveix per al mateix.

La reflexió que es desprèn d'aquestes tres possibilitats de feina en la comunicació del vi (bloguer, periodista o crític) és ben senzilla: què s'espera del fet de fer vi? Vendre? O bé vendre molt? Només això? Nosaltres sempre ens plantegem el saldo intel·lectual que ha de quedar d'una tasca, per petita que sigui. Sempre hem volgut prioritzar aquest *saldo intel·lectual* per sobre de l'altre. Però és evident que per a molts aquest *saldo intel·lectual* no té cap mena d'importància, ni tan sols havent generat un debat que des de l'altra banda -la prioritat absoluta del compte de resultats- probablement no hauria tingut lloc amb aquesta celeritat a Catalunya.

Potser és que aquest saldo intel·lectual no és necessari. L'única cosa que importa és que els vins siguin bons i es venguin, potser,

segons diuen alguns periodistes d'aquest sector. Però el debat engegat fa vuit anys ja ha deixat una petjada molt important, que desmenteix que aquestes afirmacions siguin certes. Sobretot perquè molts dels que diuen això s'aprofiten del fet que el debat és públic i gratuït, i alguns cellers el fan servir per vendre els seus vins de varietats tradicionals o autòctones. **Convidem, de passada, aquests periodistes a pensar per quina raó gairebé no es fan vins naturals amb varietats foranes a Catalunya: ¿potser perquè no aguanten les fermentacions espontànies, o les criances oxidatives, o bé l'absència de correctors d'acidesa o de sulfits en l'embotellat? ¿Un altre senyal que, en termes generals, no estan ben adaptades, potser?**

Un sector sense professionals de premsa és possible? Per tal de no pagar-los, molts cellers es conformen que un bloguer vingui a fer-los un article a canvi d'un pa amb tomàquet. Gairebé sempre tindrà uns altres interessos que deixarà caure més tard o més d'hora. Però mentrestant ha regalat la feina d'un professional de la comunicació per aconseguir el que volia: vendre cursos de maridatge, assessoraments diversos, serveis de comunicació, etc. Més enllà de l'actitud inherent del bloguer, que ho fa per hobby però potser mai ha valorat les conseqüències de la seva feina gratuïta, amb aquest tipus de relació entre la part física i la part etèria del sector mai hi haurà una imatge clara ni seriosa del vi català: però si la qüestió és no haver de pagar perquè es parli dels vins o del celler propis, prova aconseguida. Com a resultat de tot això, només hi ha tres mitjans que parlin seriosament de vi català.

Vadevi, Cupatges i La Guia han estat aquests tres principals motors privats de tot allò que s'ha dit del vi català des del 2008. Tots tres hem patit la crisi i ens hem empecat tota mena d'activitats per sobreviure, esperant temps millors o potser només menys garrepes. Som aquestes tres iniciatives privades, juntament amb els esforços institucionals dirigits des de l'Incavi i les DO, les que hem fet possible des de la premsa, la crítica i les institucions que es parli de vi català com a fenomen concret i identificable. I l'únic mitjà imprès que queda el teniu a les mans, els altres dos són digitals: som el darrer reducte.

Aquesta responsabilitat, aquesta condició d'irreductibles, ens ha forçat a reaccionar. **Enguany, com veureu, hem hagut de saltar al format publicitari, atès que set anys de feina gratuïta per als cellers ens han obligat a reaccionar.** Tot i que la resposta no ha estat suficient, ho atribuïm al fet que ha estat el primer any amb un format

nou. Abans a això que al fet que els cellers siguin incapaços d'entendre que hi ha coses que estan per sobre del rendiment individual o particular: abans a això que a la idea que no signifiqui res la feina feta en set anys de gratuïtat total per a ells.

Trobareu, doncs, espais en els quals alguns cellers han decidit promocionar les seves marques, missatges institucionals que ens ajuden a continuar i que aporten als lectors informació addicional a qualsevol producte. Per respecte a qui sí que hi ha col·laborat, doncs, no hi són presents les informacions de contacte dels cellers i les entitats que enguany no han volgut aparèixer en espais afegits als habituals dedicats als seus vins o entitats.

La resta del format de *La Guia* roman exactament igual; no han canviat el mètode ni els paràmetres a valorar, i entre els tastadors hi ha hagut una baixa que s'ha substituït per una altra persona que ja va fer tot l'any passat un període d'aprenentatge.

També hi ha qui ha trobat altres maneres de col·laborar-hi, i per tant no serà present en cap espai, sense que això vulgui dir que no s'inclou entre els cellers i les entitats conscients que la feina de tothom ha de tenir una contraprestació digna.

I és que parlàvem d'un repte a l'inici del text: des del principi, l'any 2008, ens vam plantejar que aquesta és una gran plataforma per assolir els reptes que s'escaiguin. Ens vam plantejar **generar un debat que potencíés les varietats autòctones per damunt de les foranes, que valorés els vins fets amb varietats tradicionals com una aposta de futur**, per oposició a aquells vins que exigeixen una adaptació del territori al vent que bufa al mercat internacional. **I s'ha aconseguit: ara tothom parla de varietats tradicionals. Ara, amb aquesta fita aconseguida, ens plantejem fer possible que la premsa i la crítica del sector puguin afirmar que són professionals, és a dir, que viuen de la seva feina com a premsa o crítica del vi català.**

Cal molta feina per aconseguir això: **però és evident que amb una premsa amateur s'obtenen resultats amateurs.** També que si no s'inverteix no es treu rendiment. I, per sobre de tot, que una empresa com cal no es pot passar la vida pidolant espais gratuïts als mitjans, ni tampoc pensant que tota la seva estratègia de comunicació ha de ser només convidar la premsa, els bloguers i la crítica a un àpat amb visita al celler, per tal que facin difusió d'un nou projecte als seus mitjans o a les xarxes. **Des del nostre punt de vista, en aquest país fa molt de temps que no es treballa a canvi d'un plat de menjar: si algú vol que es parli d'ell, ha de trobar un professional**

que sàpiga fer-ho i pagar-li per que ho faci, atès que si se'l convida a aquesta mena d'actes, deu ser perquè és la seva feina. I la gent acostuma a guanyar-se la vida amb la seva feina.

Altrament, aquest mai serà un sector seriós ni conseqüent pel que fa a la comunicació, amb la seva dimensió econòmica. Nosaltres, a partir d'ara, ho intentarem cada any i no abaixarem la guàrdia per tal de tenir mitjans per poder oferir a cellers, entitats i a tots els lectors una mica més de qualitat en cada edició.