

TRAMUNTANA XXI

TAULA RODONA A CAIMARI, 17 DE NOVEMBRE DE 2016:

L'OLI DE MALLORCA, ENTRE LA HISTÒRIA I EL FUTUR.

Sebastià SOLIVELLAS. President del Consell Regulador de la denominació d'origen Oli de Mallorca.

Josep CIFRE, Professor d'enginyeria tècnica agrícola de la UIB.

Carles MANERA, Catedràtic d'Història Econòmica de la UIB.

Presentada, moderada i resumida per J.Mayol, de Tramuntana XXI.

TXXI: L'oli és un producte bàsic de la Serra de Tramuntana, que hi ha generat riquesa, paisatge i activitat econòmica sostenible al llarg de segles, amb cents de mils de jornals que beneficiaven a tota l'illa. No podem tornar al passat, però n'hem d'aprendre les experiències, i hem volgut tractar monogràficament aquest tema, amb l'hospitalitat de l'Ajuntament de Selva, que ens acull a la fira de l'oliva de Caimari.

MANERA: L'oli va representar el 70% de les exportacions de Mallorca durant diversos segles. Era un producte transformat (a diferència d'altres illes mediterrànies, que exportaven gra), i per tant, va aportar més riquesa, com ho denota l'arquitectura de les possessions. Era de baixa qualitat, i anava en gran part a les manufactures de sabó de Marsella, però també s'enviava a Holanda, Anglaterra, Barcelona i Amèrica.

Va suposar inversions importants en tafones, i emprava molta ma d'obra femenina.

La Serra era l'epicentre productiu.

El declivi en la producció de l'oli pot estar relacionat en canvis climàtics, que varen disminuir la producció a finals del s. XVIII.

El paisatge evoluciona amb els canvis econòmics.

L'economia oleícola era similar a l'actual economia turística, l'oli va ser durant diversos segles, salvant les distàncies, al turisme actual.

Actualment, la producció d'oli està molt atomitzada, situació en desavantatge en un món globalitzat: majors costs i menor competitivitat.

Es percep un increment molt important d'oferta d'oli a tota la Mediterrània, amb un increment de qualitat. Sols podem competir en aquest sector.

SOLIVELLES: Des de l'any 2002 a l'actualitat, l'oli de denominació d'origen Mallorca ha passat de 25.000 l a 216.000, un creixement del 700%. Ha passat de ser un

producte banal a ser valorat amb criteris de qualitat, ha nascut la cultura de l'oli.

La D.O. va rompre la dinàmica de producció d'olis de baixa qualitat, assumint que un territori limitat com el nostre sols pot competir amb qualitat.

Per a l'origen de la D.O., la Serra va ser fonamental, s'havia de defensar la producció local de una gran quantitat d'oli importat que es comercialitzava fraudulentament com a mallorquí. Els olivars de la Serra aporten el prestigi, la imatge i un 30% de la producció, que el Pla complementa i fa viable el conjunt. Els olivars de muntanya estan protegits per la D.O. i paguen una taxa reduïda.

Sols la garantia d'origen que aporta la D.O. va viable produir oli a l'illa, amb un costos majors que en el continent. Avui, s'ha de ser molt valent per dedicar-se a l'agricultura a Mallorca.

El paisatge, a diferència del que passava abans, és avui un valor econòmic.

Consumir producte local, i la D.O. el garanteix, és ajudar a mantenir el paisatge, el saber fer dels pagesos i la diversitat de l'economia.

CIFRE: Els estudis d'agricultura a la UIB són importants perquè avui l'agricultura és una activitat tecnificada, que necessita coneixements tècnics i empresarials. A la UIB es creen sinèrgies entre distints camps de coneixement, i l'agricultura es relaciona amb altres enginyeries, amb ciències, amb economia...I que els estudis siguin universitaris contribueix a la valoració i el prestigi social de l'activitat agrària. El sector primari és el més important, ja que és el que alimenta la població.

Vivim un moment de "*revival*" de l'oli, creixen les plantacions noves, s'obrin tafones, guanya terreny en el Pla... Ara el sector s'ha de consolidar, ha de madurar, i segurament haurà de passar per una reestructuració, en producció, en comerç i en estructura empresarial. Hem de saber innovar, i passar de l'oli al superoli.

Recentment, uns empresaris japonesos s'han posat en contacte amb el departament de química, interessats en olis mallorquins d'alta acidesa perquè contenen uns composts d'interès per la regulació del pes corporal. Aquest és un exemple de la necessitat d'estar oberts a noves possibilitats.

El sector, a Mallorca, està limitat per l'estructura productiva i la logística, i reptes nous i molt seriosos, com els que se deriven d'estius cada vegada més llargs i més secs, que limiten la producció i encareixen les tasques de camp.

L'oli té un gran mercat europeu per motius de salut, un mercat que ha de madurar i entrar a la cultura de l'oli, al qual sols ens farem lloc amb qualitat i



honestedat.

No podem pretendre que tots els sectors de l'economia siguin igualment rendibles, s'ha de comptabilitzar l'estimació per la feina i la qualitat de vida, però hi ha un mínim de resultats imprescindibles perquè el pagès pugui viure amb dignitat.

Crear una D.O. de l'oli amb el nom de Mallorca va ser un gran encert (que no existeix en el món del ví, per exemple). La marca Mallorca és molt potent, millor fins i tot que la marca Espanya. Ara bé, la dualitat del Pla i la Serra sota la mateixa D.O. és una cohabitació difícil, ja que els costos de producció són molt distints. No podem dir que l'oli de la Serra sigui millor que el del Pla, però sí que són distints, i el de la Serra necessita més suport del que té.

Avui no es venen productes, es venen sensacions, i la Serra té un gran potencial en aquest sentit.

TXXI presenta el document de síntesi de la seva posició en relació al sector agrari, i en demana una valoració als ponents.

MANERA: És un document de *desideratum* teòric perfecte, cap persona sensata hi pot posar objeccions, i ha de ser un punt de partida per posar en pràctica aquestes idees.

SOLIVELLAS: La D.O. contribueix activament al manteniment agrícola de la Serra amb les taxes reduïdes als productors de muntanya i el suport a la D.O. de l'Oliva de Mallorca, que sols es pot produir amb oliveres empeltades sobre ullastres i situades a la Serra. No hi pot haver olives de D.O. Mallorca produïdes al Pla.

CIFRE: Un document excel·lent que ha de generar propostes concretes i pràctiques. Destacaria la necessitat de major implicació de l'administració, de la formació empresarial i comercial dels productors, de l'aigua i el paper clau que poden jugar les activitats complementàries (s'entén que turístiques) de les explotacions agràries en actiu

ALTRES INTERVENCIONS. F.Fortuny, M.Rayó, A.Martínez, B.Entrecanales i altres assistents que no es presenten intervenen per aportar algunes reflexions complementàries, entre altres les possibilitats de polítiques fiscals en agricultura de muntanya, l'interès turístic de l'oli, els valors tangibles i intangibles del paisatge i l'evidència que el manteniment de les finques depèn de la seva rendibilitat, ja que no és possible sense medis econòmics.