

CULTURES DEL VI



VINS, AIGUARDENTS I CAVES

La comercialització de la producció vinícola catalana
(segles XVIII-XXI)

Josep Colomé-Ferrer, Jordi Planas
i Raimon Soler-Becerro (coords.)



Museu de les Cultures
del Vi de Catalunya

VINSEUM

VINS, AIGUARDENTS I CAVES.

La comercialització de la producció vinícola catalana (segles XVIII-XXI)

Josep Colomé-Ferrer, Jordi Planas
i Raimon Soler-Becerro (coords.)



Tarragona, Vilafranca, 2022

PUBLICACIONS DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Av. Catalunya, 35 · 43002 Tarragona

Tel. 977 558 474 · publicacions@urv.cat

www.publicacions.urv.cat

VINSEUM. MUSEU DE LES CULTURES DEL VI DE CATALUNYA

Plaça Jaume I · 08720 Vilafranca del Penedès

Tel. 93 890 05 82 · vinseum@vinseum.cat

www.vinseum.cat

1a edició: juny de 2022

ISBN URV (paper): 978-84-1365-013-5

ISBN URV (PDF): 978-84-1365-014-2

ISBN (Vinseum): 978-84-120297-3-4

DOI: 10.17345/ 9788413650135

Dipòsit legal: T 792-2022



Cita el llibre.



Consulta el llibre a la nostra web.



Llibre sota una llicència Creative Commons BY-NC-SA.

Publicacions de la Universitat Rovira i Virgili és membre de la Unió de Editoriales Universitarias Españolas i de la Xarxa Vives, fet que garanteix la difusió i comercialització de les seves publicacions a nivell nacional i internacional.

TAULA

| | |
|---|-----|
| INTRODUCCIÓ..... | 9 |
| <i>Josep Colomé-Ferrer, Jordi Planas i Raimon Soler-Becerro</i> | |
| EL COMERÇ I EL CONSUM DEL VI A LA CATALUNYA NORD-OCCIDENTAL: LA CONCA DE TREMP, PROVEÏDORA DEL PIRINEU | 23 |
| <i>Xavier Tarraubella i Mirabet, Laureà Pagarolas i Sabaté</i> | |
| 1. Introducció: la Conca de Tremp, terra de vinya i vi | 25 |
| 2. La manca de vies de comunicació: un aïllament secular | 27 |
| 3. Els antecedents: el comerç del vi a l'època medieval | 32 |
| 4. El comerç del vi a l'edat moderna, segles XVI-XVIII | 33 |
| 5. El comerç del vi a l'època contemporània, segles XIX i XX..... | 37 |
| 6. L'aiguardent: el comerç d'un derivat privilegiat | 43 |
| 7. Conclusions | 46 |
| SOCIETATS MERCANTILS EN EL NEGOCI DEL VI I L'AIGUARDENT A BARCELONA EN EL SEGLE XVIII | 49 |
| <i>Lídia Torra Fernández</i> | |
| 1. Introducció | 51 |
| 2. La taverna dels Massadas-Estrader-Camps | 53 |
| 3. La taverna dels Bruguera-Pera-Gros | 56 |
| 4. Les tavernes dels Blasi-Vacca i dels Salvana-Sala | 59 |
| 5. Negociants i taverners milanesos a Barcelona..... | 61 |
| 6. Conclusions..... | 65 |
| LA CATALUNYA AIGUARDENTERA EN EL SEGLE XIX: CANVI TÈCNIC I XARXES COMERCIALS | 67 |
| <i>Josep Colomé-Ferrer, Llorenç Ferrer-Alòs</i> | |
| 1. Introducció: canvi tècnic i transformació del sector aiguardenter | 69 |
| 2. Vi i aiguardent: Tarragona, empori vinícola a la Mediterrània del segle XIX .. | 72 |
| 3. Les xarxes territorials i la captació de l'excedent de vi i aiguardent | 79 |
| 4. Crisi del sector aiguardenter a finals del segle XIX | 92 |
| 5. Conclusions..... | 97 |
| Apèndix 1. Sortides de vi i aiguardent pel port de Tarragona (1885)..... | 99 |
| Apèndix 2. Empreses exportadores de productes vínics a la província de Tarragona i mercats de destí de les exportacions, 1884..... | 101 |

LES *SPANISCHE WEINHALLE*: LA XARXA COMERCIAL CATALANA DE VENDA
DE VI A ALEMANYA I SUÏSSA (1860-1939) 103

Miquel Gutiérrez-Poch

| | |
|--|-----|
| 1. Introducció | 105 |
| 2. Els mercats alemany i suís del vi: una sortida a la crisi finisecular | 105 |
| 3. Les <i>Spanische Weinballe</i> : cellers, tavernes i magatzems | 110 |
| 4. El funcionament de les <i>Spanische Weinballe</i> | 115 |
| 5. Els tipus i els orígens dels vins | 122 |
| 6. La baula de la xarxa a peu de cep: els majoristes | 125 |
| 7. Conclusions | 127 |
| Apèndixs | 129 |
| Abreviatures (arxius) | 138 |

LA PROTECCIÓ DEL VI D'ALELLA ABANS DE LA DENOMINACIÓ D'ORIGEN:
EL SINDICAT ALELLA VINÍCOLA (1906-1936) 139

Jordi Planas, Samuel Garrido

| | |
|---|-----|
| 1. Introducció | 141 |
| 2. La crisi dels vins d'Alella i la fundació del Sindicat Alella Vinícola | 145 |
| 3. El grup dirigent i els cooperativistes | 149 |
| 4. La producció i comercialització dels vins | 155 |
| 5. Una cooperativa precursora de la Denominació d'Origen Alella | 162 |
| 6. Conclusió | 167 |

INTERCOOPERACIÓ? LA RELACIÓ ENTRE LES COOPERATIVES DE CONSUM
I DE PRODUCCIÓ VITIVINÍCOLA EN LA COMERCIALIZACIÓ DEL VI
A CATALUNYA DURANT EL SEGLE XX 169

Francisco J. Medina-Albaladejo

| | |
|--|-----|
| 1. Introducció | 171 |
| 2. El cooperativisme a Catalunya | 172 |
| 3. Les cooperatives de consum i la comercialització del vi | 175 |
| 4. Model de comercialització dels cellers cooperatius | 182 |
| 5. Intercooperació, associacions i ideologia | 187 |
| 6. Conclusions | 192 |

LA INDÚSTRIA VINÍCOLA CATALANA EN EL LLARG CICLE DEL VI COMÚ, 1865-1996.
UNA VISIÓ DE CONJUNT 195

Raimon Soler-Becerro

| | |
|--|-----|
| 1. Introducció | 197 |
| 2. Una indústria vinícola? | 198 |
| 3. Fonts i metodologia | 203 |
| 4. La indústria vinícola catalana del segle XIX abans de la fil·loxera | 205 |

| | |
|--|-----|
| 5. Crisis i represes: de l'inici de segle xx a la postguerra | 208 |
| 6. La gran transformació de la indústria vinícola | 212 |
| 7. Conclusió. | 215 |
| LA PRODUCCIÓ DE CAVA I EL COMERÇ INTERNACIONAL (1850-2015) | 229 |
| <i>Marc Badia-Miró, Pablo Delgado, Vicente Pinilla</i> | |
| 1. Introducció | 231 |
| 2. El sorgiment de la indústria del vi escumós i la conquesta del mercat nacional, 1850-1940. | 232 |
| 3. Evolució del comerç de vi escumós, 1940-1990 | 239 |
| 4. El comerç exterior de vi escumós des de 1990 fins a l'actualitat. | 248 |
| 5. Conclusions. | 252 |
| LA CONSOLIDACIÓ DE LA REVOLUCIÓ VITIVINÍCOLA DEL PRIORAT AL COMENÇAMENT DEL SEGLE XXI | 255 |
| <i>Miquel-Àngel Bové-Sans</i> | |
| 1. Introducció | 257 |
| 2. Evolució històrica del sector vitivinícola del Priorat | 259 |
| 3. La recuperació i el boom del Priorat | 263 |
| 4. L'enoturisme: L'atracció pel vi i el seu territori | 273 |
| 5. Conclusions. | 280 |
| BIBLIOGRAFIA. | 283 |
| AUTORS | 305 |

INTRODUCCIÓ

Josep Colomé-Ferrer, Jordi Planas
i Raimon Soler-Becerro

Departament d'Història Econòmica, Política i Economia Mundial
i Centre d'Estudis Antoni de Capmany d'Economia
i Història Econòmica, Universitat de Barcelona

L'origen d'aquest llibre es troba en unes jornades d'estudi sobre la *Producció i comercialització de vins i aiguardents a Catalunya*, que es van celebrar a la Universitat de Barcelona els dies 23 i 24 de gener de 2020. A la vintena de participants en aquelles jornades ens aplegava naturalment l'interès per aquella temàtica, però també l'estima i l'admiració pel jove investigador Francesc Valls Junyent (1966-2017), el traspàs del qual ens deixà a tots consternats. Les jornades es van organitzar precisament com un homenatge pòstum al nostre company i amic, amb la idea de reunir els investigadors que aleshores treballaven sobre un dels temes que més van interessar a l'enyorat Francesc Valls i sobre els quals va fer aportacions de gran valor.

Home inquiet i estretament vinculat a la seva terra (els Hostalets de Pierola, a l'àrea vitícola de la comarca de l'Anoia) i al seu país (Catalunya), al llarg d'una brillant carrera acadèmica que va quedar truncada massa aviat, en Francesc Valls va signar —ell sol i també en col·laboració amb altres historiadors— una obra àmplia i diversa, que va des del primerenc interès pel món dels arxius¹ i per la història política² fins als orígens i característiques de la industrialització a Catalunya.³ La major part de la seva producció, però, se centra en l'anàlisi de l'evolució del sector vitivinícola català, des de finals del segle XVII fins ben entrat el segle XX. En aquest àmbit, observant la seva tasca

1 VALLS-JUNYENT (1985).

2 VALLS-JUNYENT (1987).

3 SÁNCHEZ i VALLS-JUNYENT (2015).

investigadora podem identificar quatre línies específiques de recerca: la cronologia del procés d'especialització vitícola català; el paper que va jugar el sector aiguardenter en aquesta expansió vitivinícola; el moviment rabassaire i la conflictivitat social agrària i, finalment, els orígens del sector dels vins escumosos. Totes quatre temàtiques estan presents —en major o menor mesura— en el volum que presentem aquí.

Sobre la primera d'elles, cal destacar un primer treball,⁴ que s'interrogava pels factors que explicaven l'acceleració del procés d'especialització vitícola que va tenir lloc a Catalunya una vegada finalitzades les guerres napoleòniques. Dos anys més tard, fruit de la seva tesi de llicenciatura, Francesc Valls publicava un voluminós treball⁵ on destacava els orígens setcentistes del procés d'especialització vitícola a les terres de l'Anoia, posant en relleu el paper que en aquest procés hi havia jugat el contracte de rabassa morta i l'estreta relació existent entre expansió vitícola i creixement de la població, que seria objecte d'atenció uns anys més tard en un article dedicat específicament a les conseqüències demogràfiques de la fil·loxera.⁶ Seguint en aquesta línia, presentà, també en un article amb coautoría, una nova sèrie de preus de vi a Catalunya entre els anys 1680 i 1935, que permetia una millor comprensió de l'evolució del sector vitivinícola.⁷ I finalment, en la introducció del llibre *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya* oferia una visió panoràmica dels tres cicles de l'economia vitivinícola catalana entre el segle XVII i el segle XX: el vinculat a les exportacions d'aiguardent durant els segles XVII i XVIII, la substitució de l'aiguardent per les exportacions de vi comú al llarg del segle XIX i l'aposta per una producció vínica de qualitat a partir de la segona meitat del segle XX, una vegada superada una llarga crisi en el sector, que va tenir una primera manifestació en l'elaboració dels vins escumosos.⁸

Seguint el camí desbrossat per Jaume Torras,⁹ Francesc Valls va dedicar una part preeminent de la seva recerca a l'estudi de l'anomenat cicle de l'aiguardent, amb diversos treballs,¹⁰ però sobretot amb la seva tesi doctoral que donà lloc a un llibre de gran volada,¹¹ una obra d'obligada referència per l'estudi dels orígens moderns del procés d'especialització vitivinícola i la gènesi de la industrialització catalana, que atenent a la seva importància se n'ha publicat recentment una traducció al castellà.¹² En el llibre presenta un model de relacions exteriors al servei de la indústria en el qual les expor-

4 COLOMÉ i VALLS-JUNYENT (1994).

5 VALLS-JUNYENT (1996).

6 COLOMÉ i VALLS-JUNYENT (2012).

7 COLOMÉ, GARCIA, PLANAS i VALLS-JUNYENT (2013).

8 COLOMÉ, PLANAS i VALLS-JUNYENT (2015).

9 TORRAS (1976), (1994) i (1996).

10 VALLS-JUNYENT (2001a), (2003a), (2003b) i (2015); GRAU PUJOL i VALLS-JUNYENT (2015).

11 VALLS-JUNYENT (2004a),

12 VALLS-JUNYENT (2020).

tacions d'aiguardent cap els mercats del nord d'Europa hi va jugar un paper determinant, i descriu detalladament els orígens d'aquest comerç atlàntic, amb l'assentament de comerciants holandesos i anglesos a Catalunya (especialment a Reus), així com la participació de les grans companyies comercials amb seu a Barcelona. Aquest model, basat en els baixos costos de producció de l'aiguardent català i uns preus competitius en els mercats del nord d'Europa, es complementava amb les importacions de teixits, especialment holandesos, i de bacallà. Valls demostrava com la crisi de finals de segle XVIII i primers anys del XIX va suposar una profunda transformació de les relacions exteriors del comerç català, que a partir d'aquell moment es va orientar cap els mercats americans, on l'exportació de vi comú i la importació de cotó van esdevenir els eixos sobre els que giraria bona part de l'economia catalana del XIX.

Com a bon historiador econòmic, de la mateixa manera que va estudiar les estructures comercials i el paper del sector aiguardenter en el creixement econòmic de la Catalunya del segle XVIII, Francesc Valls també va analitzar els factors estructurals i socials que van fer possible el procés d'especialització vitivinícola català. El paper del contracte de rabassa morta en l'expansió vitícola catalana va ser objecte de la seva atenció preferent,¹³ així com també la fil·loxera¹⁴ i el conflicte rabassaire i el moviment associatiu agrari.¹⁵

El quart àmbit que destacàvem, el dels orígens de la producció de vins escumosos, era fins a la publicació dels seus treballs encara poc estudiat per la historiografia catalana.¹⁶ El darrer d'aquests treballs el va escriure fent un gran esforç en els últims mesos de la seva vida. Al llarg d'un total de 53 pàgines, hi explica la relació que de jove va establir Manuel Raventós amb la família De Muller, que el van introduir en el món de la Champagne. Es refereix als viatges de Raventós a Reims i Épernay; als seus contactes amb empresaris importants en aquell sector, com Henri Abelé; al procés de transferència tecnològica per tal de poder elaborar vins escumosos naturals amb les tècniques utilitzades a la Champagne i als primers intents de crear una xarxa comercial per vendre el seu xampany.

Aquest darrer treball és un clar exemple de les característiques que definien en Francesc Valls com un historiador exemplar, que fonamentava la seva recerca en el coneixement dels arxius i treball minuciós de les fonts documentals, que tenia molt present la funció social de la història i que, defugint modes que s'han imposat en el món acadèmic, gaudia publicant tant en revistes acadèmiques com en revistes locals. Un historiador, en definitiva, que estimava i treballava pel seu país i la seva gent.

13 VALLS-JUNYENT (1997a) i (1997b).

14 BADIA-MIRÓ, TELLO, VALLS-JUNYENT i GARRABOU (2010).

15 PLANAS i VALLS-JUNYENT (2011a), (2011b) i (2012); COLOMÉ, PLANAS, SOLER-BECERRO i VALLS-JUNYENT (2018).

16 VALLS-JUNYENT (2003c), (2004b), (2007), (2011) i (2017).

Els treballs reunits en aquest llibre tenen com a objectiu continuar —amb enfocaments i perspectives diverses— la tasca endegada per Francesc Valls sobre l'elaboració i la comercialització dels productes vínics catalans. Són tots treballs originals que van presentar-se de forma preliminar en aquelles jornades d'estudi de l'any 2020 i que s'han reelaborat posteriorment per conformar aquest volum. Es tracta sempre d'aportacions inèdites que, presentades conjuntament, constitueixen un balanç dels treballs que s'han portat a terme en els darrers anys sobre la comercialització vinícola catalana i que, malgrat la seva diversitat, permeten resseguir l'evolució del sector vitivinícola català des del segle XVIII fins a l'actualitat.

El primer treball, a càrrec de Xavier Tarraubella i Laureà Pagarolas, explica el paper de la Conca de Tremp com a proveïdora de productes vínics del Pirineu. Per explicar aquesta funció en el comerç i el consum de vi en la Catalunya nord-occidental, es remunten a l'època medieval, tot i que fou a partir de mitjan segle XVII i en el XVIII que es produí la intensificació progressiva del conreu de la vinya i el seu moment àlgid tingué lloc en el segle XIX. Llorenç Ferrer ja va mostrar la importància que la demanda de vins i aiguardents procedent de la Catalunya central i del Prepirineu va tenir en el progrés de la viticultura en la comarca del Bages al llarg del segle XVIII.¹⁷ En la mateixa línia, Tarraubella i Pagarolas analitzen l'evolució del sector vitivinícola a la Conca de Tremp, destacant el fet que les deficientes vies de comunicació van allunyar la producció d'aquella comarca dels mercats de la Catalunya interior i prelitoral o dels comerciants de Barcelona i el litoral català. Destaquen, per tant, la importància que en els segles XVIII i XIX va tenir el mercat interior a l'hora d'explicar l'avenç de la vinya en algunes comarques allunyades dels circuits comercials del litoral i prelitoral català.

A partir de la segona meitat del segle XVIII el sector vitivinícola de la Conca de Tremp es va orientar vers els mercats de muntanya de les valls de Capdella i de Manyanet al Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, la Ribagorça, la Vall d'Aran, la Cerdanya o Andorra. En el segle XIX la relació amb aquests mercats es va intensificar, al mateix temps que la construcció de la carretera d'Artesa a Tremp el 1880 permetia als productors de la Conca de Tremp accedir als mercats de la Catalunya interior i litoral, així com al mercat francès. D'aquesta manera, entre 1860 i 1890 es va produir un important creixement de la superfície vitícola.

Finalment, els autors també destaquen la importància de la producció d'aiguardent, amb alambins documentats a les primeres dècades del segle XVIII a Tremp i a Isona. Paral·lelament a l'expansió de la vinya, l'increment de la producció d'aiguardents a la Conca de Tremp fou especialment important entre les dècades de 1860 i 1890, fins que en els primers anys del segle XX la destrucció dels ceps provocada per la fil·loxera,

¹⁷ FERRER ALÒS (1987).

l'increment de la fiscalitat que gravava els aiguardents i la pèrdua d'alguns dels mercats de muntanya van posar en crisi aquesta especialització vitivinícola.

Lídia Torra centra el seu treball en l'estudi de la constitució de societats mercantils per obrir i gestionar tavernes a la Barcelona del segle XVIII. Els treballs de Francesc Valls ja havien mostrat que el mercat exterior va jugar un paper determinant en l'expansió vitivinícola durant el cicle de l'aiguardent,¹⁸ però menys conegut és el paper que en aquest procés d'especialització agrària hi va jugar la demanda procedent del mercat interior. En aquest sentit, el creixement de la ciutat de Barcelona al llarg del segle XVIII havia d'operar com un important estímul a la plantació de noves vinyes a les comarques veïnes, com ara el Vallès, el Maresme o el Baix Llobregat. A través de diversos estudis de cas, Torra ens mostra les relacions que s'establien entre els viticultors d'aquelles comarques, traginers, carreters, agents comercials i detallistes per comercialitzar vins i aiguardents en les tavernes de la capital catalana.

La documentació notarial treballada per Lídia Torra permet posar de relleu com les tavernes eren un negoci capaç d'atreure capitals procedents de la burgesia barcelonina que, gràcies a les societats mercantils escripturades, feien poc visible la seva participació en aquells negocis. També destaca la importància que a la ciutat comtal tenien els negociants i taverners milanesos, així com les condicions de vida de les famílies que gestionaven les tavernes, subratllant el paper que hi jugaven les dones, que en moltes ocasions compaginaven el treball a la taverna amb altres activitats com, per exemple, la manufactura domiciliària.

Mercat interior, producció i comercialització d'aiguardent en el segle XIX són l'objecte del tercer capítol, signat per Josep Colomé-Ferrer i Llorenç Ferrer-Alòs. En aquest treball, els autors plantegen que en el període que s'ha definit com a cicle del vi comú, la producció d'aiguardent va continuar tenint un paper molt destacat en les economies vitivinícoles d'algunes comarques catalanes. Així, destaquen que a principis de segle XIX diferents canvis tècnics van permetre superar els colls d'ampolla que havien caracteritzat els antics alambins durant el segle XVIII (elevat consum de combustible i treball i uns aiguardents que requerien de diverses redestil·lacions per obtenir la graduació desitjada). D'aquesta manera, a la segona meitat del segle XIX bona part de les fassines es van modernitzar, introduint destil·lacions contínues o millorant molt els antics alambins i incrementant la seva productivitat.

Les transformacions tècniques van anar acompanyades d'un canvi de mercats als que es destinava la producció. Així, a diferència del que mostrava Francesc Valls pel segle XVIII,¹⁹ quan la producció d'aiguardents es destinava principalment a l'exportació, en el XIX la indústria aiguardentera es va vincular a una demanda interior proce-

¹⁸ VALLS-JUNYENT (2001a), (2003a), (2003b) i (2004a).

¹⁹ VALLS-JUNYENT (2004a).

dent del manteniment del consum popular d'aiguardent, especialment els anisats; de la producció de vins generosos i misteles que necessiten alcohol per augmentar la seva graduació; de l'alcoholització de vins destinats a l'exportació; de l'increment progressiu del consum de licors de totes menes que utilitzaven l'alcohol per les respectives maceracions; i de noves demandes d'alcohol per molts processos productius que no tenien res a veure amb el consum de vins i licors, com dissolvents de substàncies resines, pintures o productes de farmàcia, per exemple.

Al mateix temps, els autors mostren com en aquest procés de transformació del sector al llarg de la segona meitat del segle XIX, la província de Tarragona va esdevenir la principal zona productora d'aiguardents de Catalunya, amb unes empreses que van estructurar unes xarxes territorials de captació de l'excedent de vi i aiguardent d'algunes comarques de l'interior de la província de Tarragona i de les terres de Ponent. A finals de segle XIX, però, el sector va entrar en crisi a causa dels elevats preus que es pagaven per qualsevol tipus de vi per exportar a França i per l'arribada d'alcohols industrials.

Si la dinàmica exportadora del vi català pel segle XIX i primer terç del segle XX és força coneguda en termes agregats,²⁰ menys coneguda és, en canvi, la forma i els canals que conduïen el vi al seu consumidor final en el mercat exterior. I això és el que aborda Miquel Gutiérrez en el treball que presenta en aquest volum. Com han demostrat Pinilla i Ayuda,²¹ els mercats europeus —principalment França— havien pres el relleu dels americans durant el primer terç del segle XX com principals a destinacions comercials dels vins espanyols. En aquest sentit, Gutiérrez es fixa en dos mercats centre-europeus rellevants per al vi català com eren el d'Alemanya i el de Suïssa, tot i que, com assenyala el mateix autor, a les portes de la Guerra Civil donaven símptomes d'èsgotament ja fos per les falsificacions, en el cas alemany, ja fos per la competència italiana, en el suís.

Tanmateix, la importància de les exportacions cap a aquests països no hauria estat possible sense el concurs d'una sèrie de cellers, tavernes i magatzems, conegudes amb el nom de *Spanische Weinhalle*, que podien vendre a l'engròs o a la menuda i, en alguns casos, podien arribar a oferir serveis de restaurant o cafè. Si bé els primers establiments d'aquesta mena s'instal·laren en determinades ciutats d'Alemanya i Suïssa ja a mitjan segle XIX, el seu període d'esplendor se situa a finals d'aquest segle i s'estroneja amb l'esclat de la Primera Guerra Mundial, moment a partir del qual ja no recuperaran la puixança del passat.

El tipus d'emigració en xarxa que ens mostra aquí Gutiérrez recorda, salvant les distàncies i les dimensions dels negocis, la que els catalans també havien establert

²⁰ PUJOL ANDREU (1984).

²¹ PINILLA I AYUDA (2002).

a Cuba:²² uns primers pioners que s'establien i que arrossegaven familiars i paisans, els quals en adquirir coneixement, podien establir-se pel seu compte. En aquest sentit cal destacar en la xarxa catalana establerta a Alemanya i Suïssa les persones procedents de les zones amb una elevada especialització vinícola a Catalunya: l'Empordà, el Penedès, l'Anoia, el Baix Camp o el Priorat. Una xarxa comercial que va atènyer dimensions relativament considerables fins al punt de dominar algunes associacions de comerciants espanyols a Alemanya. Es dedicaven bàsicament a la comercialització de vi a doll que s'exportava en bocois, un indicador d'una qualitat relativament baixa, i que venia a reflectir el domini dels grans majoristes en el mercat vinícola català, un bon nombre dels quals també eren d'origen francès i suís.

Els cellers cooperatius que es van crear al començament del segle xx tenien com a objectiu l'elaboració i venda en comú del vi per remunerar millor l'activitat dels vinyaters, la majoria dels quals eren petits (o molt petits) productors, que s'enfrontaven aleshores a una caiguda tendencial del preu del vi. La producció del vi en els cellers cooperatius havia de permetre reduir els costos de producció i augmentar la qualitat del producte. L'augment de la capacitat d'emmagatzemar també podia evitar la venda en el curt termini a preus baixos i la venda en comú permetia reduir els intermediaris i millorar la posició negociadora dels petits productors respecte dels comerciants, aconseguint així també un preu millor per al vi. Aquests avantatges expliquen la difusió del cooperativisme vitivinícola des de les primeres dècades del segle xx.

Si bé els estudis que s'han dedicat al cooperativisme vitivinícola han posat de relleu els avantatges que va suposar per als petits productors l'elaboració en comú, la comercialització del vi des dels cellers cooperatius s'ha considerat menys exitosa.²³ En primer lloc, tal com ja va apuntar Antoni Saumell,²⁴ la venda directa al consumidor es va limitar fonamentalment als mateixos socis cooperativistes i els cellers cooperatius no van aconseguir crear unes xarxes de distribució alternatives als circuits comercials tradicionals que reduïssin els intermediaris. A més, com que la cooperativa havia de liquidar aviat la collita als petits productors, el marge de maniobra que li donava la major capacitat d'emmagatzematge era limitat, si la cooperativa volia evitar el risc d'un endeutament excessiu, atès que per a la construcció i equipament del celler ja havia hagut de recórrer al crèdit. Per aquesta raó, la majoria de cellers cooperatius es van limitar a vendre la major part del vi a doll i a subhasta, sovint a uns pocs comerciants majoristes que els garantien la compra ràpida de la collita a un preu moderat, evitant així els problemes de liquiditat i alliberant l'espai d'emmagatzemament per a la collita següent.

22 MALUQUER DE MOTES (1990) i (1992); RODRIGO Y ALHARILLA (2007).

23 MEDINA-ALBALADEJO i PLANAS (2020).

24 SAUMELL (2002).

D'altra banda, els cellers cooperatius van orientar-se a maximitzar la producció i no la qualitat del vi, en primer lloc perquè el control de la qualitat del raïm aportat pels cooperativistes era més difícil d'establir i en segon lloc perquè fins gairebé a finals del segle xx el mercat va demandar principalment un vi de taula de qualitat mitjana i baixa.²⁵ En conseqüència, els cellers cooperatius no van orientar-se a individualitzar el seu producte i a millorar-ne la qualitat, i l'embotellament i la criança del vi van ser absolutament excepcionals en les cooperatives, no només a Catalunya sinó també en l'àmbit espanyol i europeu.

És per aquesta raó que l'estudi sobre el Sindicat Alella Vinícola que Jordi Planas i Samuel Garrido presenten en aquest volum té un interès sobresortint per la seva singularitat. Es tracta d'un dels primers cellers cooperatius que es van crear a Catalunya i l'únic orientat a la producció de vins de qualitat, embotellats i de marca. Amb aquesta estratègia va aconseguir revaloritzar els vins originals d'Alella abans de la creació de la Denominació d'Origen Alella (que no va entrar en vigor fins al 1953), i consolidar el seu prestigi tant en el mercat nacional com en l'internacional, atès que en els anys 1920 els vins de la cooperativa s'exportaven al Regne Unit, Bèlgica, els Països Baixos, Llatinoamèrica (Cuba, Puerto Rico, Mèxic, Equador, Colòmbia, Bolívia, Argentina), a l'Àfrica espanyola (Fernando Poo), a l'Índia anglesa i fins i tot als Estats Units. Es tracta d'un cas d'èxit empresarial, que la comparació dels preus del vi amb altres cellers cooperatius productors de vi comú posa de manifest, i aquest treball n'explica la trajectòria fins a l'any 1936, i com va aconseguir superar les limitacions d'aquest tipus d'entitats a l'hora de produir i comercialitzar un vi de qualitat.

El vi era un dels principals productes que subministraven les cooperatives de consum als seus associats. Catalunya, la regió d'Espanya on des del començament del segle xx més van proliferar aquestes entitats, era també la regió amb un major nombre de cellers cooperatius.²⁶ Tanmateix, la col·laboració entre ambdós tipus de cooperatives va ser pràcticament inexistent, encara que els avantatges d'aquesta intercooperació semblen evidents i, a més, s'ajustaven als principis del moviment cooperativista. El treball de Francisco Medina que es presenta en aquest volum intenta explicar el paper de les cooperatives de consum en la distribució comercial del vi a Catalunya i per què no hi va haver una cooperació més profunda entre aquestes i els cellers cooperatius.

Segons la seva hipòtesi, van tenir-hi molt a veure les diferències ideològiques entre ambdós tipus de cooperatives. Així, tot i que a la Catalunya del començament del segle xx certament va existir un cooperativisme agrari d'esquerres, la majoria de cambres i sindicats agrícoles va quedar integrats en federacions impulsades pels propietaris benestants. El cooperativisme de consum, per contra, estava molt més estès en les àrees

²⁵ FERNÁNDEZ i SIMPSON (2017); GARRIDO (2022).

²⁶ MEDINA-ALBALADEJO i PUJOL-ANDREU (2014); PLANAS (2016a).

urbanes i més relacionat amb el republicanisme i el moviment obrer. Tot i que va haver-hi algunes iniciatives per vincular les cooperatives agrícoles a les organitzacions del cooperativisme de consum, aquelles van tenir-hi una presència testimonial.²⁷

El cooperativisme agrari i el cooperativisme de consum van organitzar-se de forma independent i van tenir pocs contactes, encara que les cooperatives agrícoles funcionessin també com a cooperatives de consum. Tal com el cas estudiat dels Hostaletes de Pierola posa de manifest,²⁸ les diferències ideològiques van donar lloc a un dualisme cooperatiu que va dificultar el seu funcionament i la seva consolidació abans de la Guerra Civil. Durant la dictadura franquista, la divisió per qüestions ideològiques va deixar d'existir, però la intercooperació tampoc va funcionar, d'una banda a causa del menor dinamisme del cooperativisme de consum i, de l'altra, degut a l'enquadrament forçós dels cellers cooperatius en les estructures jeràrquiques del règim que limitaven les seves iniciatives.²⁹

Tots els treballs esmentats fins aquí es podrien englobar al que Francesc Valls, en col·laboració amb Josep Colomé i Jordi Planas havien anomenat els cicles de l'aiguardent i del vi comú.³⁰ En el primer d'aquests cicles la delimitació cronològica és més o menys precisa, abastant des de finals segle XVII fins a la fi de les guerres napoleòniques i la independència de les colònies americanes de l'Imperi espanyol —cap a 1820, aproximadament—, moment en el qual l'hegemonia exportadora passaria al vi comú. Tanmateix, en el treball de Josep Colomé i Llorenç Ferrer s'adverteix el fet que l'hegemonia d'un producte no suposa la desaparició de l'altre. En el cas del cicle del vi comú, la culminació es situaria a finals del XIX, just abans de la crisi de la fil·loxera i les posteriors crisis de malvenda del primer terç del segle XX. El capítol de Raimon Soler-Becerro intenta posar llum a aquest cicle del vi comú a partir de l'anàlisi del sector des del punt de vista de l'empresa vinícola.

A partir de diverses guies comercials, Soler-Becerro analitza la distribució de les empreses vinícoles pel territori i destaca que fins a la Guerra Civil la ubicació de la major part de les empreses vinícoles no té tant a veure amb la proximitat a les vinyes com amb la disponibilitat de mitjans de transport que facilitessin l'accés als mercats internacionals i també al mercat intern. És per aquest motiu que, fins als anys 1960 Barcelona va jugar un paper fonamental en la indústria vinícola juntament amb altres punts, que en un moment o altre, tindran un paper rellevant com Reus, Tarragona, Vilanova i la Geltrú o Vilafranca del Penedès. També hi va tenir a veure el model d'empresa que predominava, la del gran comerciant, magatzemista o criador de vins.

²⁷ PLANAS (2022).

²⁸ PLANAS i VALLS-JUNYENT (2011a) i (2011b).

²⁹ MEDINA-ALBALADEJO (2015b).

³⁰ COLOMÉ, PLANAS i VALLS-JUNYENT (2015).

Si bé el clúster cavista de Sant Sadurní ja estava format just abans que esclatés la Guerra Civil,³¹ el treball de Raimon Soler-Becerro ens mostra com aquest s'acabà de desenvolupar i consolidar com el segon nucli de la indústria vinícola a partir de la segona meitat de la dècada de 1950, els factors de localització de la qual ja no tenien a veure amb els mitjans de transport sinó amb l'èxit i la capacitat d'una empresa — Codorniu — i d'un empresari — Manuel Raventós —, que hauria estat una veritable escola per al resta de xampanyistes de Sant Sadurní.³² Tanmateix, en el treball de Soler-Becerro destaca el fet de la pervivència de la primacia del nucli barceloní que no va decaure fins que, a partir dels anys 1970, la indústria vinícola es començà a preparar per competir davant la possible entrada a la Unió Europea.

Els dos darrers treballs que es presenten en aquest volum incideixen en l'anomenat cicle del vi de qualitat.³³ Aquest s'hauria iniciat a finals del segle XIX, a partir de la crisi de la fil·loxera i les crisis de malvenda posteriors que començarien a posar en evidència que la qualitat era un element clau per a la competitivitat en els mercats vinícoles. Inicialment els canvis es van concentrar a nivell institucional i enfocats principalment cap als viticultors. Els projectes empresarials dirigits a l'elaboració de productes diferenciats, amb vins embotellats de qualitat van ser inicialment escassos, com ens ho mostra el mateix cas d'Alella Vinícola, que hem comentat més amunt. Aquest tipus d'empresa es consolidarà sobretot a partir de la segona meitat del segle XX, a mesura que s'implementin les denominacions d'origen i es produeixin canvis fonamentals en el model d'empresa vinícola.³⁴

No hi ha dubtes que, a Catalunya, el cicle del vi de qualitat està vinculat precisament a l'engegada i consolidació del sector de l'elaboració de vins escumosos. Si bé inicialment fou un producte destinat a substituir importacions, cosa que s'aconseguí amb èxit, a partir de la dècada de 1970 la penetració dels escumosos catalans en el mercat internacional ha anat *in crescendo*, fins al punt que l'any 2019, just abans de la pandèmia, les exportacions de cava han suposat el 66% de les vendes totals, segons les dades de la mateixa Denominació d'Origen Cava. Els treballs abans esmentats de Francesc Valls o els d'Emili Giralt³⁵ es centraven més en l'anàlisi de les principals empreses; en canvi, el treball que presenten en aquest volum Marc Badia-Miró, Pablo Delgado i Vicente Pinilla es dedica a situar l'elaboració de vi escumós en el marc internacional i en dona una visió més general.

Aquests autors confirmen la importància de la política aranzelària per a la conquesta del mercat interior dels vins escumosos elaborats a Catalunya, però també asse-

31 VALLS-JUNYENT (2007) i (2011).

32 VALLS-JUNYENT (2011) i (2017).

33 COLOMÉ, PLANAS I VALLS-JUNYENT (2015).

34 SOLER (2003).

35 GIRALT (1993) i (1998a).

nyalen la diferenciació de productes: mentre el *champagne* francès es va mantenir com a producte de luxe adquirit per les capes de població amb rendes més altes, el “xampany” elaborat a Catalunya es venia a un preu més baix i, per tant, s’adreçava a una població de rendes mitjanes. Durant el primer Franquisme, amb l’autarquia, es produí un parèntesi que es tancà a mesura que la renda de la població espanyola va augmentar i, consegüentment, també ho va fer el consum de vi escumós. A partir de la segona meitat dels anys 1950 les exportacions de vins escumosos catalans van començar a expandir-se de manera exponencial, expansió que continuà i s’amplià a partir de l’entrada d’Espanya a la Comunitat Econòmica Europea, l’any 1986. Aquest fet donà pas a l’època daurada de les exportacions de vins escumosos, quan el 2001 l’exportació superà per primer cop les vendes al mercat interior. Els autors d’aquest capítol posen el dit a la llaga del debat actual del sector, assenyalant la diferent especialització dels vins escumosos en el mercat internacional: mentre el *champagne* francès es basa en un segment de preus alts, el cava ho ha fet en els de baix preu, fet que finalment ha provocat un estancament en els darrers anys quan han sortit competidors en la mateixa banda de preus, com el *prosecco*.

Per a la comercialització del vi català, l’evolució recent del Priorat és un cas d’èxit incontestable. Avui els vins del Priorat tenen una presència i un prestigi indiscutible en el mercat internacional, on es comercialitza més de la meitat de la seva producció. Després d’un segle de decadència que arrencà de la crisi fil·loxèrica, la resurrecció vitivinícola que s’ha produït en aquesta comarca des dels anys 1990 ha estat qualificada d’autèntica revolució. En un treball anterior, Miquel Àngel Bové ens presentava aquesta revolució vitivinícola del Priorat com un cas paradigmàtic d’èxit en la transformació d’un sector industrial tradicional, classificat de baix nivell tecnològic.³⁶ L’aplicació de la innovació i el coneixement han donat lloc a un increment de la qualitat dels seus vins que, associada a la seva comercialització en el mercat internacional, ha donat com a resultat una completa revitalització del sector i de la comarca. En el nou treball que presenta en aquest volum, Bové ens parla de la consolidació d’aquesta revolució vitivinícola gràcies a la incorporació d’una segona generació d’elaboradors, que s’ha sumat als pioners, així com també a l’extensió de la transformació vitivinícola a la resta de la comarca, que ha donat lloc a la creació de la nova denominació d’origen (DO) Montsant (2002), dos anys després que la DO Priorat rebés el reconeixement com a denominació qualificada (DOQ), l’única existent a Espanya després de la Rioja.

Analitzant l’evolució de les dues denominacions d’origen de la comarca, Bové observa un comportament diferenciat, amb una aposta molt forta pels vins de gama alta destinats al mercat exterior en el cas de la DOQ Priorat, i una major orientació

³⁶ BOVÉ-SANS (2015).

cap al mercat interior en el cas de la DO Montsant. Tanmateix, en el conjunt de la comarca s'ha produït un increment progressiu de la qualitat dels seus vins i una presència molt destacada en el mercat internacional, que absorbeix en conjunt la meitat de totes les vendes, amb les quals el Priorat, tot i les seves reduïdes dimensions, s'ha situat com una de les regions vinícoles més destacades a escala mundial. A més d'estudiar la progressiva consolidació del sector vitivinícola tot resseguint l'evolució la producció i la comercialització dels vins de la comarca durant els primers anys del segle XXI, Bové dedica una atenció especial a la contribució que hi ha tingut l'enoturisme, que s'ha convertit en un instrument per reforçar la valoració dels seus vins i la seva relació amb el paisatge, a més d'ajudar a la seva comercialització amb la venda directa del vi elaborat per cada celler, tot eliminant intermediaris i costos de transport, i fidelitzant l'atracció cap a la marca.

El nostre objectiu a l'hora d'organitzar el gener de 2020 les jornades d'estudi sobre la *Producció i comercialització de vins i aiguardents a Catalunya* era fer un homenatge al nostre malaguanyat company Francesc Valls, amb la presentació de treballs originals que permetessin ampliar el coneixement sobre la producció i la comercialització de productes vínics, centre preferent del seu camp de recerca. Amb la publicació ara d'aquells treballs, gràcies al suport del Departament d'Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial de la Universitat de Barcelona, del Centre d'Estudis Antoni de Capmany en Economia i Història Econòmica, i del Vinseum, Museu de les Cultures del Vi, creiem que l'objectiu s'ha acomplert abastament.

Els treballs que s'apleguen en aquest volum ens aporten nova informació sobre les xarxes de comercialització vinícola tant a l'interior com a l'exterior de Catalunya des del segle XVIII fins a l'actualitat, i sobre com arribava al consumidor final, ja fos mitjançant tavernes, *Spanische Weinhalle* o cooperatives de consum. També ens ajuden a entendre les formes de proveïment de les grans empreses comercials i ens recorden que l'hegemonia d'un o altre producte —aiguardent, vi comú, vi de qualitat— en els tres cicles definits per Colomé, Planas i Valls-Junyent,³⁷ no té perquè suposar la desaparició dels que queden en segon terme. Ens permeten apropar-nos cap a àrees sovint oblidades quan ens referim a la producció i comerç de vins, com les terres del Pirineu, que a més poden tenir un futur en el sector en la mesura que es busquin nous àmbits de plantació com a conseqüència del canvi climàtic. A partir d'ara coneixem una mica millor la geografia i la cronologia de la indústria vinícola, una indústria que, en bona part de la seva història, ha optat per la quantitat més que per la qualitat, com es torna a repetir amb el cas del cava, però també ens recorda que es poden seguir estratègies diferents, com mostra l'evolució recent del Priorat.

37 COLOMÉ, PLANAS I VALLS-JUNYENT (2015).

Estem convençuts que en Francesc, sigui on sigui, deu estar pensant que potser no li calia un homenatge. Però amb aquell somriure sorneguer i el seu tarannà de pagès segur que deu estar si més no satisfet dels resultats obtinguts. Ben segur que sap com el trobem a faltar i com admirem la seva capacitat de treball i d'anàlisi, els seus comentaris, la seva generositat. En definitiva, la seva amistat.

EL COMERÇ I EL CONSUM DEL VI A LA CATALUNYA NORD-OCCIDENTAL: LA CONCA DE TREMP, PROVEÏDORA DEL PIRINEU

Xavier Tarraubella i Mirabet

Museu d'Història de Barcelona

Laureà Pagarolas i Sabaté

Historiador i arxiver

Resum: La Conca de Tremp ha estat un territori associat secularment a la vinya i al vi. Introduït pels romans, fou a partir de mitjan segle XVII i en el XVIII que es produí la intensificació progressiva d'aquest conreu. El seu moment àlgid tingué lloc en el segle XIX, fins que l'arribada tardana de la fil·loxera el 1900 destruï la vinya i feu trontollar l'estructura econòmica de la zona. Aquest treball incideix en el comerç i el consum del vi a la Catalunya nord-occidental, aspecte fonamental perquè durant molts segles la Conca de Tremp actuà com a proveïdora de vi del Pirineu. La seva configuració geogràfica li conferia una situació molt favorable per a la producció vitivinícola destinada als territoris de muntanya del Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, la Ribagorça i la Vall d'Aran, però també la Cerdanya o Andorra, que eren el seu mercat natural.

Paraules clau: Vinya, vi, comerç, Conca de Tremp, Pirineu

Resumen: La Conca de Tremp ha sido un territorio secularmente asociado a la viña y al vino. Introducido por los romanos, fue desde mediados del siglo xvii y en el xviii cuando se produjo la intensificación progresiva de este cultivo. Su momento álgido tuvo lugar en el siglo xix, hasta que la llegada tardía de la filoxera en 1900 destruyó la viña e hizo tambalear la estructura económica de la zona. Este trabajo incide en el comercio y el consumo del vino en la Cataluña noroccidental, aspecto fundamental porque durante muchos siglos la Conca actuó como proveedora de vino del Pirineo. Su configuración geográfica le confería una situación muy favorable para la producción vitivinícola destinada a los territorios de montaña del Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, la Ribagorça y el Valle de Arán, pero también a la Cerdaña o Andorra, que eran su mercado natural.

Palabras clave: Viña, vino, comercio, Conca de Tremp, Pirineo

Abstract: The region of Conca de Tremp has been associated for centuries with vineyards and wine. Introduced by the Romans, the cultivation of vineyards has gradually started to intensify in the middle of the 17th century and in the 18th century and reached its heyday in the 19th century, until the arrival of the phylloxera plague in 1900, which destroyed the vineyards and shook the economic structure of the area. This study presents the trade and consumption of wine in northwestern Catalonia, a fundamental aspect because for many centuries the region of Conca de Tremp was the main supplier of wine in the Pyrenees. Its geographical configuration meant that its wine was consumed in the mountain territories of Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Ribagorça and Vall d'Aran, and in particular in its traditional markets of Cerdanya and Andorra.

Keywords: Vineyards, wine, trade, Conca de Tremp, Pyrenees

1. Introducció: la Conca de Tremp, terra de vinya i vi

Encara que actualment no sigui un territori de referència en l'imaginari vitivinícola del país, la Conca de Tremp ha estat un espai associat secularment a la vinya i al vi. Per la seva climatologia, orografia i geomorfologia, els conreus de la vinya, l'olivera i els cereals hi han conviscut amb equilibri en el decurs dels segles. Però el de la vinya, per un seguit de raons, ha tingut unes característiques específiques que l'han convertit en un conreu rellevant i amb incidència especial en l'economia, la societat i la cultura d'aquest territori en el transcurs del temps. La presència, encara avui, de cellers i cups a les cases de molts pobles de la zona constitueix un testimoni inqüestionable d'aquest fenomen.³⁸

Per situar-nos, recordem que la Conca es troba emplaçada al bell mig de la comarca del Pallars Jussà, al vèrtex nord-occidental de Catalunya (Mapa 1). Té una forma sensiblement quadrada, amb uns vint-i-cinc quilòmetres de costat, i, per això, l'escriptor Joan Obiols l'assimilava metafòricament a una ampolla de licor de festa tomada de bat al sol.³⁹ Presenta tres nuclis principals de població -la Pobla de Segur, Tremp i Isona-, que obeeixen a àmbits de mercat d'abast superior al local i que, alhora, configuren tres sectors bastant diferenciats: respectivament, la Conca de Dalt, la Conca Deçà i la Conca Dellà.

Geogràficament, esdevé un territori molt ben delimitat, emmarcat del tot en el Prepirineu. Al nord, el tanquen les serres de Peracalç i Boumort, amb els congostos d'Erinyà i Collegats, que actuen de veritables portes del Pirineu. Al sud, la serralada del Montsec, amb el congost de Terradets, que la separen de les planes i les valls de la Noguera. A llevant, les serres de Bòixols i Comiols, que la connecten amb l'Alt Urgell i la Catalunya central. I, a ponent, les de Lleràs i Montllobar, que fan de límit amb l'Aragó. L'eix articulador d'aquest territori l'ha constituït de sempre el riu Noguera Pallaresa, que ha esdevingut històricament l'artèria vertebradora de la vida, no només de la Conca, sinó de les dues comarques pallareses.

³⁸ El context històric del conreu de la vinya a la Conca de Tremp el trobareu a l'obra dels mateixos autors que signen aquest treball: X. TARRAUBELLA i L. PAGAROLAS (2017).

³⁹ OBIOLS (2000), p. 89.

Mapa 1. La Conca de Tremp i la seva situació a Catalunya



Font: Elaboració pròpia.

Els conreus tradicionals de la Conca han estat els típics de la seva àrea climàtica: cereals de diversos tipus, vinya i olivera, combinats en menor mesura amb arbres fruiters, llegums i hortalisses. La ramaderia hi tenia un paper secundari, d'igual manera que l'activitat manufacturera era un altre dels complements econòmics, amb petites indústries de transformació dels productes propis de la terra. Aquest sistema anà estructurant un tipus d'economia basada en l'explotació dels recursos locals i en els intercanvis de productes entre les dues àrees geogràfiques del territori, la Conca i les valls de muntanya de l'alt Pallars i la Ribagorça.⁴⁰

Així, durant segles, la figura del traginer constituí un element fonamental del paisatge de la zona. Amb els seus animals de càrrega, facilitaven a la muntanya els productes de consum excedentaris de la Conca, especialment vi i oli, o altres de procedència més llunyana, com ara salaons, arròs, seda, cotó o quincalla. Per la seva banda, la muntanya proporcionava a la Conca fusta, ferro, cànem, llana, pells i animals de treball. Aquest sistema de complementarietat econòmica definí un model d'organització social que arribà pràcticament fins a l'inici del segle xx.⁴¹

40 El Pallars Jussà. Estructura socio-econòmica i territorial del Pallars Jussà i de l'Alta Ribagorça (1981). Barcelona: Caixa d'Estalvis de Catalunya.

41 FARRÀS (2005), p. 121-144.

En aquest treball, dedicat al record de l'enyorat Francesc Valls, volem incidir en el fet, no prou conegut ni explicat, que la Conca de Tremp ha estat secularment un territori de vinya i de vi. Amb un pes remarcable en els segles altmedievals, fou tanmateix a partir de mitjan segle XVII que es produí la intensificació progressiva d'aquest conreu a la zona. I el moment àlgid de producció tingué lloc en el segle XIX, entre 1860 i 1890, fins que l'arribada tardana de la fil·loxera, vers el 1900, no només destruí la vinya sinó que feu trontollar l'estructura econòmica de la zona.

Dins aquest context, volem aprofundir en l'aspecte concret del comerç i el consum del vi en el territori de la Catalunya nord-occidental. Creiem que és un aspecte fonamental, perquè durant molts segles la Conca actuà com a veritable celler del Pirineu. La seva configuració geogràfica li conferia una situació molt favorable per conrear i proveir la muntanya de determinats productes que a aquesta li eren difícils d'obtenir, com ara el vi, alhora que en limitava la comercialització cap a altres zones de Catalunya o de l'exterior.

De fet, el mercat natural de la Conca eren els territoris de muntanya de les valls de Capdella i de Manyanet al Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, la Ribagorça i la Vall d'Aran, però també la Cerdanya o Andorra. Així, durant molts segles, les relacions comercials conca-muntanya s'establiren al voltant del vi i de l'oli com a productes bàsics. La figura dels traginers, amb els animals carregats de bots transportant vi cap a la muntanya, és una de les imatges tradicionals associada al comerç del vi de la Conca de Tremp. A més, cal tenir en compte que, fins ben entrat el segle XX, aquest transport s'havia de fer a bast, per camins de ferradura, davant la inexistència de camins carreters o rutes aptes per a rodes.

2. La manca de vies de comunicació: un aïllament secular

Ja hem dit que les característiques i la configuració geogràfica de la Conca de Tremp, una avançada mediterrània en el context de les terres del Pirineu, li conferien una situació molt favorable per conrear i proveir la muntanya de determinats productes que a aquesta li eren difícils d'obtenir. D'altra banda, també és cert que aquesta mateixa configuració i les barreres geogràfiques existents dificultaven les comunicacions, encarien el transport i limitaven la venda d'aquests productes cap a altres zones de Catalunya o de l'exterior.

És evident que les vies de comunicació són un factor clau que condiciona les possibilitats de comercialització dels productes d'un territori. I aquesta ha estat una de les principals mancances de la Conca de Tremp al llarg del temps i el que ha provocat moltes de les reivindicacions de la població. En aquest sentit, cal tenir en compte que la primera -i, durant moltes dècades, única- via de comunicació moderna apta per a

vehicles rodats que unia la Conca amb els mercats interiors de Catalunya, la carretera d'Artesa de Segre a Tremp, no es completà fins a la tardana data de 1880.

Igualment, la carretera no arribà a Sort fins a 1908 i a Esterrí d'Àneu fins a 1919; la de la Pobla de Segur a Capdella no s'obrí fins a 1912; la de Balaguer a Tremp per Terradets no s'acabà fins al mateix 1912; la de Senterada al Pont de Suert no restà oberta del tot fins a 1933, o les que comuniquen la Conca amb l'Alt Urgell pel Coll de Nargó i amb l'Aragó pel Pont de Muntanyana no es completaren fins després de la Guerra Civil espanyola de 1936-1939. Per tant, fins entrat el segle xx, gairebé totes les vies de comunicació de la Conca de Tremp amb l'exterior eren camins de ferradura, és a dir, aptes només per a la circulació a peu i amb cavalleries, sense que hi tinguessin cabuda els carros. Uns camins que, a més, eren «malos y muy descuidados», segons deia Pasqual Madoz, a mitjan segle XIX, en el seu reconegut *Diccionario*.⁴²

Sortosament, per identificar aquests eixos viaris, que ja estaven plenament articulats a l'època altmedieval (segles X-XI) i que, en gran part, eren hereus de les infraestructures creades si més no durant el procés de colonització del territori a l'època romana, existeix un ben documentat treball de Jacinto Bonales i Miquel Bailac sobre els camins històrics del Pallars Jussà (Mapa 2).⁴³ Segons aquests autors, els camins principals del territori objecte d'estudi eren els següents:

1. El *camí general de Pallars*, que connectava els dos Pallars amb les planes de l'Urgell i, d'aquí, amb Barcelona, el Camp de Tarragona i el pla de Lleida. Cap al nord i des de Sort, també permetia la comunicació de la Conca amb la Vall d'Aran i amb França.⁴⁴
2. El *camí de Tremp a Barcelona*, que esdevenia l'accés més directe de la comarca amb la capital catalana, a través del port de Comiols.⁴⁵
3. El *camí general d'Urgell*, que era el camí principal que comunicava la Conca amb el pla de Lleida, pel coll d'Ares, al Montsec, abans del segle xx.⁴⁶
4. El *camí dels Terradets*, que comunicava la Conca amb la Noguera seguint el curs del riu Noguera Pallaresa pel congost de Terradets.⁴⁷

42 MADOZ (1985), v. II, p. 447.

43 BONALES i BAILAC (2015).

44 Entrava a la Conca per Collegats i, després de passar per la Pobla de Segur, Orcau, Figuerola d'Orcau, la Ferreria (Sant Salvador de Toló) i Hostal Roig, en sortia pel Pas Nou per connectar amb Vilanova de Meià i Artesa de Segre.

45 Després de sortir de Tremp i travessar la Noguera Pallaresa, passava per Vilamitjana, Figuerola d'Orcau, Conques i l'Hostal de Balasch (al terme de Benavent).

46 Sortia de Tremp i passava pels termes de Palau de Noguera, Puigercós, Vilamolot, el Meüll, Castellnou de Montsec i Sant Esteve de la Sarga, abans de travessar la serra del Montsec pel Coll d'Ares i dirigir-se cap a Àger i Balaguer.

47 Sortia de Tremp, passava per Palau de Noguera, Puigercós, Guàrdia i Cellers, i entrava a la Noguera pel congost de Terradets. Tot i tractar-se d'una via més directa que el camí general d'Urgell per anar cap al sud, no era la més utilitzada

5. El *camí de la Muntanya Xica*, que era la via principal de comunicació de la Conca amb la Vall Fosca, el Pont de Suert i la Vall de Boí, amb la bifurcació lògica a partir de Senterada: cap a Capdella, a la dreta, o cap a Pont de Suert, a l'esquerra.⁴⁸
6. El *camí d'Organyà* o *de la Seu d'Urgell*, que era la via més directa per passar de la Conca a l'Alt Urgell, tot i que la més utilitzada era la del Port del Cantó, al Pallars Sobirà.⁴⁹
7. El *camí d'Areny*, una població molt dinàmica, situada a la Ribagorça aragonesa i que tenia forts lligams de tot tipus amb el Pallars Jussà.⁵⁰
8. El *camí d'anar a Aragó*, nom que rebia el camí reial de ferradura que, sortint de Tremp per l'actual carrer d'Aragó i passant per Fígols, portava al Pont de Muntanyana pel coll de Montllobar.⁵¹

per al comerç, a causa de l'estat deficient que presentava i, especialment, de les dificultats de pas per a les cavalleries en el tram de l'estret i perillós congost de Terradets.

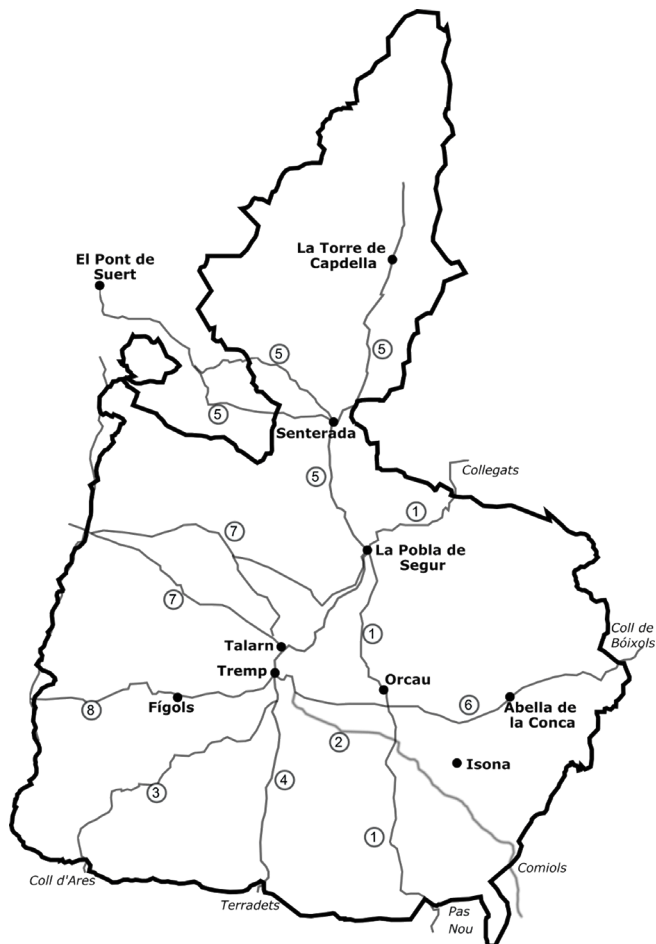
48 Passava per Tremp, Talarn, Salàs, la Pobla de Segur i Senterada. Aquí es bifurcava en dos ramals: d'una banda, el de la Vall Fosca, passant per la Pobleta de Bellvé, la Plana i la Torre de Capdella, abans d'arribar a Capdella, i, de l'altra, el del Pont de Suert per Sarroca, el qual, passant per Sarroca de Bellera i pels ports de Perves i de Viu de Llevata, permetia arribar a la capital de l'Alta Ribagorça. El camí de Senterada al Pont de Suert tenia una ruta alternativa, una decrera molt freqüentada a l'estiu, que passava per Naens, Cadolla, Pinyana, Corroncui i la Beguda d'Adons fins a enllaçar amb la principal a Viu de Llevata.

49 Partia del camí reial de Barcelona, a l'indret dels Nerets (prop de Tremp), i passava pels termes de Vilamitjana, Suterranya, Orcau, Figuerola d'Orcau, Basturs, Sant Romà, Abella de la Conca i Bóixols, abans d'arribar a Organyà.

50 De fet, eren dos els camins principals que històricament l'unien amb la Conca. El primer, que ja al segle XVII quedà relegat a via secundària, sortia de Talarn, passava per Santa Engràcia i, després d'unir-se al que venia de la Pobla de Segur i Salàs, saltava la serra Mitjana i passava per Sapeira i Orrit abans d'arribar a Areny. El segon, conegut també com a camí d'Esplugafreda, enllaçava Talarn i Areny sense passar per cap població al llarg del seu recorregut, creuant la serra de Gurp sota el Tossal de Codó i travessant la Noguera Ribagorçana pel Pont d'Orrit.

51 Era un camí molt transitat, perquè enllaçava la Conca amb Benavarri i les terres interiors de l'Aragó, d'on la comarca es proveïa dels cereals que li mancaven.

Mapa 2. Traçat dels eixos viaris històrics que travessaven la Conca de Tremp



Font: Elaboració pròpia a partir de Bonales i Bailac (2015).

Les deficientes vies de comunicació foren una causa fonamental perquè l'especialització vitivinícola de la Conca, durant el segle XIX, no actués de manera tan positiva com a les altres comarques productores catalanes, en dificultar l'accés a l'ampli mercat format per les grans poblacions de la Catalunya interior i litoral i per les colònies americanes. A més, això provocà que no es pogués aprofitar amb major intensitat d'un fet conjuntural, però rellevant, com fou la destrucció de la vinya francesa per la fil·loxera, a partir de 1863, i de ser la darrera comarca catalana on arribà la plaga. Tot plegat limità l'acumulació de capitals en un període d'expansió, i el cert és que això feu encara més difícil afrontar i superar la destrucció de la vinya per la fil·loxera a partir de 1900.

En la premsa comarcal de l'època, trobem referències constants a les limitacions que ocasionaven les deficients vies de comunicació existents. Citem com a exemple el fragment d'un article publicat en un setmanari local el novembre de 1892:

La Conca no tiene mercado seguro de extracción para sus productos vinícolas. Como único punto de consumo tenemos la vertiente del Pallás y el Valle de Arán, y uno y otro terreno, una y otra comarca son desgraciadamente pobres... Por ello, comprendiéndolo así, se echan tan de menos las vías de comunicación que, abaratando el transporte aumente con la baratura de la vía el consumo de la mercancía y la extracción del caldo.⁵²

Durant els primers anys del segle xx, una de les carreteres més reclamades per superar la crisi agrícola ocasionada per la fil·loxera fou la que havia de facilitar les comunicacions amb l'Alt Urgell i Andorra per Organyà. La premsa local també es feia ressò sovint d'aquesta demanda, com es pot veure en aquests dos fragments d'articles publicats en un setmanari trempolí:

Alguna via, con todo, podría representar alg más: la de la Conca á Orgañá sería de resultados inmediatos, pues pondría en comunicación la ribera del Noguera con la del Segre; y, hoy por hoy, la extracción de los famosos vinos de la Conca hácia la ribera del Segre y Andorra podría de ser de resultados inmediatos, por la bondad de nuestros caldos y la necesidad de ellos en la otra ribera.⁵³

La carretera [d'Organyà] donchs que'ns es la única que pot remediar nostre malestar, porque ames de obrirnos un nou mercat pèl vi y oli sobrant del pais, mos facilite la exportació d'alguns géneros com es l'ametlla que comense á cullirse en alguns termes.⁵⁴

En l'informe de l'inspector d'emigració que el 1911 visità la Conca de Tremp, davant la situació de crisi demogràfica i econòmica extrema que aleshores patia la zona, la mesura més rellevant que es proposava per fer-hi front era, precisament, la construcció d'aquesta carretera d'Isona a Organyà. I es remarcava que la seva realització permetria la creació de nombrosos llocs de treball, però sobretot animaria al repoblament de les vinyes amb ceps americans, en disposar d'una nova via per arribar en condicions a nous mercats.⁵⁵

Tanmateix, l'interès en la seva obertura per facilitar el comerç del vi de la Conca venia de lluny. Com indiquen Bonales i Bailac, recollint informació de les respostes al qüestionari de Francisco de Zamora, ja el 1790 s'havia demanat per primer cop

⁵² *El Eco del Pallás*, 6 de novembre de 1892.

⁵³ *La Atalaya Leridana*, 9 de desembre de 1909.

⁵⁴ *La Atalaya Leridana*, 3 de febrer de 1910.

⁵⁵ Arxiu Comarcal del Pallars Jussà (ACPJ), fons Ajuntament de Tremp, sèrie Demografia, *Tremp: visita del inspector de emigración*.

convertir el camí de la Conca a Organyà en una via apta per a la circulació rodada. La petició es justificava afirmant que amb aquesta via la Conca «despacharía mucha parte de sus vinos para la Cerdaña, pues aunque ya envía algunos son muy pocos por lo subido de los portes».⁵⁶

Tots aquests factors, com apuntava l'historiador Jacinto Bonales han actuat com un aranzel natural, que ha gravat el comerç dels productes.⁵⁷ Tanmateix, també es podria pensar que aquest aïllament esdevingué un element de protecció del comerç interior davant una possible competència externa.

3. Els antecedents: el comerç del vi a l'època medieval

La vinya, introduïda al territori de la Conca de Tremp pels romans, passà d'un període de clara expansió a l'alta edat mitjana a una certa estabilització en els segles XII i XIII, per causa segurament d'haver-se aconseguit ja una producció estable i suficient, i també que s'haguessin obert noves vies de comerç envers les terres del sud, conquerides aleshores pels cristians. I, després d'un impuls només efímer a la primera meitat del segle XIV per l'augment de la demanda, el conreu de la vinya perdé força arran de la Pesta Negra de 1348. Tanmateix, malgrat que la vinya mantingué un alt valor comercial, la pesta provocà uns efectes demogràfics devastadors i generà una crisi social i econòmica prou coneguda.

Pel que fa al seu comerç, la referència documental més antiga localitzada, relativa a la comercialització del vi a la Conca, la trobem al segle XIII, en la carta de franquícia als veïns i pobladors de la Pobla de Segur, atorgada pel vescomte de Vilamur el 17 de gener de 1268. En un dels apartats d'aquest document, que pertany a l'arxiu ducal de Medinaceli i ha estat editat per la professora Pilar Ostos, s'organitzen i es regulen diferents aspectes de la vida dels habitants d'aquesta població, com ara les mesures o les parts corresponents al senyor, i especialment el de la venda de vi. Així, s'hi pot llegir:

Qui tindrà falsa mesura de vendre vi que perda tot lo vi del canó amunt, e que-l vi sia donat al senyor. Ítem, tot vi que entrarà en la villa / per bocha d'ordres, axí que-l dit vi sia de hom vehí com d'altre lloch, sia dat aquell vi menx un vexel. E si lo hom serà strany qui lo vi vendrà, que-n do al senyor de X sestés, una canada, les meaylles menx del millor que-s vendrà en la villa. / Ítem, que tot vi que hom strany <vindrà> en la villa, que-l age a dar les meaylles menx e no pach al senyor meurage.⁵⁸

En un document d'unes dècades més tard, datat el 1345, ja trobem notícia, tot i que indirectament, del comerç del vi de la Conca amb les terres de muntanya, així

⁵⁶ BONALES i BAILAC (2015), p. 214.

⁵⁷ BONALES (1999), p. 101-115.

⁵⁸ OSTOS (1981), doc. 30-B, p. 357-360 (transcripció regularitzada pels autors).

com referències a la seva elevada qualitat. Es tracta d'un text de l'Arxiu Capitular de Barcelona, de la secció de marmessories de la Pia Almoïna, transcrit i gentilment cedit per l'historiador i arxiver pallarès Jesús Sánchez. Conté una interessant relació de les despeses i pagaments fets pel comte i la comtessa de Pallars -Ramon Roger II i Sibila de Cardona- al seu castell de València d'Àneu i a d'altres indrets.⁵⁹

De la seva lectura es dedueix que, malgrat que es produís vi propi al Pallars Sobirà, ben sovint, quan acudia algun convidat al castell de València d'Àneu, sempre se li donava el vi que tenien «atesserat» a les botes del castell. Aquest vi, de major graduació i qualitat que el propi «vi de casa», no tan preuat i que amb preferència es donava als treballadors, segurament era provinent de la Conca. I això amb més raó quan sabem que la comtessa residia i feia estada a Salàs de Pallars, vila de la Conca productora tradicional de vi, i que hi havia un tràfic molt acusat de mercaderies entre aquesta població i la muntanya. Aquest interessant document de 1345 ens aporta també la primera informació sobre el preu del vi al Pallars. Així, el preu pagat per una canada -poc més d'11 litres- de vi era de 12 diners; el d'un quarter era de la meitat, és a dir, 6 diners, i el d'un sester -uns 38 litres- era de 2 sous. Entre molts altres exemples, anotem els tres següents:

62. Dimecres après stigeren los dits en Pucerver e en Bort de Mataplana, per tot dia, en lo dit castell, e despeneren del pa e de la carn salada del castell. E compre, ops dels dits en Pucerver e en Bort, per ço com de bo no n'ich avie en a mà, una canada de vi, que costà, per tot dia: XII diners.⁶⁰

84. Diluns, après dinaren-se los ditz en Pucerver e en Bort en lo dit castel, e despereren I quarter de vi. Costà VI diners. E deu-me'n pagar en Pucerver la meitat. E axí romà: VI diners.⁶¹

150. Ítem, dia de Nadal, compre, a obs de la compaya del castel de València e de madona Sancta Maria d'Àneu, II sters de vi de taverna, per ço com no n'ich avie de bo en a mà. E costà: IIII sous.⁶²

4. El comerç del vi a l'edat moderna, segles XVI-XVIII

Sens cap dubte, l'època moderna suposà una intensificació progressiva del conreu de la vinya a la Conca, seguint el mateix model expansiu general del país. Així, si durant el segle XVI la qüestió primordial del món agrari fou la producció suficient de blats per nodrir una població en període de creixement, en el XVII la vinya s'expandí pel

⁵⁹ Arxiu Capitular de Barcelona (ACB), Marmessories de la Pia Almoïna, Comte i comtessa de Pallars, 1345-1350.

⁶⁰ ACB, Marmessories de la Pia Almoïna..., f. 3v.

⁶¹ ACB, Marmessories de la Pia Almoïna..., f. 4r.

⁶² ACB, Marmessories de la Pia Almoïna..., f. 6v.

manteniment del seu preu i el major valor qualitatiu de la seva comercialització. I en el XVIII, la vinya, juntament amb l'olivera, cada cop tingué un major pes en la distribució dels conreus. Els preus favorables del vi, l'increment de la demanda local per l'augment demogràfic i la producció de derivats com l'aiguardent, d'una alta rendibilitat, possibilitaren un augment dels ingressos, una acumulació de capitals i una millora de les condicions de vida dels pagesos.⁶³

Cal notar que aquesta expansió fou especialment notòria a la Conca de Tremp a partir de mitjan segle XVII i durant el XVIII, i s'evidencià en dos fets clars: la plantació de noves vinyes sobre antigues terres campes i la intensificació d'aquest conreu a les vinyes ja existents, mitjançant la intercalació de nous rengles de ceps entre els vells. Al cap i a la fi, aquest fenomen expansiu comportà la notable especialització d'algunes poblacions del territori en la producció de vi. Així ho palesen tant els estudis publicats com les fonts documentals conservades: les fiscals, concretament els cadastres, conservats majorment a l'Arxiu Històric de Lleida; la rica sèrie de capbreus de la comanda hospitalera de Susterris, al terme de Talarn, conservada a l'Arxiu de la Corona d'Aragó; els diaris dels viatgers il·lustrats que recorrien el principat de Catalunya al final del segle XVIII, com ara Francisco de Zamora i Arthur Young, o les respostes que, al voltant de 1789-1790, es donaren al ben conegut qüestionari de Francisco de Zamora, conservades a l'Archivo Histórico Nacional (Madrid), algunes editades i altres encara inèdites.

En el terreny concret que ens ocupa del comerç, la primera referència explícita a la funció de la Conca com a celler proveïdor dels territoris de muntanya indicats l'hem trobat en un document força singular, de 1521. Es tracta de l'escriptura de fundació de l'Hospital de pobres de Tremp per part del canonge trempolí Jaume Fiella, en què destacava la riquesa de la Conca quant a producció agrícola i feia un esment específic del vi:

assentada e situada dita vila en la conca de Orcau, territori e comarca molt trempada e fructífera, amb compliment de pans e vins de totes sorts, e no solament per la provisió dels habitants en aquella, mes per provehir les montanyes veïnes de Pallars.⁶⁴

Amb aquesta simple anotació, evidentment afalagadora, el canonge Jaume Fiella, que el 1514 havia assolit el càrrec de diputat eclesiàstic del General de Catalunya, palesava, ja en els primers decennis de l'edat moderna, un doble fet: tant la producció notable de vi a la Conca com també la seva tradicional i secular comercialització envers les poblacions de muntanya més septentrionals.

63 *Estudi paleopaisatgístic de les Conques de Tremp. Dellà i el Montsec des d'època medieval fins avui* (2001). Memòria inèdita de la investigació realitzada per a l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya.

64 Arxiu Històric de Protocols de Barcelona (AHPB), Joan Vilana, 257/56, 3 de setembre de 1521.

De la segona meitat del mateix segle XVI anotem una altra referència en relació amb aquest comerç del vi entre la Conca i la zona de muntanya. Una referència que, d'altra banda, resulta representativa i ens il·lustra molt bé sobre l'enorme riquesa que ens pot oferir el buidatge sistemàtic de les sèries de documentació notarial, malauradament no tan abundants en el cas del Pallars com desitjaríem i menys encara si les comparem amb altres territoris del país.

El 1587, Joan Amill, del lloc d'Escaló, a la Vall d'Àneu (Pallars Sobirà), signava un debitori, és a dir, confessava deure i voler pagar al donzell Miquel Joan Palau, doctor en medicina, natural de la vila de Tremp i habitant de Conques, la quantitat força notable de 70,50 lliures barceloneses, per raó de cent vint sesters de vi que li havia comprat i que eren a casa del pubill Besturs. En aquest cas, el preu del sester de vi era d'11 sous i 9 diners. L'atorgant, Joan Amill, prometia començar a emportar-se el vi el darrer dia de juny i continuar el transport fins que s'acabés, i es comprometia a pagar-lo en dos terminis, la meitat el mes de juliol i l'altra meitat per la festa de Tots Sants.⁶⁵

Unes dècades després, el 1628, el jutge del marquesat de Pallars ens ofereix un nou testimoni de la rellevància que ja tenia el comerç del vi de la Conca cap a la muntanya. En un manuscrit de l'arxiu ducal de Medinaceli editat el 2001, Onofre Timbau descriu els diferents quarters que composaven aleshores el marquesat, amb les dades de població, jurisdicció i rendes. En la descripció que fa del quarter de Salàs de Pallars, un dels pocs territoris del marquesat a la Conca de Tremp, remarca la venda de vi d'aquesta zona a la muntanya i indica que reportava uns ingressos anuals de més de 25.000 ducats. I, en un altre moment, afegeix que la vila de Salàs obtenia la notable quantitat de més de 15.000 escuts anuals de la comercialització amb la gent de muntanya dels excedents de la seva producció de cereals, vi, oli i llegums.⁶⁶

En aquesta línia, a la segona meitat del segle XVII, la construcció d'un nou traçat del camí general del Pallars al seu pas pel congost de Collegats sembla que s'ha de relacionar amb l'auge comercial de la vila de la Pobla de Segur i la decadència de la viticultura a les valls pirinenques, fets que portaren a una intensificació del proveïment de vi procedent de la Conca.

I és de 1644 que disposem d'una nova referència sobre el preu del vi a la zona. En el llibre de memòries de Josep Sullà de Sapeira, membre d'aquesta nissaga integrant de la petita noblesa rural pallaresa i possessors d'importants dominis al territori, l'autor

⁶⁵ SANTAMARIA (2015), p. 22.

⁶⁶ *Descripció del marquesat de Pallars i del vescomtat de Vilamur per Onofre Timbau (1628)* (2001). Lleida: Arxiu Històric Comarcal de Sort; Pagès editors, p. 145-146.

relacionava els béns que aquell any «me han pres los castellans en Sapeyra» i, entre ells, esmentava «60 sesters de vi, a 2 lliures lo sester».⁶⁷

L'intens flux comercial entre la Conca i la muntanya ja estava ben articulat a la segona meitat del segle XVIII. Així ho posa de manifest una protesta de tota la muntanya de 1778. Aquell any, un total de dotze pobles de la Conca de Tremp demanaven l'obertura d'una carretera entre Artesa de Segre, a la Noguera, i la Pobla de Segur. La muntanya s'hi va oposar clarament, ja que temia que l'obertura d'aquesta carretera afavoriria el comerç dels productes de la Conca cap al sud. Això aniria en contra dels seus interessos, perquè necessita «de todos los frutos de vino, aceite y otros que produzca sobrantes la Conca de Tremp... y que si dichos productos tuviesen que ir a buscarlos en otras partes, les sería carísimo y la ruina del país».⁶⁸

Jacinto Bonales, en la seva tesi doctoral, afirma que en els segles XVIII i XIX no es pot parlar encara de l'existència d'una societat de mercat a la zona, però sí d'una societat amb mercat. La lenta difusió del capitalisme en tot el marc regional hauria incidit al Pirineu, articulant les diferents realitats comarcals. Aquest autor defensa -en una opinió que creiem que cal acompanyar de matisos- que, al Prepirineu i al Pirineu lleidatà, en cap cas no es pot parlar d'autarquia i aïllament, perquè existia un mercat consolidat i ben estructurat.⁶⁹

Centrant-nos específicament en el vi, bona part dels centenars d'elaboradors de la Conca comercialitzaven la seva producció un cop satisfetes les necessitats d'autoconsum. En funció de la quantitat de vi disponible per vendre, el mercat de cada productor era més o menys ampli i llunyà. Els petits productors venien l'excedent en el mercat més proper, a altres famílies de la mateixa població o dels pobles veïns, mentre que els productors més grans eren els que abastien les zones de muntanya, ja fos venent-lo ells directament o mitjançant els traginers i comerciants especialitzats.

En les respostes a l'interrogatori de Francisco de Zamora, fetes per nombroses poblacions de la Conca a final del segle XVIII, la referència a la comercialització de l'excedent de vi i a la figura dels traginers anant casa per casa era constant. En són exemples Basturs, Eroles, Gavet, Orcau, Palau de Noguera, la Pobla de Segur, Sant Joan de Vinyafrescal, Sant Martí de Canals, Sant Serni, Torallola o Vilamitjana. I en alguns casos s'indicava que el destí no eren només els pobles del Pallars Sobirà, la Ribagorça o la Vall d'Aran, sinó també Andorra i la Cerdanya. I al qüestionari general del corregiment de Talarn, a la pregunta 148 sobre l'abastiment de productes bàsics, es responia: «De vino acuden a los pueblos de la Conca, que se vende por mayor y por menor».⁷⁰

67 ACPJ, Llibre de memòries de Joseph Sullà de Sapeira, f. 14r.

68 FARRÀS (2005), p. 126.

69 BONALES (2003), p. 707-714.

70 BOIXAREU (1989), p. 65.

Aquest flux comercial del vi de la Conca durant el segle XVIII també el confirmen altres fonts de l'època, com per exemple les notaries. Jacinto Bonales, que les ha emprat abundantment en la seva tesi doctoral, cita com a exemple un contracte de parceria de 1753 d'una terra d'Antoni Faya de Tremp, en què s'havien produït 17 sesters i 2 quartes de vi, el qual «se vengué als traginers».⁷¹ I, parlant d'aquesta mateixa família, afirma que durant la dècada anterior —de 1745 a 1753—, havia comercialitzat la producció de vi en un mercat molt divers: durant sis anys l'havien venut als traginers de l'alt Pirineu, un any al taverner de Tremp, un altre a un religiós també de Tremp, i el 1745 als traginers de la Vall d'Aran, a un fabricant d'aiguardent de Tremp i a veïns de la mateixa vila.⁷²

Segons el mateix autor i reblant el que acabem de comentar, els sistemes per comercialitzar els excedents de vi en el segle XVIII eren tres. Primer, la compra de petites quantitats per part dels traginers. Després, la compra de grans quantitats pels propietaris i negociants de la Conca. I, en darrer terme, la venda directa de petites quantitats per part dels mateixos pagesos, que es desplaçaven directament als pobles de la muntanya amb la seva mula per vendre el producte, tot i que aquesta seria una pràctica molt minoritària.⁷³

Pel que fa al preu del vi, i després de les referències puntuals que hem indicat dels segles XIV al XVII, per al segle XVIII disposem ja d'algunes informacions més completes. Per exemple, en les respostes al cadastre de 1716, recollides per Josep Bertran,⁷⁴ o també en les respostes del corregiment de Talarn al qüestionari de Francisco de Zamora de 1789. En el qüestionari general del corregiment, s'indicava que el vi es venia de 24 a 60 rals la càrrega i, segons algunes respostes locals de 1790, a Palau de Noguera es pagava a 2 lliures el sester, a Sant Joan de Vinyafrescal a 8 pessetes la càrrega, en algunes poblacions de la Conca Dellà a 17 rals el sester, al mercat de Tremp a 1 lliura i 16 sous el sester o a la Pobla de Segur a 34 rals la càrrega.

5. El comerç del vi a l'època contemporània, segles XIX i XX

L'evolució del conreu de la vinya i de la producció de vi a la Conca de Tremp durant els darrers dos segles presenta, alhora, dos períodes ben diferenciats i separats per l'arribada de la fil·loxera al voltant de 1900. Així, el segle XIX és un període d'intensificació de la vinya, sobretot entre 1860 i 1890, quan es produí un increment de la superfície conreada del 150 %, amb una extensió total superior a les 7.500 ha. Mentre que el segle

71 BONALES (2003), p. 725.

72 BONALES (2003), p. 726.

73 BONALES (2003), p. 738-741.

74 BERTRAN (2014), p. 116: 12 rals la quartera a Isona i 15 rals la càrrega a Orcau i a Castelló d'Encús.

xx marcà la fi del llarg cicle d'expansió iniciat al segle xvii, alhora que la destrucció de la vinya per la fil·loxera feu trontollar l'estructura econòmica de la zona.

Malgrat tot, el cert és que, des de ben aviat després de la plaga, s'inicià a la Conca la replantació amb ceps americans i, durant la primera meitat del segle xx, fou una de les zones de les terres de Lleida que tornà a destacar per la producció i la qualitat dels vins, tal com acrediten algunes publicacions de l'època i diversos articles del setmanari comarcal *El Conquès*. I això fins que, a partir dels anys 1960, començà un procés progressiu d'abandó per esdevenir un conreu residual en els noranta.

Tanmateix, afegim encara que, després d'algunes dècades del segle xx en què el conreu de la vinya i la producció de vi van esdevenir residuals i reduïts a l'autoconsum, en els darrers anys estem assistint a un procés de recuperació d'aquest conreu i d'aquest producte. Actualment, existeixen a la Conca de Tremp diversos cellers que produeixen, embotellen i comercialitzen vi de reconeguda qualitat dins la denominació d'origen Costers del Segre, Subzona Pallars.

Aquest procés de recuperació no ha estat aliè als pronòstics dels enòlegs i dels experts, que auguren canvis importants a les zones actuals de major tradició vitivinícola com a conseqüència del canvi climàtic, com ara la necessitat d'augmentar la cota on es cultiven les vinyes, per garantir la producció de vi en condicions idònies. Aquest fet atorga a la Conca de Tremp unes característiques excel·lents per a la reintroducció del conreu de la vinya i per a la producció de vi en alçada amb unes expectatives força esperançadores.

Quant al comerç, cal dir que en el segle xix la venda del vi de la Conca a la muntanya no només continuà sinó que s'intensificà. Pascual Madoz s'hi referia de la manera següent en el seu *Diccionario*, editat a mitjan segle:

Tampoco esporta [la Conca de Tremp] otros frutos que el vino á la montaña del mismo partido y los de Sort y Viella... Los arrieros de la montaña les proveen de legumbres y centeno, llevándose de retorno vino.⁷⁵

La segona meitat del segle fou el període de major expansió del comerç del vi de la Conca, propiciat per un fort augment de la demanda, a causa de la destrucció de les vinyes europees a partir de 1863 i de les vinyes de bona part del país a partir de 1879. Durant aquests anys, els vins de la Conca es vengueren no només a les comarques de muntanya, sinó també a la resta de Catalunya i al sud de França, tot i que en quantitats reduïdes.

Jacinto Bonales cita com a exemple els llibres de duanes del pas fronterer d'Alòs d'Isil de 1854 i 1855, per on s'haurien exportat cap el país veí 5.227 roves de vi comú el primer any i 3.364 roves el segon. Segons aquest autor, en les dècades centrals del

⁷⁵ MADOZ (1985), v. II, p. 448.

segle XIX era habitual l'exportació a França de productes del Pirineu i el Prepirineu, entre ells el vi.⁷⁶ Josep Bertran també afirma, en el seu treball sobre la Conca de Tremp al segle XIX, que entre 1878 i 1891 hi hagué una gran demanda de vins des de França.⁷⁷

En aquest context d'expansió dels vins de la Conca més enllà dels mercats habituals i tradicionals, hi hem de situar també la participació d'alguns productors en exposicions i fires agrícoles. Serveixi d'exemple el cas paradigmàtic de l'Exposició d'Agricultura celebrada a Madrid el 1857, la primera d'aquestes característiques que es feia a l'Estat, en la qual participaren diversos elaboradors de la Conca: Joaquim Maria de Sullà, de Tremp, amb vi «clarete»; Jaume Sala, de Llimiana, amb vi moscatell; Josep Cirera, de Tremp, amb aiguardent; Josep Mestres, d'Orcau, amb vi negre, i Ramon Esteve, de Guàrdia, també amb vi negre. O també l'Exposició Universal de Barcelona de 1888 o la de París de 1895.

En relació amb el comerç cap a la resta de Catalunya, tenim també el testimoni que ens ha deixat l'historiador lleidatà Josep Pleyan de Porta en una obra editada el 1885. Es tracta d'una guia de les comarques que havia de travessar el projectat ferrocarril entre Lleida i la frontera francesa. Referint-se a Tremp, hi diu:

Su industria bastante notable en otros tiempos es todavía importante, y uno de los principales ramos de su comercio es el vino, que exporta á diversos puntos por la carretera á Cervera, ferro-carril de Barcelona y puerto de Tarragona.⁷⁸

Aquesta referència explícita a l'arribada dels vins de la Conca al port de Tarragona seria la indicació d'una nova etapa d'exportació cap al mercat americà durant el darrer terç del segle XIX, com ja havia succeït un segle abans amb l'aiguardent, tal com després comentarem. Aquest és, sens dubte, un aspecte sobre el qual valdria la pena aprofundir amb nous estudis.

A més, algunes informacions aparegudes en la premsa comarcal d'aquells anys confirmen aquesta nova ampliació del mercat. Serveixi d'exemple el que deia un setmanari editat a Tremp:

Yá vemos carros que serpenteando la cuesta de Comiols llevan el vino á la parte baja, llega al Urgel, descende á las playas del Mediterráneo y llega á embarcarse para Francia ó para las posesiones de Ultramar.⁷⁹

Un altre setmanari comarcal de l'època també ens deixa testimoni, encara que sigui de manera indirecta, de l'existència temporal d'aquest mercat del vi de la Conca més enllà de les comarques de muntanya:

76 BONALES (2003), p. 775 i Apèndix 82.

77 BERTRAN (2007), p. 95.

78 PLEYAN DE PORTA (1885), p. 53.

79 *El Pallaresa*, 10 de febrer de 1884.

Nos hicimos la ilusión, cuando nuestros vinos se llevaban á la nación francesa, de que aquella extracción hacia la parte baja seria una inagotable fuente de riqueza para todo este país. Por culpa quizá de los de dentro de casa... y tambien por la poca comodidad de nuestras vias comunicativas, la extracción se paralizó casi en absoluto... Tuvimos que volver nuestra vista á los paises montañoses si queríamos encontrar consumo para nuestros vinos. La extracción en ruedas desaparecia por momentos, y hubo que retroceder á la antigua arriería.⁸⁰

Per tant, podem concloure que, malgrat les limitacions imposades per les deficients vies de comunicació, la inauguració de la carretera d'Artesa a Tremp el 1880 facilità un nou cicle comercial, tot i que de curta durada, amb l'ampliació dels mercats tradicionals cap a la Catalunya interior i litoral, França i Amèrica. Però també hem vist com la premsa de l'època es referia a les dificultats per consolidar aquests mercats, en ocasions a causa de l'actitud abusiva i la poca seriositat dels productors de la Conca a l'hora de fixar els preus. Una actitud que faria desistir els compradors provinents de la Catalunya interior i litoral i que provocaria també les queixes dels traginers que transportaven el vi de la Conca cap a la muntanya.

La rellevància del comerç del vi durant la segona meitat del segle XIX també es reflecteix en l'existència de botigues especialitzades a les principals poblacions de la Conca. Les matrícules industrials i comercials evidencien la presència d'establiments dedicats només a la venda de vi i altres derivats, amb un període àlgid entre 1870 i 1890. Per exemple, a Tremp, durant aquests anys hi hagué fins a deu establiments dedicats a la venda d'aiguardent i de vi del país. A la Pobla de Segur, es comptabilitzen fins a cinc botigues de venda d'aquests productes al major i al detall durant la dècada dels vuitanta. A Talarn, el 1872, hi havia tres botigues de venda d'aiguardent. I a Salàs, hi hagué fins a tres establiments de venda de vi i aiguardent al detall en l'últim terç del segle.⁸¹

Però la intensitat del comerç del vi durant aquests anys cada cop topà amb més dificultats a mesura que ens apropem al final de segle. La climatologia adversa, la superació dels efectes de la fil·loxera a França i a les comarques catalanes on la plaga havia arribat primer, o una continuada caiguda dels preus dels vins catalans i espanyols a partir de 1891, incidiren de manera molt negativa en el mercat del vi de la Conca durant la darrera dècada de la dinovena centúria. Un mercat que s'acabà d'ensorrar amb l'arribada de la fil·loxera en el tombant de segle.

De la recuperació de la producció en altres comarques i del seu efecte negatiu en la comercialització del vi de la Conca, també en dona testimoni la premsa local de l'època. Per exemple, un setmanari comarcal parlava de la competència dels vins del pla

⁸⁰ *El Eco del Pallás*, 11 de març de 1888.

⁸¹ ACPJ, Fons municipals de Tremp, Talarn i Salàs de Pallars. I Arxiu Municipal de la Pobla de Segur.

d'Urgell, on hi havia excés de producció, i els vins es venien a uns preus més barats que els pallaresos:

Este descenso y poca demanda del vino del pais, es debido á la invasión de nuestro mercado por los vinos de Urgel, á cuyo punto acuden directamente los carros de los pueblos próximos á la carretera, estableciendo depósitos en los que cargan el que ha de ser transportado á lomo para todos los pueblos de la Montaña.⁸²

D'altra banda, en el segle xx, a mesura que el conreu de la vinya a la Conca es recupera dels efectes de la fil·loxera, també es reprenen els mecanismes de comercialització precedents. El testimoni de Josep Castells de Vilamolart evidencia la continuïtat d'un mercat que combinava la venda directa de proximitat amb la que es feia als traginers i als grans comerciants de la zona:

De vi en collíem per a casa i per a vendre'n. Normalment, es venia a la gent del Meüll, Castellnou, Alsamora, i també venien traginers de l'alta muntanya com Masano i Gallimó d'Esterri, Cortina de la Pobla... També el comprava el Quintana, l'Oliaire i el Palmerola, de Tremp, que el revenien al Pallars Sobirà i a la Vall d'Aran...⁸³

Un altre testimoni és el de casa Casanoves de Fígols, una gran propietat de la zona que venia directament la seva producció de vi aprofitant la participació en les fires de bestiar. El propietari viatjava a les fires ramaderes de les comarques pirinenques, i aconseguia així un major preu evitant els intermediaris i estalviant-se els costos del transport, que eren assumits pels compradors. Per exemple, el 1924 va vendre a la fira del Pont de Suert bona part de la producció de vi a un comerciant de la vila que s'en-carregaria d'anar-lo a buscar a Fígols. I el 1925 la venda la concertava a la fira de Sort, en aquesta ocasió a un comerciant d'Esterri d'Àneu.⁸⁴

Jacinto Bonales conclou que l'estructura tradicional de comercialització del vi a la Conca s'estabilitzà, un cop superada la crisi provocada per la fil·loxera, fins a mitjan segle xx. A banda de les petites vendes locals, continuà la venda a l'alt Pirineu, amb el desplaçament del mateix productor o mitjançant la figura dels negociants i majoristes de Tremp o de la Pobla de Segur, que compraven el vi als productors i el distribuïen a tota la muntanya. A Tremp, segons la documentació municipal, els principals majoristes que es dedicaven a l'elaboració o a la venda de vins del país, des dels anys trenta o quaranta i durant bona part de la segona meitat del segle, eren: Francesc Prió (l'Oliaire), «Móra, Vila i Cia.», Bonifaci Parisi (casa Quintana), Jaume Perna, Rossend Capdevila, Carme Calvet i Bonaventura Palmerola.⁸⁵

⁸² *El Eco del Pallás*, 30 de desembre de 1894.

⁸³ CASTELLS (2003), p. 84.

⁸⁴ BONALES (2004).

⁸⁵ ACPJ, Fons Municipal de Tremp, Declaracions de collites i existències de vi.

A la Pobla de Segur també eren diversos els majoristes dedicats a la venda i el tragí del vi, com testimonien les matrícules industrials del municipi i explica Manel Gimeno.⁸⁶ Un dels més rellevants fou cal Cortina, una de les cases tradicionals del comerç poblatà dedicada, ja des de la segona meitat del segle XIX, al negoci del vi. Llorenç Cortina i Roca fou qui, des de començament dels anys 1940, actuà veritablement com a majorista recurrent els cellers dels diferents pobles de la Conca amb un carro molt característic, amb les inicials «LC», tirat per quatre matxos i amb una capacitat de 55 bots, uns 3.500 litres. Les poblacions on aquest negociant comprava habitualment vi eren Palau de Noguera, Puigcerçós, Llimiana, Vilamitjana, Gavet, Sant Serni, Suterranya, Figuerola d'Orcau, Orcau, Conques i Isona. I el venia a indrets com Vilaller o el Pont de Suert, entre altres.

Un altre dels majoristes importants de la Pobla de Segur fou la família Locutura, dedicada al tragí de vi, oli i altres productes cap als pobles de l'alt Pirineu durant la segona meitat del segle XIX i la primera del XX. Ja a la matrícula industrial de 1861, Aleix Locutura figura com a «arriero con dos caballos mayores». Igualment, cal esmentar Antoni Giròs i Sala, comerciant de vi de la Pobla i, alhora, exemple de com el negoci es va adaptant i modernitzant amb el pas del temps, des dels animals de tir al camió. Altres majoristes de la Pobla de Segur dedicats al comerç del vi durant el segle XX foren: Josep Tohà Badia (cal Bep), el qual, després de dedicar-se al tragí durant molts anys, obrí un magatzem de venda de vi a la carretera de Gerri, un cop acabada la Guerra Civil espanyola; Conrad Artal Turuguet, que el 1936 obrí un establiment similar al carrer de la Indústria, alhora que es dedicava a transportar vi cap a muntanya, i Antoni Tohà, Josep Raubert, Josep Solana i Josep Peiret. Aquest darrer fou qui, a mitjan segle i segons les declaracions d'existències de vi i derivats presentades a l'Ajuntament, disposava de majors quantitats de vi emmagatzemat, unes quantitats que oscil·laven entre els 4.000 i els 6.000 litres. A banda de Tremp i la Pobla de Segur, Guàrdia de Mur és una altra població pallaresa on destaca l'existència de comerciants de vi a cavall dels segles XIX i XX. L'*Anuario Riera* així ho indica i esmenta els noms de Francesc Fillat, Joaquim Lladós i Joaquim Monsó.⁸⁷

86 Arxiu Municipal de la Pobla de Segur, *Matrícules industrials i comercials*; Gimeno (1999).

87 *Anuario Riera. Guía general de Cataluña: comercio, industria, profesiones, artes y oficios, propiedad urbana, rústica y pecuaria (1896-1911)*. Barcelona: Centro de Propaganda Mercantil.

6. L'aiguardent: el comerç d'un derivat privilegiat

A la Conca de Tremp, com a la resta del país, l'expansió experimentada per l'agricultura durant el segle XVIII no es pot entendre sense el creixement produït en paral·lel també en la indústria i el comerç de productes bàsics i manufacturats. Tot i que en menor escala en comparació amb altres territoris, aquí també es donà un procés semblant amb la vinya com a element fonamental. Així, l'increment progressiu del conreu de la vinya portà associada l'aparició i el desenvolupament d'un nou sector, les fàbriques d'aiguardent.

Són diverses les fonts que confirmen la seva existència a la Conca durant els segles XVIII i XIX. Jacinto Bonales aporta abundant informació sobre els alambins de caire industrial i les fàbriques d'aiguardent, sobretot a partir de la documentació notarial. Pel que fa al segle XVIII, indica que ja en les primeres dècades està documentada l'existència d'alambins a Tremp i a Isona, mentre que al final de segle n'hi hauria també en altres poblacions, com ara Guàrdia de Mur, la Pobla de Segur, Salàs i Sant Romà d'Abella.⁸⁸ Les respostes del corregiment de Talarn al qüestionari de Francisco de Zamora, de 1789, també fan referència a la presència de fàbriques d'aiguardent i n'indiquen vuit al territori.⁸⁹

Jacinto Bonales també ha pogut documentar alguns dels propietaris d'aquestes instal·lacions. Per exemple, a Tremp, Bonifaci Pellicer, Antoni Faya, Antoni Jordi i Josep Torrodà tenien fàbriques d'aiguardent durant la primera meitat del segle XVIII, mentre que al final de la centúria destacava la família Gallart. Però, sens dubte, el principal impulsor de la producció i el comerç d'aiguardent a la Conca durant el segle XVIII fou Francesc Pié, natural de Valls, que s'havia instal·lat primer a Isona, on havia creat una fàbrica d'aiguardent i, després, el 1751, a Conques, on també tingué diversos alambins. L'any següent, el 1752, aquest fabricant obtenia permís dels regidors d'Isona per instal·lar una premsa de lliura o de biga i l'obligació dels veïns de la població de donar-li tota la brisa, quedant-se ell el 10 % del vi obtingut. Francesc Pié i la seva nissaga, que seria mereixedor d'un estudi històric més aprofundit atès l'interès i la rellevància de la seva activitat, en cinc anys aconseguí controlar bona part de la producció de la comarca.

El producte obtingut el comercialitzava a la mateixa Conca i a la muntanya, però també, a través de Josep Escofet, n'embarcava algunes quantitats al port de Torredembarra. Aquest era un dels principals ports exportadors del litoral tarragoní, juntament amb els de Salou, Cambrils, Altafulla o Tarragona, utilitzats per les comarques occidentals i meridionals per exportar les seves produccions. De fet, la nissaga dels

⁸⁸ BONALES (2003), p. 693.

⁸⁹ BOIXAREU (1989), p. 20.

Pié, des d'Isona, s'hauria dedicat al negoci de l'aiguardent durant més de cent anys, de mitjan segle XVIII a mitjan segle XIX, ja que encara el 1870 una descendent de Francesc Pié —Paula Pié de Forners— era propietària d'una fàbrica d'olla plana i de dos cups en aquesta població.⁹⁰

Durant el segle XIX i de manera paral·lela al ritme creixent del conreu de la vinya, el nombre de fàbriques d'aiguardent a la Conca s'incrementà, sobretot a Tremp i a Isona. A la segona dècada d'aquest segle hi havia quatre fàbriques d'aiguardent a Tremp i una a Isona, i també se'n feia a la Pobla de Segur i a Guàrdia de Mur, segons el *Diccionario* de Sebastián de Miñano.⁹¹ I, a mitjan segle, n'hi havia diverses a Tremp, dues a Isona, una a Figuerola d'Orcau i una a Guàrdia de Mur, segons la informació recollida per Pascual Madoz.⁹²

I tenim proves que testimonien una certa continuïtat en les relacions comercials vitivinícoles entre el Pallars i Amèrica durant aquesta dinovena centúria. Per exemple, mereix ésser remarcat un document de 1820, pel qual un comerciant d'Isona, Pau Closa i Graells, atorgava poders a dos comerciants de la ciutat de Veracruz, perquè poguessin actuar en el seu nom davant la casa «Tornamira y Gozer» d'aquesta població mexicana. Tot i que no s'hi esmenta l'aiguardent, és força versemblant pensar que aquest era el producte amb el qual Pau Closa comerciava amb Amèrica.⁹³ Al cap i a la fi, aquestes informacions ens permeten afirmar que la Conca de Tremp també hauria participat, en certa mesura, de l'expansió del comerç d'aiguardent català cap al nord d'Europa i Amèrica.

Com ja es coneix abastament, si des de final del segle XVII la destinació principal de l'aiguardent català fou el nord d'Europa, a partir de mitjan segle XVIII aquesta destinació es complementà i amplià amb enviaments cada cop més freqüents i quantiosos a les colònies americanes. I els nombrosos autors que han escrit sobre el tema, entre els quals hi ha Francesc Valls,⁹⁴ atribueixen a la viticultura i a aquesta massiva exportació d'aiguardent un paper central en el procés de modernització de l'economia catalana durant els segles XVIII i XIX.

A mitjan segle XIX, es formaren a la Conca diverses societats per modernitzar i millorar l'elaboració i la comercialització de l'aiguardent, fet que indica una voluntat d'innovació i adaptació a les exigències del mercat. Així, el 1849 es creava a Tremp, amb un capital de 34.000 rals, una societat integrada per Josep Astor i el seu fill, propietaris d'una fàbrica d'aiguardent, i per Sebastià Cirera, comerciant del mateix lloc, amb l'objectiu de «ponerla corriente según los adelantos que se han hecho en este ramo». Per

90 BONALES (2003), p. 693-695.

91 MIÑANO (1826-1828).

92 MADOZ (1985).

93 BONALES (2003), p. 792-793.

94 VALLS JUNYENT (2004a).

això, instal·laren una màquina capaç de tractar cent quaranta-quatre sesters de vi cada dia i construïren un dipòsit amb capacitat per a quatre-cents sesters.⁹⁵

El 1857 es creava una altra societat, formada per Agustí Benet d'Isona, Pere Huguet de Tremp i Pere Aulèstia de Reus, amb l'objectiu d'instal·lar una fàbrica d'aiguardent a Isona. I l'any següent, el 1858, es fundava a Tremp la societat «La Competidora», amb un capital inicial de 20.000 pessetes i integrada per: Jaume Seix i Josep Palou, de Tremp; Francesc Borràs, Pau Pallàs i Ramon Rossell, de Balaguer, i Josep Dòria, de Gerri de la Sal. En aquest mateix context podem situar la creació, el 1861, de la fàbrica d'aiguardent dels Solduga a la Pobla de Segur.⁹⁶

El major nombre de fàbriques d'aiguardent a la Conca el trobem entre 1860 i els primers anys del segle xx, coincidint amb el període de màxima expansió del conreu de la vinya. La informació obtinguda de les matrícules industrials i comercials i la consignada en alguns anuaris estadístics permet comprovar-ho. Les poblacions que en aquest període en tenien eren Isona, Salàs de Pallars, Tremp i la Pobla de Segur.

Segons l'*Anuario Riera*, a Isona hi havia al final de segle tres fàbriques d'aiguardent, propietat de Francesc Duran, Domènec Ubach i Joan Trepat.⁹⁷ Reblant aquesta informació, Joaquín Alberto de Moner, en l'opuscle titulat *Memoria sobre la antigüedad de Isona*, indicava que aquesta població: «Es abundante de vino y hay en ella tres fábricas de aguardiente». I tot seguit afegia una anotació ben curiosa: «que suelen consumirlo en años de buena cosecha los del país, y en los de mala, los compradores de todas las montañas del Pallás».⁹⁸ A Salàs de Pallars, el 1860 n'hi havia una, propietat de Josep Montaner, mentre que el 1901 hi hauria fins a sis fabricants d'aiguardent, segons diverses fonts.

A Tremp, per la seva banda, les matrícules industrials indiquen que hi havia una fàbrica d'aiguardent el 1848, tres en els anys 1862, 1873 i 1879, dues el 1885, una el 1889 i dues el 1899.⁹⁹ Finalment, a la Pobla de Segur es passà d'una fàbrica el 1861 a quatre al final de segle, segons el mateix *Anuario Riera*. Aquestes fassines es convertiren després en fàbriques d'«anisados» i consolidaren una indústria licorera al lloc.

A les altres poblacions de la Conca, en canvi, aquesta conversió i consolidació no es produí i desaparegueren bona part de les fàbriques d'aiguardent en el tombant de segle. Les causes fonamentals poden ser dues. D'una banda, l'aprovació de la primera llei d'alcohols el 1892, que imposava el pagament de 25 cèntims per grau i hectolitre d'alcohol d'origen vínic, una producció que fins llavors no estava sotmesa a fiscalitat.

95 BONALES (2003), p. 694.

96 BONALES (2003), p. 694-695.

97 *Anuario Riera. Guía general de Cataluña: comercio, industria, profesiones, artes y oficios, propiedad urbana, rústica y pecuaria* (1896-1911). Barcelona: Centro de Propaganda Mercantil.

98 MONER Y DE BARDAJÍ (1874).

99 ACPJ, Fons Municipal de Tremp, *Matrícules industrials i comercials*.

I, de l'altra, la baixa producció de la vinya per les successives males collites i la pèrdua temporal dels mercats tradicionals durant la darrera dècada del segle.

Dolors Gardeñes i Enric Vicedo, posant com a exemple el cas de Tremp, afirmen que les fàbriques existents fins llavors entraren en declivi a causa d'aquesta elevada fiscalitat.¹⁰⁰ Una fiscalitat que es mantingué malgrat els esforços i la mobilització de les autoritats locals dels pobles vitivinícoles de la Conca contra els nous impostos sobre la destil·lació del vi, a causa de la seva incidència negativa en aquest sector tan fonamental de l'economia de la zona. Al capdavant, la crisi vitivinícola del canvi de segle, amb els efectes de la fil·loxera i de la fiscalitat dels alcohols, es projectà en les empreses de transformació i en suposà la pràctica desaparició a gairebé totes les poblacions de la Conca. De la pervivència d'algunes d'aquestes destil·leries a les principals poblacions de la Conca, en tenim testimonis en la documentació municipal. A Tremp, per exemple, durant els anys vint hi havia una fàbrica d'alcohol vínic, propietat de Sebastià Lledós. I a la Pobra de Segur, la població de la Conca amb més tradició de producció de licors, es mantingueren diversos negocis de destil·lació al llarg del segle xx. D'aquests, només tingué continuïtat l'empresa Licors Portet, que encara perdura, diversificant els seus productes, tot i que manté la «ratafia dels raiers» com el licor més emblemàtic i amb diversos reconeixements internacionals.

7. Conclusions

La Conca de Tremp ha estat un territori associat secularment a la vinya i al vi, malgrat que aquest fet no havia estat posat en valor fins ara per la historiografia. Les característiques orogràfiques, geomorfològiques i climàtiques d'aquesta zona, emmarcada en el Prepirineu, han determinat que la vinya esdevingués un conreu molt rellevant en el transcurs del temps. Introduït pels romans i amb un pes remarcable en els segles altomedievals, fou a partir de mitjan segle xvii que es produí la seva intensificació progressiva. El moment àlgid de producció tingué lloc a la segona meitat del segle xix, fins que l'arribada tardana de la fil·loxera el 1900 destruï la vinya i feu trontollar l'estructura econòmica de la zona.

Durant molts segles la Conca actuà com a veritable celler del Pirineu. La seva configuració geogràfica li conferia una situació molt favorable per conrear i proveir la muntanya de determinats productes que a aquesta li eren difícils d'obtenir, com ara el vi o l'oli. De fet, el mercat natural de la Conca eren els territoris de muntanya de les valls de Capdella i de Manyanet al Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, la Ribagorça i la Vall d'Aran, però també la Cerdanya o Andorra. Així, durant molts segles, les relacions co-

100 GARDEÑES i VICEDO (1993), p. 165.

mercials conca-muntanya s'establiren al voltant del vi i de l'oli com a productes bàsics i amb la figura clàssica dels traginers que els transportaven.

Les barreres geogràfiques de la Conca de Tremp dificultaven les comunicacions, encarien el transport i limitaven l'extracció d'aquests productes cap a altres zones de Catalunya o de l'exterior, actuant com una mena d'aranzel natural que gravava els productes. Però també cal matisar que aquest aïllament secular del territori fou un element de protecció del seu comerç interior davant una possible competència externa.

El comerç del vi de la Conca amb les terres de muntanya està documentat des del segle XIII i XIV, moment en què trobem les primeres referències. Per exemple, la carta de franquícia de la Pobla de Segur, atorgada el 1268, on ja es regulava la venda de vi, o un document comptable dels comtes de Pallars de 1345, on es parlava per primer cop d'aquest comerç amb les terres del nord.

Aquestes referències documentals augmenten a partir de l'edat moderna. És aleshores que s'intensificà el conreu de la vinya a la zona, seguint el mateix model expansiu del país, afavorit per uns millors preus, l'increment de la demanda local per l'augment demogràfic i la producció de derivats com l'aiguardent, d'una alta rendibilitat. L'intens flux comercial entre la Conca i la muntanya ja estava ben articulat en el segle XVIII, i els ingressos que la Conca obtenia per la comercialització d'aquests excedents eren considerables.

La venda de vi de la Conca a la muntanya s'intensificà encara més en el decurs del segle XIX, especialment a la segona meitat d'aquesta centúria, moment àlgid en el conreu de la vinya i la producció de vi. Això fou propiciat per un fort augment de la demanda, a causa de la destrucció de les vinyes europees i de bona part del país. Durant aquests anys, els vins de la Conca es vengueren no només a les comarques de muntanya, sinó també a la resta de Catalunya i al sud de França, tot i que en quantitats reduïdes. També es comercià, ja al final del segle XIX, amb el mercat americà. Aquesta rellevància del comerç del vi durant la segona meitat del segle XIX començà el seu declivi al final de la centúria, per una climatologia adversa, per la superació dels efectes de la fil·loxera a França i a les zones del país on la plaga havia arribat primer, per una continuada caiguda dels preus i, sobretot, per l'arribada de la fil·loxera en el tombant de segle.

En el segle XX, a mesura que el conreu de la vinya a la Conca es recuperava dels efectes de la fil·loxera, també es reprengueren els mecanismes de comercialització precedents. Així, s'evidencià la continuïtat d'un mercat que combinava la venda directa de proximitat amb la que feien els traginers i els grans comerciants de la zona. Es pot concloure que l'estructura tradicional de comercialització del vi a la Conca s'estabilitzà, un cop superada la crisi provocada per la fil·loxera, fins a mitjan segle XX.

En darrer terme, anotem que també a la Conca, com a la resta del país, l'increment progressiu del conreu de la vinya, durant els segles XVIII i XIX, portà associat

el desenvolupament d'un nou sector, les fàbriques d'aiguardent, ben documentades al territori. Aquest producte es comercialitzava amb la mateixa Conca i la muntanya, però igualment amb el nord d'Europa i Amèrica, de manera que podem afirmar que la Conca de Tremp també hauria participat, en certa mesura, de l'expansió del comerç d'aiguardent català cap a aquests mercats més llunyans.

SOCIETATS MERCANTILS EN EL NEGOCI DEL VI I L'AIGUARDENT A BARCELONA EN EL SEGLE XVIII¹

Lídia Torra Fernández

ESCI-UPF -Universitat Pompeu Fabra

Resum: El treball analitza la formació de societats mercantils que tenien com a centre d'activitat la taverna a la Barcelona del set-cents. S'estudia el desenvolupament comercial i laboral d'aquests negocis, els pactes entre socis, la inversió en capital i/o en treball, i les funcions de l'administrador. Es compara la trajectòria societària i comercial de les tavernes administrades per catalans i les regentades per ciutadans llombards establerts a Barcelona. Un aspecte a destacar són les xarxes de distribució comercial i proveïment de productes vínics en uns i altres establiments. Les tavernes regentades per catalans es proveïen bàsicament de la producció vitivinícola d'àrees properes a Barcelona i comarques veïnes, en el marc d'una integració vertical del comerç interior català. En canvi, els establiments dels llombards compraven gèneres als majoristes de la capital. Quan s'associaven amb catalans entraven en els mateixos cercles de la distribució comercial que els autòctons.

Paraules clau: societat mercantil, taverna, distribució comercial, vi, aiguardent

¹ El treball està vinculat al projecte PGC2018-096350-B-100. Ministerio de Ciencia, Investigación y Universidades.

Resumen: El trabajo analiza la formación de sociedades mercantiles que tenían como centro de actividad la taberna en la Barcelona del siglo XVIII. Se estudia el desarrollo comercial y laboral de estos negocios, pactos entre socios, inversión en capital y/o en trabajo, y las funciones del administrador. Se compara la trayectoria societaria y comercial de las tabernas administradas por catalanes, y las dirigidas por negociantes lombardos establecidos en Barcelona. Un aspecto destacable son las redes de distribución comercial y provisión de productos vínicos en unos y otros establecimientos. La provisión de géneros en las tabernas regentadas por catalanes se establecía directamente con viticultores ubicados en zonas y comarcas próximas a la capital, en el marco de integración vertical del comercio interior catalán. En cambio, los establecimientos de negociantes lombardos compraban géneros en las casas mayoristas de la capital. Cuando se asociaban con catalanes entraban en los mismos círculos comerciales que los autóctonos.

Palabras clave: Sociedad mercantil, taberna, distribución comercial, vino, aguardiente

Abstract: This study analyses the constitution and development of mercantile companies that were involved in the tavern business in Barcelona during the eighteenth-century. It looks at the commercial and labour activity of these businesses, the agreements between partners, the investment in capital and/or work, and the functions of the administrator. It compares the corporate and commercial trajectory of the taverns managed by Catalan businessmen and those run by Lombard citizens established in Barcelona. One aspect to highlight is the commercial distribution networks and the supply of wine products in various establishments. Taverns run by Catalan businessmen directly sourced their wine products from winegrowers located close to Barcelona in the framework of a vertical integration of Catalan domestic trade. In contrast, those taverns established by Lombard merchants bought their wine products in the wholesale houses of the city. When the latter associated with Catalan businessmen, they used the same commercial networks of the former.

Keywords: trade company, tavern, commercial distribution, wine, eaux-de-vie

1. Introducció

Les importants transformacions del sector vitivinícola al Principat al llarg dels segles XVII i XVIII responen al desenvolupament del sector exportador de l'economia catalana, i la seva integració en els circuits de les principals places comercials de l'Europa nord-atlànica.² Aquesta conjuntura va anar acompanyada d'un gran creixement de la viticultura en diferents contrades del país, i el reeiximent de fluides relacions comercials entre productors vínics, traguers, carreters, agents comercials i detallistes, en el marc d'un mercat interior català integrat, i en plena expansió. Les tavernes, com a establiments fixos de punts de venda al detall de vins, aiguardents, vinagres i altres productes alimentaris, vertebraven la darrera fase de la distribució comercial, que enllaçava la creixent oferta d'alcohols i la augment de la demanda dels consumidors.³

Les tavernes s'ubicaven majoritàriament en centres urbans i en barris populosos. També en petits nuclis rurals i en llogarets aïllats amb poques ànimes, on la confluència de camins i el trànsit de viatgers feia viable l'obertura i desenvolupament comercial dels negocis. Aquests establiments eren punts de trobada i centres d'oci i esbarjo, assolint un paper important en la vida comercial, social i lúdica de la població.

El nostre estudi es centra en les tavernes obertes a la capital catalana al llarg del segle XVIII. Parlar de tavernes a Barcelona ens situa en uns establiments ben visibles al vianant i amb oferta permanent. La morfologia física dels locals dibuixa una entrada principal convidant a entrar al client, un espai amb taulell, bancs, botes... , i un altre accés a l'exterior més amagat, sortint a un carreró lateral. Aquest segon portal era vital pel negoci en múltiples ocasions, atès el moviment de personal i els excessos comesos per alguns clients dins els locals.⁴

La cara visible de l'establiment era el taverner, detallista agremiat que compartia feina i dedicació amb altres individus, sovint membres de la família, amb l'ajut d'algun fadrí i minyona. El personal s'organitzava per a despatxar vins, cuinar i servir suculent viandes, especialment de carn de porc o de bou, amb verdures i hortalisses guisades amb llard. Per a aquest fi el gremi de taverners pagava els impostos pertinents per a l'entrada de garrins a Barcelona a través del Portal Nou.⁵ Les regulacions municipals, en canvi, no permetien seure i menjar calent amb taula parada dins el local, pel fet que topava amb les prerrogatives assolides pels hostalers, tot i que els clients podien degustar les menjades sense entaular-se. Tampoc s'hi podia vendre fruits secs ni dolços, pel fet que controvertia els drets dels adroguers. A la pràctica, però, totes aquestes prohibicions tenien poca efectivitat. Les queixes dels agremiats afectats sovintejaven davant

² GIRALT (1952), VILAR (1964-68), TORRAS ELIAS (1995), VALLS-JUNYENT (2004a)

³ GARCIA ESPUCHE (2010).

⁴ Una primera aproximació a TORRA (2014).

⁵ GARCÍA ESPUCHE (2010).

l'incompliment normatiu dels taverners, acabant amb la imposició de multes per part de les autoritats locals. Desconeixem en quin grau es complien.

L'activitat comercial de les tavernes fou cada cop més important a Barcelona, atès l'increment demogràfic de la ciutat i el desenvolupament de noves pautes de consum de la població.⁶ Pierre Vilar mostra dades en relació aquest punt pel període 1783-1795, en observar l'adjudicació dels drets per càrrega de vi consumit a les tavernes de la capital. Segons l'autor, l'augment del consum de vi a Barcelona, durant el període esmentat, se situa en el 46%, mentre que l'increment demogràfic durant els mateixos anys s'estima en el 22%.⁷

Un bon observatori per a analitzar la creixent dinàmica comercial al voltant de les tavernes es focalitza en les actes de constitució de societats mercantils, escripturades en els protocols de les notaries de la ciutat. Desconeixem el nombre global de tavernes constituïdes en societat mercantil al llarg del segle XVIII a Barcelona, però sí comptem amb una mostra representativa d'aquests establiments. Ens remetem a un estudi anterior, en el qual presentàvem l'activitat societària escripturada en diferents notaries de la capital durant el set-cents. La documentació recopilada suma 1.428 escriptures, en les quals es formalitza societat mercantil en activitats i negocis varis (cases de comerç, botigues de draps i teles, adrogueries, cereries, argenteries, revenedories, fàbriques, transport, construcció, arrendaments, assegurances...), de les quals, 95 (6,6%), corresponen a tavernes de titularitat privada.⁸

L'estudi que presentem es centra en les tavernes que havien escripturat societat mercantil per a un període determinat de temps (entre tres i cinc anys, majoritàriament, algunes per més temps), renovable si les parts ho convenien. La documentació permet observar pactes i acords entre els socis, inversió de capital fix i circulant, tipus de mobles i parament del local, volum i característiques de les mercaderies en estoc, composició del crèdit actiu i passiu. Quan es disposa d'una o varies escriptures referents a la renovació de la societat mercantil, és possible analitzar l'evolució del mateix negoci en perspectiva temporal àmplia. Val a dir que no tots els notaris s'esmerçaven de la mateixa manera en la descripció minuciosa. En alguns casos s'agreguen volums de gèneres i també dades relacionades amb deutors i creditors, la qual cosa dificulta el seguiment del negoci.

La finalitat de l'associació mercantil podia obeir a múltiples casuístiques. En el cas dels taverners intentaven reforçar la capitalització a fi de comprar mercaderies i abastir el local. També pagar deutes en moments prou delicats. Un altre reclam era la

6 TORRA (2005).

7 VILAR (1962), vol. IV, p. 71-72.

8 TORRA (2015).

necessitat de fer obres a l'establiment, o bé assolir noves perspectives comercials amb l'obertura d'un local dins la mateixa ciutat o en altres indrets.

A partir d'una tria de casos, analitzarem l'activitat mercantil, associativa i laboral d'algunes tavernes de la ciutat. Com a primer exemple observarem la trajectòria de la taverna dels socis Massada-Estrader-Camps, ubicada a la Davallada de la Presó, durant les primeres dècades del segle XVIII.

2. La taverna dels Massadas-Estrader-Camps

En data 8 d'abril de 1705 es constitueix societat mercantil per a obrir una taverna a la Davallada de la Presó a Barcelona. Davant del notari públic Joan Bruguera, es troben els futurs socis, Jaume Massadas, pagès natural de la parròquia de Sant Andreu del Palomar, i el taverner Miquel Estrader, natural de Sant Martí de Teià. Pocs mesos abans Estrader havia tancat portes d'un local a la mateixa zona, desconeixem la causa del cessament. De comú acord Massadas i Estrader aporten 1.000 lliures⁹ de capital al negoci, ubicat en un immoble propietat del mateix Massadas, que disposa a la companyia en règim de lloguer.¹⁰ La contribució econòmica dels socis és desigual, Miquel Estrader aporta 100 lliures en gèneres que tenia en estoc a l'anterior establiment, mentre que Jaume Massadas contribueix amb 900 lliures «en diners comptants». Aquest pacte entre socis explica la redacció d'unes clàusules clarament favorables a Massadas per als propers cinc anys següents, des del mes d'abril de 1705 fins l'abril de 1710, període previst de durada de la societat. Massadas promet pagar a Estrader 150 lliures l'any per a la seva activitat com a administrador, concretament 75 lliures, de sis en sis mesos, més les despeses de menjar i sostre per a ell i la seva família, tots faran vida dins el mateix local. L'administrador Estrader tindrà bona soldada, però no obtindrà part dels beneficis anuals, tampoc haurà de patir en cas de pèrdues. Aquesta circumstància indica que, probablement, les dificultats econòmiques havien ofegat anteriorment a Estrader, ara obrint local amb un soci amb cabals. Així, Massadas «pren a son risc, perill i fortuna tota la ganacia i tota la perdua que Deu se dignarà donar a dita companyia i taverna». A part dels beneficis obtinguts, Massadas cobrarà del fons de la societat 90 lliures anuals en concepte de lloguer, i serà el proveïdor regular de vins i altres gèneres que es despatxaran a la taverna. Amb aquesta operació Massadas s'assegura la distribució comercial de la producció de les vinyes de la família paterna, ubicades a Sant Andreu del Palomar, al mateix temps que ven a l'engròs a tres establiments més, les tavernes de Gabriel Colomer, Francesc Serra i Rafael Valls de Barcelona. La projecció comercial de Jaume Massadas és triple, com a soci principal del negoci, com a detallista agremiat, i

⁹ Tots els valors esmentats en lliures corresponen a lliures catalanes.

¹⁰ Arxiu Històric de Protocols Notarials de Barcelona (a partir d'ara AHPB), notari J. Bruguera, 913/5, p. 9.

com a agent comercial en el mercat a l'engròs de productes vínics de la ciutat. L'administrador Estrader haurà perdut autonomia sota la direcció de Massadas, però seguirà treballant i vivint del negoci junt amb la seva família.

Jaume Massadas mor el mes de desembre de 1707 i es dissolt la societat. Poc després, trobem l'administrador Miquel Estrader formalitzant nova societat davant del notari Bruguera, en data 24 de febrer de 1708 amb Sivestre Camps, taverner barceloní

per raó de negoci que se és fet i se farà en la taverna que te oberta i parada dit Silvestre Camps en aquella casa amb un portal obrint en lo carrer de l'Hospital i amb l'altre portal obrint en lo carrer de Sant Pau que lo dit Miquel Estrader per lo dit fi lloga per temps de tres anys.¹¹

La nova societat Estrader-Camps s'estableix en un local pel qual pagarà 82 lliures i 10 sous any a la propietària, Maria Davesa, vídua de Miquel Davesa, mestre fuster. Els socis aporten 550 lliures amb la finalitat de proveir gèneres i comprar botes. En aquest cas l'aportació de capital és a parts iguals entre les parts els socis, també acorden repartir anualment els beneficis al 50%. L'administrador ja no és Estrader sinó Silvestre Camps, que farà vida a la taverna junt amb la seva família. Se segueix el mateix patró anterior. Tot i que, en aquest cas, del fons comú de la companyia es pagaran les despeses de manutenció dels Camps, amb alguns límits prèviament imposats per Estrader:

es pactat que del fons i comú de dita companyia o taverna se dega pagar lo lloguer de dites cases, les soldades de fadrins i criades si necessaries seran, i los aliments de menjar i beure de dit Silvestre Camps i de sa muller i fills, i també de dits fadrins i criades i los demés gastos de trafecs de dita taverna. Altres gastos que faci dit Silvestre Camps i sa familia, com son de fer alletar fills, de vestir, de malalties amb gallines, de medicines, cirurgians i metges, i altres semblants gastos que no concernescan a l'administració i règim de dita taverna, los dega fer bons a compte de Silvestre Camps.

Així, doncs, els pactes relacionats amb la gestió de la taverna cobreixen les despeses familiars considerades bàsiques, però no les privades i cares, les quals aniran a compte dels interessats i no del fons del negoci.

Miquel Estrader ha passat de modest taverner, amb un negoci quebrat fallit, per a esdevenir administrador de la societat amb Massadas (1705), i soci capitalista a la nova societat mercantil amb Camps (1708). Al llarg d'aquest trànsit ha deixat la dura activitat al taulell i a la cuina de la taverna, per a proveir l'establiment de vins procedents de les terres de la família pagesa de Sant Martí de Teià, «sis bótes de sis càrregues de vi i tres mitges bótes [...] a gastos del comú de la companyia». També

¹¹ AHPB, notari Joan Bruguera, 913/5, p. 33.

ven a l'engròs a les tavernes de Gabriel Colomer, Francesc Serra i Rafael Valls, abans clients de Massadas. La distribució majorista, de detallista a detallista, perdura al llarg del temps en un negoci que passa d'una mà a l'altra, mantenint cura d'unes relacions comercials estretes basades en la confiança.

Les coses li van anar força bé a Estrader durant els mesos següents, quan el trobem constituint nova societat mercantil, l'any 1709, amb tres taverners més, Josep Alsina, Saldoni Muntada i Josep Carbonell, a fi d'obrir nova taverna al carrer de la Boqueria, una de les vies més concorregudes i populars de la capital en aquells moments.¹² En aquest cas els socis dipositen a fons comú 2.750 lliures. Miquel Estrader aporta 750 lliures, Josep Alsina i Saldoni Muntada, 750 lliures cadascú, i Josep Carbonell, 500 lliures. Carbonell serà l'administrador «de la taverna parada i proveïda en aquelles cases amb un portal obrint en lo carrer de la Boqueria i amb un altre portal obrint en un carreró que es detràs d'aquellas».¹³

Es preveu una durada de cinc anys per a la nova societat —Estrader, Alsina, Muntada, Carbonell i cia—. L'administrador pagarà a Saldoni Muntada pel lloguer del seu local 64 lliures en tres pagues iguals, de quatre en quatre mesos. A la taverna de la Boqueria hi treballarà Carbonell i les seves filles, Josepa, Eulàlia i Maria Teresa «cuidant en lo que menester sia i segons ses forces per dita taverna i cia». Un punt important de l'acord entre els socis és el fet que les donzelles Carbonell «en lo temps que sobri per fer puntes de fil que pugui [...], no empero lo dit Josep impúber, lo qual resta amb tota llibertat a fi d'aprendre de llegir, escriure i contar i dencaminarse si te inclinació a les lletres».

El fill, molt jove, no treballarà de forma permanent al local, sinó que tindrà l'oportunitat d'aprendre a llegir i a escriure, mentre que les filles ajudaran al pare al taulell del negoci, i a estones de poca feina es dedicaran a fer puntes de fil al coixí. Val a dir que moltes dones es dedicaven a aquesta activitat per a fornir de millor qualitat i valor el seu aixovar nupcial, o bé treballaven en aquesta manufactura per a encàrrec de botiguers, negociants i sastres. Ens ha cridat l'atenció el fet que el nom Eulàlia Carbonell figura en el passiu de la botiga barcelonina de Jaume Comes, segons indica l'inventari efectuat a l'establiment.¹⁴ Cap la possibilitat, a tall d'hipòtesi, que Eulàlia Carbonell junt amb les seves germanes, Josepa i Maria Teresa, treballassin per a encàrrec de la botiga Comes. Les donzelles Carbonell poden exemplificar el treball de moltes dones que compaginaven activitats ben diverses, com en aquest cas, servir vins, viandes i al-

¹² AHPB, notari Joan Bruguera, 913/5, p. 51.

¹³ AHPB, notari J. Bruguera, 913/5, p. 60.

¹⁴ AHPB, notari B. Cerveró (1724) s/n.

tres productes a la taverna familiar, amb la manufactura especialitzada, exclusivament femenina i domiciliària, com a puntaires.¹⁵

El traspàs de Josep Alsina, posa fi a la societat Estrader, Alsina, Muntada i Carbonell a la taverna del carrer de la Boqueria. A petició de la vídua Teresa Alsina Mata, en data 26 de desembre de 1722, s'efectua l'inventari *post-mortem*, en el qual es llisten tots els objectes i mercaderies que es troben en aquells moments dins el local.¹⁶ Entre els gèneres en estoc, observem productes vínics (vins, aiguardents i vinagres) de diferents qualitats i procedències, el valor estimat suma 618 lliures 2 sous, junt altres articles alimentaris i combustibles, oli, cansalada, ametlles, panses, farina, ciurons, llenya, carbó, per valor de 170 lliures i 19 sous, segons preus taxats per corredor. L'estoc, segons valor monetari, es distribueix en aquest ordre, 78,3% en productes vínics i 21,7% en altres gèneres.

La taverna mostra la configuració d'unes xarxes de distribució comercial entre productors vitivinícoles i detallistes, sense la intermediació d'agents comercials majoristes urbans. Tot i que la documentació no hi fa referència, cal destacar la importància de traginers, llogaters de mules, carreters i boters en el desenvolupament comercial. D'altra banda, l'exemple posa de manifest un altre aspecte ben característic en comerços oberts al públic. La dedicació dels detallistes a activitats alienes a l'establiment en moments de poca feina. Aquesta combinació permetia reduir al màxim els temps morts i augmentar els ingressos, tot i que desconeixem en quins termes i proporció.

La taverna dels Bruguera-Pera-Gros ens situa en el següent estudi de cas, en el qual podrem observar noves casuístiques.

3. La taverna dels Bruguera-Pera-Gros

La societat mercantil permetia integrar individus procedents de diferents orígens i oficis, d'amplis sectors socials i econòmics. Un aspecte interessant en el cas de la taverna, pel fet de ser considerat sovint un negoci tèrbol, vinculat al beure, el joc i la rauxa. Sota el paraigua de la societat mercantil, distingits professionals liberals, advocats, notaris, militars, acabalats mercaders, vídues adinerades... invertien capital a la taverna. La seva visibilitat pública era nul·la, podia ser perfectament secreta, però ben visible quan trobem aquests individus signant pactes entre socis davant notari. A tall d'exemple, explicarem el cas de la taverna dels socis Bruguera-Pera-Gros.

En data 2 de gener de 1711, es renova una societat mercantil integrada per Jerònima Bruguera, vídua del comerciant Francesc Bruguera, i el seu fill Joan Bruguera, notari barceloní, i Francesc Pera, taverner i futur administrador del negoci «d'una taverna

¹⁵ TORRA (2005), cap. 3.

¹⁶ AHPB, notari J. Bruguera, 913/5, p. 69.

que s'ha de tenir parada i proveïda per vuit anys amb los acostumats bons gèneres de vins negres i blancs, aiguardent, oli, i altres coses peculiars a l'ofici de taverner».¹⁷

La vídua Bruguera era tenutària i el seu fill, hereu universal dels béns del progenitor. Entre altres pertinences el notari Bruguera heretà un immoble, en els baixos del qual s'obria la taverna amb dos accessos a l'exterior «en una casa amb dos portals situada obrint al carrer dels Sivellers nomenat del Farraginal que travessa des de la davallada de la presó al mig del carrer de la Dagueria i amb altre portal mig tancat mig obert en la Davallada de la Presó».

La nova societat mercantil es constitueix amb 3.360 lliures de capital. El taverner Francesc Pera aporta 560 lliures, i els Bruguera 2.800 lliures, la meitat «en diner comptant», i l'altra meitat en gèneres: «tots los vins, aiguardents i olis que dins esta ciutat i en sa platja los dits mare i fill Bruguera per l'abast de dita taverna se troben tenir». És a dir els gèneres en estoc dins l'establiment més els productes emmagatzemats a la zona portuària de la ciutat, indret en el qual es situaven petits coberts i barraques que taverners, adroguers, botiguers i revenedors utilitzaven com a magatzems. El document detalla una relació acurada de recipients, embuts, botes, bancs, diferents mobles i objectes del local.

Del fons comú de la companyia es paga el lloguer de l'establiment que puja 150 lliures l'any, que cobrarà íntegrament la vídua Bruguera. Entre els pactes figura que l'administrador Pera i la seva família visquin en una part «petita i simple» de l'edifici. El manteniment dels Pera i les soldades de dos fadrins i una minyona aniran a càrrec del fons del negoci. L'administrador haurà de presentar balanç cada any, a finals de desembre «de tots los diners, cabals i efectes», i sempre que ho demanin els Bruguera. Pera tindrà llibertat de moviment per a comprar gèneres «així per terra com per mar», amb una excepció important «... que no pugar fer transportar-lo per mar sens haver d'assegurar en part o en tot, i que no pugar fer-los transportar de fora de Catalunya sens assegurar-los en tot».

Els Bruguera són previsors en el moment de considerar riscos. Indiquen a Pera que preservi el trànsit de mercaderies en una companyia d'assegurances. Aquesta actitud prudent però cara, aportava a la llarga majors beneficis, donat que es podia fàcilment perdre la càrrega a causa d'un accident, o bé davant les múltiples incerteses i robatoris que acompanyaven el trànsit de mercaderies per vies terrestres i en mitjans de transport marítims.¹⁸

Mare i fill Bruguera limiten la feina de l'administrador al taulell de la taverna, prohibint que, en cap cas, treballi per altri o per compte propi, ni que prengui cap decisió de forma autònoma respecte la viabilitat del negoci. Pera rebrà dues sisenes parts

¹⁷ AHPB, notari Domingo Rojas, 863/72, p. 41.

¹⁸ MARTÍNEZ SHAW (1978), SÁNCHEZ (1993), LOBATO (1995), MUSET (1997), VALLS-JUNYENT (2004a), TORRA (2015).

dels beneficis nets, després d'haver satisfet totes les despeses de la taverna, incloent-hi el lloguer de l'immoble, les contribucions corporatives i les soldades de dos fadrins i una minyona. Els Bruguera obtindran quatre sisenes parts dels beneficis anuals més la quantitat fixada pel lloguer del local.

La vídua Bruguera mor el mes de gener de 1716 i el fill notari dissol la companyia amb Francesc Pera, per a constituir-ne una de nova amb el taverner Josep Gros, per a un període de cinc anys, a fi d'obrir una taverna «en una casa que dit Bruguera posseeix davant la plaça del rei d'aquesta ciutat de Barcelona». El negoci serà administrat per Gros a partir del mes de febrer del mateix any. El capital inicial suma 6.050 lliures «que importen lo valor de totes les mercaderies, comestibles, combustibles i diners comptants». En aquest cas, el notari Joan Bruguera aporta 3.780 lliures i Josep Gros 2.270 lliures, sense definir quina part en efectiu i quina en capital fix i mercaderies. Aquesta informació ens arriba més endavant quan mor Josep Gros, en data 29 de desembre de 1719, abans de complir els cinc anys establerts prèviament. La vídua, Cecília Gros Verdaguer, es farà càrrec temporalment del negoci, amb el vistiplau de Bruguera, un cop redactat l'inventari dels gèneres que es troben en existència a l'establiment i completat el balanç del negoci.¹⁹ Observem que els proveïdors de la taverna de la plaça del Rei eren pagesos i negociants procedents majoritàriament d'àrees del Maresme i de nuclis situats a la corona de la capital catalana, com ara Alella, Badalona, Cabrera i Sant Vicenç de Llaveneres. Desconeixem, en aquest cas, si hi havia vincles familiars o de paisanatge amb el matrimoni Gros Verdaguer, o bé, ja eren proveïdors dels anteriors establiments que els Bruguera (mare i fill) havien dirigit prèviament.

La companyia Bruguera-Gros venia al major a altres establiments de la ciutat. Així trobem en el «Memorial dels diners que a dit Josep Gros com administrador de la companyia i taverna en lo dia de sa mort s'estava i encara s'està devent per sos companys taverners per compliment de comptes tinguts a cerca de partides de vi compres».

La quantitat del deute mitjà dels taverners puja 97 lliures. Entre els detallistes identifiquem Francesc Bover, Pau Font, Pere Simó, Salvador Gros (germà de Josep), i Joan Torras. El nombre de parroquians deutors supera la trentena, i la diversitat d'oficis dels clients és gran, -argenters, preveres, notaris, mestres de cases, botiguers, fusters..., també alguns membres d'institucions eclesiaístiques-. Fins i tot, alguns individus havien lliurat penyora pel fet de no poder pagar el deute (objectes de cuina, indumentària, vitalles, petites joies...), que pretenien recuperar així que les circumstàncies milloressin.²⁰ Una dada curiosa que figura a l'inventari és el deute de la minyona, Francesca, en aquest cas no per a la compra de gèneres, sinó per les 11 lliures 4 sous i 3 diners «que

¹⁹ AHPB, notari P. Mollar, 958/30, s/n.

²⁰ Un fet molt generalitzat en tot tipus d'establiments comercials de la ciutat. CARBONELL (1997), TORRA (2005).

han servit de bestreta» per a comprar les robes de la caixa de núvia que aportà al matrimoni amb Joan Torras, taverner esmentat anteriorment, que comprarà l'establiment més endavant.²¹ No hem aconseguit informació posterior sobre la taverna dels Torras, però augura un bon tàndem entre el taverner Joan i la minyona Francesca, acostumada a les feines més dures del negoci.

Els Bruguera-Gros sumaven interessos comercials de major envergadura. Mereix especial atenció la participació de la companyia en les barques dels patrons Francesc Roig i Joan Milà del port de Vilanova, i la de Francesc Solà de Llavaneres. El negoci consistia en el transport de productes vínics, teixits, espècies... , i la distribució majorista dels gèneres als comerços de Barcelona. Malauradament la documentació no explicita més detalls.

En resum, la societat integrada pels Bruguera amb els administradors Francesc Pera, primer, i Josep Gros, després, es pot considerar força exitosa, donades les favorables condicions econòmiques i socials de la família Bruguera. La seva participació en el negoci fou constant, sempre invisible i a l'ombra dels successius administradors. Moltes dones, al quedar vídues, com el cas de Jerònima Bruguera, s'associaven amb el fill, gendre, parent o altres individus per a poder continuar el negoci familiar i mantenir els ingressos. Aquesta situació es repeteix en botigues, fàbriques, tallers i negocis varis de la ciutat.²²

En circumstàncies diferents a les anteriors, la presència femenina (com a muller o filla del taverner) podia ser un reclam per a alguns individus amb necessitats físiques i dependència, i amb suficient capital per a invertir en el negoci. A tall d'exemple exposem els casos de la taverna dels socis Blasi - Vacca, i la taverna dels Salvana - Sala.

4. Les tavernes dels Blasi-Vacca i dels Salvana-Sala

Comencem per la societat constituïda l'any 1715 pel capità de l'exèrcit Josep Vacca, el taverner Jaume Blasi, natural de Bellver de Cerdanya, i la seva muller Tecla Blasi, a fi d'obrir una taverna de tot «genero de vins i aiguardents, vinagres, oli i altres» situada al carrer Més alt de Sant Pere, en una casa propietat del noble Josep Bori.²³ El fons de capital de la societat suma 372 lliures i 8 sous, aportat íntegrament per Josep Vacca, a fi de proveir gèneres a l'establiment. El matrimoni Blasi, sense aportació econòmica, signen àpoca conforme han rebut els gèneres adquirits per Vacca per a començar a treballar. Jaume Blasi serà l'administrador de la taverna i amb l'ajuda de la seva muller Tecla portarà el negoci. Un aspecte important del cas és que entranya un pacte entre les

²¹ AHPB, notari F. Campllonch, 1020/39, p. 66.

²² SOLÀ (2008), VICENTE (2008), TORRA (2014).

²³ AHPB, notari D. Rojas, 863/72, p. 18.

parts fora dels paràmetres propis de la taverna. Efectivament, els Blasi «hagin de tenir en la casa lo dit capità Vacca donant-li un aposento per l'habitació prestant-li també los aliments de menjar i beure pagant-se de cos i comú de la companyia».

Així Tecla Blasi figura com a sòcia del negoci, despatxará a l'establiment junt amb el seu marit i desenvolupará la tasca més important, tindrà cura del soci que aporta el capital, un individu amb cert nivell de dependència. Pel capità devia suposar una bona inversió, i el que probablement era més important, saber ser ben cuidat i alimentat, convivint amb els Blasi.

Mostrem un altre exemple en el mateix context. En aquest cas la societat constituïda a la taverna de Miquel Salvana, l'any 1754, situada al carrer del Portal Nou. El negoci es trobava en una situació límit per falta de medis, «atès los crescuts pagaments a la confraria i demés imposicions reals que no pot suportar». Josep Sala, comerciant i veí del carrer, s'ofereix per a invertir capital a fi de reflotar el negoci, formalitzant societat amb el matrimoni Salvana durant tres anys. Entre els acords redactats, Sala promet fornir la taverna de gèneres per valor de 200 lliures. De comú acord, els beneficis es dividiran en tres parts iguals, dos terços per Sala i un terç pel matrimoni Salvana. A petició de Sala, hi ha un altre acord entre els socis que afecta directament la dona. Acomiadaran la minyona que treballava a la casa-taverna i estalviaran les seves despeses personals d'alimentació i avituallament, més les 12 lliures anuals de la seva soldada. Així, doncs, Gertrudis Salvana haurà de treballar de valent, despatxant, cuinant, servint, netejant... , a fi de complir l'acord i mantenir viu el negoci familiar.²⁴

Diferents casuístiques però amb igual finalitat de revitalitzar el negoci es repeteixen en un munt d'històries. En relatem dues més. A la taverna de Joan Verdaguer s'instal·la el negociant Jeroni Baye, l'any 1773, pagant 28 lliures mensuals en concepte de gratificació «al treball que ell i los de sa família han pres en esta ma indisposició».²⁵ De la indisposició en té cura la muller, Rita Verdaguer Anglarill. També Pere Blaquier, negociant francès, es troba indispost a Barcelona l'any 1781. El trobem allotjat a la taverna situada al carrer del Call cantó Sant Domingo, a cura de Margarida Batlle, muller del taverner Carlos Batlle.²⁶

El darrer punt del treball analitza l'activitat comercial dels taverners milanesos establerts a Barcelona.

²⁴ AHPB, notari A. Grases Cavaller, 1041/4, p. 240.

²⁵ AHPB, notari G. Ódena, 1054/18, p. 147.

²⁶ AHPB, notari J. Cavallol Gras, 1122/2.

5. Negociants i taverners milanesos a Barcelona

La presència de negociants i taverners milanesos fou constant a Barcelona al llarg de l'època moderna. Isabel Lobato constata aquesta activitat en el seu excel·lent estudi sobre l'evolució de les societats mercantils a Barcelona durant el segle XVII i principis del segle XVIII.²⁷ El nostre treball corrobora aquesta pauta creixent, especialment durant la segona meitat del set-cents. Els milanesos, coneguts popularment com a «beccos», aca-paraven part del negoci taverner a la capital catalana. Una de les situacions més habituals era la de dos o tres individus parents o compatriotes, procedents de Milà o d'àrees properes, instal·lats a Barcelona associant-se amb un taverner local. També es dona la circumstància de societats mercantils integrades únicament amb membres milanesos ja arrelats a la capital, sense presència de naturals. Aquestes situacions d'assimilació, ajut i associació entre compatriotes eren prou conegudes en les diàspores mercantils protagonitzades per catalans als nous mercats interiors de la monarquia espanyola i en àrees colonials, com Cuba i altres places comercials americanes.²⁸

Ens preguntem quines peculiaritats tenien els establiments dels «beccos» en relació als locals dels catalans. Les tavernes dels milanesos s'ubicaven en els carrers més concorreguts de Barcelona, i pel peculiar nom dels establiments —La Bomba, L'Infern, Els fadrins, Els Quatre cantons... —, es pot intuir un fort control del beure, el joc i el lleure a la capital catalana. Els establiments dels catalans eren més modestos i de caire familiar.

S'observen altres aspectes que contrasten l'activitat comercial d'uns i altres. Mentre que els taverners locals compraven directament a productors vitivinícoles de zones properes, com s'ha comentat més amunt, amb els quals, hi havia sovint estrets lligams familiars o de paisanatge, les tavernes dels llombards es subministraven majoritàriament a través de les grans cases de comerç establertes a Barcelona. Quan els negociants forans s'associaven amb catalans recorrien a les mateixes xarxes de distribució dels naturals.

A tall d'exemple, presentem l'activitat dels germans Josep i Carlos Francesc Gippini, procedents de Milà, i Joan Anton Prat, taverner barceloní. En presència del notari Ramon Aliet Riera i dos testimonis milanesos renoven societat en data 14 de març de 1745.²⁹ L'objectiu és establir nous pactes i acords a fi de «mantenir lo forniment que tenen per iguals parts en les dues botigues del carrer Ample, una la taverna de la Bomba i l'altra la taverna dels Quatre Cantons, davant del cantó del carrer dels Escudellers, en les quals interessen igualment».

²⁷ LOBATO (1995).

²⁸ DELGADO (1986), MUSET (1997), YÁÑEZ (2006).

²⁹ AHPB. Not. R. Aliet Riera, 991/8, p. 179.

El capital aportat a fons comú dels Gippini suma 1.400 lliures i acorden que Joan Anton Prat, sense aportació de capital, administrará la taverna dels *Quatre cantons*, mentre que els germans Gippini ho faran a la taverna de la *Bomba*, durant els propers vuit anys, «i en cas que per algun motiu durant la companyia algun d'ells no la volgués o no pogués administrar, dega fer-la administrar per persona a tota satisfacció dels demés companys i no altrament». Els socis «se degan alimentar del mateix fondo de dita taverna i hauran satisfer el 40% del lucro resultant per administrar la taverna, i la resta a partir en dues parts iguals, una per Joan Prat i l'altra pels dos germans Gippini».

Previ repartiment dels guanys del negoci hauran de destinar el 2% del benefici net a l'església pel sufragi de les ànimes del purgatori: «del producte treure el dos per cent per celebracions per sufragi de les ànimes del purgatori de llur obligació i que quisquun de dits socios puga la part a ell tocant fer-la celebrar a on i per qui li apareigui». Val a dir que aquesta aportació monetària a l'església (variava entre el 1% i el 4% dels beneficis nets segons els locals) era molt freqüent en el cas de les tavernes regentades per milanesos, en canvi no observem la mateixa pauta en els locals dels catalans, ni tampoc en altres comerços de la ciutat. Desconeixem l'origen d'aquest fet, probablement era una manera pràctica d'evitar-se problemes importants amb l'església, pel tipus d'activitat que s'hi duia dins aquests establiments, especialment durant les vesprades.

Els germans Gippini formen part d'una altra societat constituïda l'any 1749 junt amb els compatriotes Juli Antoni Antonietti i Roc Varone, i els barcelonins Francisco Jordi i Joan Fara. Per a la provisió i abast d'una taverna situada al carrer Montcada aporten 2.800 lliures a fons comú del negoci.³⁰ La durada de la societat fou prevista per a vuit anys, i l'administració de la taverna rotativa entre els membres cada dos anys, començant Juli Anton Antonietti, seguint Francisco Jordi, després Joan Fara i per últim Roc Varone. Els germans Gippini aporten 1.400 lliures, el 50% del capital de la societat, i es desvinculen totalment de l'administració de la taverna. El repartiment de beneficis s'efectuarà després d'haver satisfet els salaris dels fadrins, la soldada de la minyona, despeses corporatives, i haver destinat, en aquest cas, el 2% dels beneficis nets a l'església. La quantitat restant es dividirà de la següent manera: 50% pels Gippini, 35% per a l'administrador de torn, i la resta, 15% a repartir entre els altres membres. Els proveïdors regulars de vins, alcohols i altres mercaderies són importants cases de comerç ubicades a Barcelona, les companyies Clos-Viver-Oller; Proubasta-Vilassau; Aranyó-Gargés. Probablement n'hi havia d'altres que no podem documentar.³¹

Dels germans Gippini i de Juli Anton Antonietti hem localitzat la constitució de cinc societats més, totes tavernes, dues ubicades a Barcelona i les altres tres en di-

³⁰ AHPB, notari R. Alier Riera, 991/8, p. 162.

³¹ AHPB, notari B. Galí, 918/28, p. 204; notari C. Carbonell, 1068/10, p. 244; notari J. Rojas Albaret, 973/9 s/n.

ferents punts del Principat. Entre les darreres, descriurem la taverna oberta al carrer Major de Lleida. L'any 1762 Juli Anton Antonietti i els seus fills Francesc i Pere Antonietti amb els germans Joan i Anton Gargaruto, i Ramon Plassa, taverner de Lleida, constitueixen societat amb 1.800 lliures de capital que servirà per a proveir de gèneres la taverna anomenada Els Tres Reis Magos, situada «en sa carrera des de la ciutat de Barcelona fins a Madrid». ³² Una zona òbviament idònia per obrir un local i servir alcohol i viandes a veïns i gent de pas. La previsió temporal per a la nova societat fou cinc anys. Dos administradors de forma rotatòria, de dos en dos anys, portaran el negoci, cobrant la meitat dels beneficis, a repartir l'altra meitat entre els membres que es quedaran a Barcelona, prèviament satisfetes les despeses ordinàries, i el lliurament, en aquest cas, del 3% dels beneficis nets anuals a l'església.

Un aspecte a considerar entre els negociants milanesos és el fet que estaven ben assabentats dels locals que quedaven buits a Barcelona i sabien com aprofitar les oportunitats que es presentaven, mobilitzant capital i personal. Posem un exemple. L'argenter Francesc Capalà, associat amb els germans Fort també argenters (Francisco i Joan Fort establerts a Barcelona, originaris de la vila d'Osta, prop de Milà) treballaven en un local al carrer de l'argenteria, propietat de Francesc Capalà. El pare dels Fort, taverner establert a Barcelona, mor a principis de 1731, deixa als fills argenters, una taverna que comprenia la dimensió de quatre cases juntes, en el carrer dit del Malcuinat junt la Pescateria nova. També els deixa mercaderies i alguns deutes «los censos i mals càrrecs de les quatre cases avui unides». Després de pagar els càrrecs, els germans Fort s'associen amb Capalà, tots argenters, en data 12 de juny de 1731, per a dirigir la taverna del pare difunt, fornint el local apropiadament de gèneres i buscant personal preparat per a portar el negoci, concretament quatre individus. ³³

fan i contracten entre si una companyia en la taverna que se troba parada en aquelles quatre cases unides en la present ciutat de Barcelona davant Palacio i sota el pont de fusta, avui de pedra, en lo carrer dit del mal cuinat i de la pescateria nova, en la qual taverna posen de fons i capital quiscuna de dites parts 800 lliures amb diferents vins, olis i altres apreciades mercaderies...

Tenim una doble societat amb els mateixos socis, la prèvia com a argenters, treballant tots tres el noble ofici de la plata, i igualment com a taverners dirigint un local amb personal assalariat. Desconeixem els tractes laborals amb aquests individus.

Els «beccos» aprofitaven tota situació per a fer negoci. Observem el cas de la taverna coneguda d'en Soler. La primera notícia que tenim del taverner Francesc Soler, natural de Sant Martí d'Aransa, bisbat d'Urgell, és el fet que junt amb el soci Joan Mir, boter i revenedor, despatxa a la taverna del carrer Escudellers, cantó d'en Codols. El mes de de-

³² AHPB, notari R. Alier Riera, 991/14, (1756), p. 107.

³³ AHPB, notari J. Cols, 991/8, p. 162.

sembre de 1782 Francesc Soler es casa amb Rosa Surinyach, donzella, filla del pastisser barceloní Jaume Surinyach. Just després d'escripturar capítols matrimonials s'efectua un inventari de la taverna dels socis Soler-Mir. Uns mesos més tard emparenten aquests individus. La filla donzella de Joan Mir, Teresa Mir Alaret es casa amb Rafael Surinyach, pastisser barceloní, cunyat del taverner Francesc Soler. Les clàusules d'ambdós capítols matrimonials són idèntiques en relació la composició de les dots monetàries aportades per les núvies. Rosa Soler Surinyach i Teresa Surinyach Mir aporten al matrimoni 200 lliures catalanes, respectivament, com a dot monetària, 100 lliures de les quals a lliure disposició.³⁴ El negoci s'enforteix amb els lligams familiars entre els socis i els pactes signats en els capítols matrimonials d'ambdues parelles i famílies. És probable que les 100 lliures a lliure disposició de les dones acabessin canalitzant-se en el capital comercial del negoci, com passava sovint amb circumstàncies semblants, tanmateix en aquest cas no hem trobat cap època signada pels marits en relació aquesta situació. Anys més tard, dificultats de caire familiar enterboleixen l'activitat comercial de la taverna Soler. Una concòrdia, l'any 1791, entre el matrimoni Francesc i Rosa Soler mostra la separació conjugal i els pactes acordats entre les parts: «Soler pagarà a ella 30 lliures anual per lo lloguer de un quarto pagant lo lloguer anticipadament de tres en tres mesos a raó de 7 lliures 10 sous cada tersa més 4 sous diaris per sa manutenció també per terces anticipades».

Aquesta circumstància aboca Soler a hipotecar la casa i també el negoci «per lo que hipoteca la dita casa i taverna i sos productos». Soler es veu obligat a arrendar la taverna per cinc anys a Josep Fortis, taverner milanès establert a Barcelona, per 300 lliures l'any «pagadores anticipadament de mig a mig any» i constitueix societat amb el mateix Fortis. En aquest cas Josep Fortis aporta 800 lliures al fons de la societat mentre que Francesc Soler 400 lliures. El document situa Fortis com a administrador del negoci o, en cas d'absència, algú de la seva confiança. Soler passa a treballar com a assalariat a la cuina de la taverna, necessita un jornal per a mantenir la dona «tenint per sa soldada 8 lliures més el 6% de la ganancia després de treure el 40% per l'administració». La taverna d'en Soler queda vinculada a la família dels Fortis, que en aquells moments també regentaven altres locals a la capital.³⁵

³⁴ AHPB, notari J. Cavallol Gras, 1122/2, (1782) p. 140. I 1122/3, (1783), p. 38.

³⁵ AHPB, notari G. Cavallol Gras, 1122/7 (1791), p. 225. p. 244.

6. Conclusions

Hem observat qüestions relatives a l'organització societària i l'activitat comercial de diferents tavernes a Barcelona durant el segle XVIII a partir de fonts notarial, bàsicament escriptures de constitució i renovació de societats mercantils, i inventaris efectuats en aquests negocis amb motiu del decés d'un soci o altres casuístiques. La societat mercantil permetia integrar individus procedents de diferents orígens, oficis i d'amplis sectors socials i econòmics, tant autòctons com forans, un aspecte interessant en el cas de la taverna, pel fet de ser un negoci d'escassa rellevància social.

Com a apreciació general, observem que no hi havia gaires tavernes a la ciutat que funcionessin massa temps amb els mateixos pactes i acords entre els membres. Els canvis de rumb eren freqüents i sovintejaven les entrades i sortides d'individus als negocis, especialment els establiments regentats per ciutadans llombards. La dinàmica interna conduïa un i altre cop a modificar i actualitzar l'escriptura de societat mercantil.

A les tavernes es despatxava oli, vi, aiguardent, licor, vinagre de varies qualitats i preus, juntament amb altres queviures (farina, llegums, carn de porc i botifarres, carn de bou, sardines, peix salat...) i combustibles. En el marc de la normativa regulada per les autoritats municipals hi havia un llistat de gèneres de venda prohibida, pel fet que topava amb els interessos d'altres detallistes, sota multa econòmica. Tampoc es podia atendre el públic fora de l'horari establert. A la pràctica, es servien tot tipus de productes als locals, lícits o no. Infringir els horaris d'obertura de les tavernes tampoc semblava que preocupés massa el personal. El fet és que aquests establiments estaven preparats per a tot tipus d'activitats comercials, lúdiques i festives.

A part de mobiliari, parament i utensilis propis de l'activitat mercantil, ens ha cridat l'atenció el fet que els locals disposaven de dos accessos, una porta ben visible al vianant, obrint a un carrer principal, i una altra ubicada en el lloc més amagat possible, normalment d'accés a un carreró lateral, fora de la vista de les autoritats municipals, especialment útil en moments de cridòria i rauxa del personal.

Moltes tavernes assolien la doble funció, detallista i majorista, de productes ví-nics en el mercat barceloní. Hem intentat destacar les característiques d'aquesta complementarietat. Són múltiples les casuístiques (relacions familiars i/o paisanatge) a través de les quals els taverners barcelonins establien nexes comercials amb pagesos vi-nyaters situats en els encontorns de la capital i comarques veïnes, en el marc d'una integració vertical del mercat interior català. A una escala superior es situaven importants cases de comerç, que aglutinaven la gran distribució majorista de vins, aiguardents i altres productes alimentaris a Barcelona. Les tavernes administrades per negociants llombards eren clients d'aquestes cases comercials. En el moment que els «beccos» s'as-sociaven amb catalans recorrien a les mateixes xarxes mercantils i de distribució que els naturals. Aquesta pauta diferenciada cal estudiar-la de forma més aprofundida a partir

de més exemples. Ara com ara només podem apuntar aquesta circumstància a partir de la documentació observada.

Tampoc podem establir quina proporció de tavernes estava en mans de catalans i de forans. Sí observem una pauta diferenciada en uns i altres negocis. El tarannà de les tavernes regentades per catalans era modest i familiar, en canvi els establiments dels Antoniotti, Barala, Burionetti, Fortis, Gargaruto, Gippini, Menino, Natarol, Varone... es situaven en les zones més concorregudes de la ciutat, carrers Ample, Montcada, Hospital, Espaseria, Comtal, Escudellers..., i els locals eren ben visibles al vianant, el nom dels quals (La Bomba, L'Infern, Els fadrins, Els Quatre cantons...) ja anticipava gresca al seu interior. El fet que aquests negocis canalitzessin entre el 1% i el 4% dels beneficis nets anuals al sufragi de les ànimes del purgatori, repercutia, òbviament, de forma positiva a les arres de l'església. En contrapartida, probablement també, s'assumien i es dispensaven certs excessos dels clients en els locals regentats pels estrangers.

LA CATALUNYA AIGUARDENTERA EN EL SEGLE XIX: CANVI TÈCNIC I XARXES COMERCIALS

Josep Colomé-Ferrer

Universitat de Barcelona

Llorenç Ferrer-Alòs

Universitat de Barcelona

Resum: En aquest treball es planteja que, malgrat que les exportacions d'aiguardent pràcticament varen desaparèixer del comerç exterior català a principis del segle XIX, la producció d'aiguardent va continuar essent important, especialment en algunes comarques de la província de Tarragona. Al llarg d'aquestes pàgines s'analitza el canvi que es va produir en la demanda d'aiguardents al llarg del segle XIX i les transformacions tècniques que va comportar en la producció d'aquests aiguardents. La transformació del sector estava vinculada a l'assentament de noves empreses a les ciutats de Tarragona i Reus, que es caracteritzaven per elaborar uns vins que, una vegada realitzats diferents coupages, s'exportaven a diferent països dels continents europeu i americà. Per altre banda, s'estudien les xarxes que van establir aquestes empreses i d'altres localitzades prop de Barcelona, per tal d'obtenir els excedents necessaris d'esperits i aiguardents. Finalment s'analitza la crisi del sector a finals del segle XIX.

Paraules clau: Història vinícola, Comerç vinícola segle XIX, Aiguardent, Història Econòmica segle XIX, Història Catalunya segle XIX

Resumen: En este trabajo se plantea que, a pesar de que las exportaciones de aguardiente prácticamente desaparecieron del comercio exterior catalán a principios del siglo XIX, la producción de aguardiente continuó siendo importante, especialmente en algunas comarcas de la provincia de Tarragona. A lo largo de estas páginas se analiza la transformación que se produjo en la demanda de aguardientes y lo largo del siglo XIX y las transformaciones técnicas que comportó en la producción de aguardientes. La transformación del sector estaba vinculada a la localización de nuevas empresas en las ciudades de Tarragona y Reus, que se caracterizaban por elaborar unos vinos que, una vez realizados diversos coupages, se exportaban a diferentes países de los continentes europeo y americano. Por otro lado, se estudian las redes que establecieron algunas empresas vinícolas con la finalidad de obtener el excedente necesario de alcoholes y aguardientes. Finalmente nos referimos a la crisis del sector a finales del siglo XIX.

Palabras clave: Historia vinícola, Comercio vinícola siglo XIX, Aguardiente, Historia Económica siglo XIX, Historia Cataluña siglo XIX

Abstract: This study states that, despite the fact that eaux-de-vie exports practically disappeared from Catalan foreign trade at the beginning of the 19th century, their production continued to be important, especially in some regions of the province of Tarragona. We analyse the transformation that took place in the demand for eaux-de-vie in the 19th century and the technical transformations that their production brought about. The transformation of the sector was linked to the location of new companies in the cities of Tarragona and Reus, which produced wines that, after various coupages, were exported to different countries in the Europe and the Americas. We also study the networks established by some winemaking companies to obtain the necessary surplus of alcohol and spirits. Finally, we refer to the crisis in the sector in the late 19th century.

Keywords: wine history, 19th century wine trade, eaux-de-vie, 19th century economic history, 19th century history of Catalonia

1. Introducció: canvi tècnic i transformació del sector aiguardenter

L'espectacularitat de les exportacions d'aiguardent des de les comarques de Tarragona al nord d'Europa en el segle XVIII ha minimitzat el paper de l'aiguardent i de l'esperit de vi en el segle XIX. La tesi que s'ha estès es basa en que el declivi d'aquestes exportacions relacionades amb el procés d'independència de les colònies americanes i canvis en els mercats europeus, va portar a la desaparició de la producció d'aiguardent i la substitució per un comerç exterior basat en l'exportació de vi sobretot cap a Amèrica.¹

Avui comencem a tenir evidències que, si bé l'aiguardent va desaparèixer en bona part del mercat exterior, la demanda es va mantenir i incrementar, ja que la producció d'aiguardent i esperit van esdevenir fonamentals en la indústria vitícola del segle XIX. Així mateix aquesta demanda va anar acompanyada d'un canvi tècnic que permetia produir-los de forma més eficient i amb menys costos energètics.

Respecte el canvi tècnic, la producció d'aiguardent presentava dos problemes. Per una banda, els antics alambins (formats per una caldera, un serpentí per refredar i una olla per recollir el destil·lat) necessitaven molta destresa en el seu funcionament, sobretot en el domini del foc; consumien molt combustible i treball, ja que els aiguardents obtinguts eren de baixa graduació i necessitaven diverses redestil·lacions per poder assolir la graduació desitjada, i era freqüent que tinguessin mal gust. D'altra banda, a començaments del segle XIX els nous usos requerien esperits de més graduació que els aiguardents corrents. En aquest entorn podem entendre les millores que es van produir a nivell tecnològic.

A França es van editar des del segle XVIII una gran quantitat de manuals de fabricació que explicaven les millores tècniques que es podien aplicar als alambins tradicionals per millorar-ne la productivitat.² Així en els alambins tradicionals s'hi van aplicar els escalfavins, un petit dipòsit que aprofitava l'energia calorífica per escalfar el vi i estalviar combustible en l'evaporació; al mateix temps, es van millorar calderes i serpentins per poder guanyar eficiència.³ El canvi tècnic més important, però, va ser la destil·lació contínua, que permetia en una mateixa operació obtenir aiguardents o esperits de més graduació amb el consegüent estalvi de temps i de combustible. El 1801 Eduard Adam va patentar el primer aparell de destil·lació contínua, que ben aviat va veure com altres aplicaven els mateixos principis (Berard, 1805; Solimani, 1802; Blumental, 1813).⁴ La seva difusió a Catalunya va ser immediata. Així, *El Diari de Bar-*

1 TORRAS ELIAS (1976); COLOMÉ i VALLS-JUNYENT (1994); VALLS-JUNYENT (2001a) (2001b) i (2004a); COLOMÉ, R. GARCÍA, J. PLANAS i F. VALLS-JUNYENT (2013); COLOMÉ, PLANAS i VALLS-JUNYENT (2015).

2 LEBEAUD (1843); LENORMAND (1817); PARMENTIER (1819).

3 VERA Y LÓPEZ (1885).

4 LEBEAUD (1843); NIETO-GALAN (1997).

celona publicava el 31 de juliol de 1801 la invenció d'Adam i n'assenyalava les virtuts.⁵ I en les *Memorias de Agricultura y Artes* que publicava la Junta de Comerç hi podem trobar en els primers números de 1815 una descripció detallada amb làmines il·lustratives dels diferents aparells amb l'anàlisi dels avantatges i inconvenients de cada un d'ells.⁶ Al mateix temps, a Catalunya el licorista i destil·lador Joan Jordana Elias estava desenvolupant també una nova màquina de destil·lar, i el 1801 va fer una proposta de construir un aparell de destil·lar que posaria a disposició de tothom, l'èxit del qual li va valdre una pensió vitalícia. El va millorar el 1807 i 1808, i el 1814 en muntava una nova versió a casa de Pere Mir, un propietari de Sant Sadurní d'Anoia que el mostrava a fabricants i colliters. Sembla que no desmereixia els que venien de França. Fins i tot apareix descrit en algun manual francès.⁷

El que ens interessa és com es va propagar tota aquesta nova tecnologia per Catalunya. En sabem poc, però en les mateixes *Memorias de Agricultura* s'esmenta que el 1815, a més de la fassina de Pere Mir, n'hi havia almenys nou més de conegudes (tant Adams com Berards),⁸ totes elles a la zona aiguardentera del Camp de Tarragona. I el 1821 n'hi havia 80 a Catalunya i s'estaven estenent ràpidament.⁹ I eren els «artistes» del país els que en construïen i segurament els milloraven com passava amb les màquines tèxtils. Aquest canvi ja l'anotava un pagès de Santa Coloma de Gramenet quan el 1823 assenyalava que la collita de vi es destil·lava en «uns edificis que eren de molta importància perquè enlloc d'olles regulars inventaven altres que se'n deien màquines.»¹⁰

Aquestes dades permeten objectar els resultats que obtindríem si tant sols ens fixem en les fonts fiscals. En efecte, segons la Contribució Industrial de 1857, a Espanya hi havia 1.651 fàbriques d'aiguardent que estaven actives menys de dos mesos l'any, de les quals el 14,3% a Catalunya; el 63% de les 38 que anaven de 4 a 6 mesos i el 87,5% de les que funcionaven més de 6 mesos.¹¹ Aquell any no apareix cap esment a la destil·lació contínua. Segons les mateixes fonts fiscals, el 1889, a Catalunya només hi havia un aparell «con sistema anglès» que corresponia a una destil·lació contínua.¹²

Aquesta imatge d'indústria endarrerida creiem que no es correspon amb la realitat. Els nostres indicis, ens porten a considerar que a la segona meitat del segle XIX bona part de les fassines s'havien modernitzat, introduint destil·lacions contínues o

5 *Diario de Barcelona*, 212, 31 de juny de 1801, p. 849.

6 Són els de Eduard Adam, Berard, Solimani, Menard, Carbonell i un d'anònim (números de l'any 1815).

7 LENORMAND (1817), p. 149-151.

8 Guillem Oliver a Tarragona (Berard), un altre del mateix propietari (Adam) que durant la Guerra del Francès es va traslladar a Reus i després a Vilaseca; Esteve Gaià (Berard) i Srs. Krull i Cia a Vilaseca; Vda Albanés e Hijos i Jose Anguera a Reus i Josep Moragas, Joan Coll i Joan Rodon a Valls (*Memorias de Agricultura...*, 1815, n. 1, p. 17).

9 NIETO-GALÁN (1997).

10 GALOBARDES (1992), p. 122.

11 DIRECCIÓN GENERAL DE CONTRIBUCIONES 1857.

12 *Estadísticas de la Contribución Industrial y de Comercio*, 1889-1890.

millorant molt els antics alambins. A Vila-rodona per exemple, el 1880 les fàbriques totes anaven a vapor.¹³

El canvi tècnic que paulatinament s'anava implementant en el sector aiguardenter estava vinculat a les variacions que experimentava la demanda. Així, els canvis tècnics en els processos de destil·lació que permetien produir esperits de més graduació i amb gustos neutres van permetre abastir demandes que es caracteritzaven precisament per la necessitat d'esperits de més grau. Les principals demandes procedien de: a) el manteniment del consum popular d'aiguardent, especialment els anisats,¹⁴ que s'incrementava pel creixement de la població; b) la producció de vins generosos i misteles que necessitaven alcohol per augmentar la seva graduació, el que explicaria l'exportació d'aiguardents cap al mercat andalús; c) l'alcoholització de vins destinats a l'exportació, tant els cupatges de vins orientats a determinats mercats europeus com els destinats als mercats sud-americans; d) l'increment progressiu del consum de licors de totes menes que utilitzaven l'alcohol per les respectives maceracions; com l'antic aiguardent anisat, que serà substituït pel licor d'anís, i e) noves demandes d'alcohol per molts processos productius que no tenien res a veure amb el consum de vins i licors (dissolvents de substàncies resines, pintures, vernissos, farmàcia, tintures, perfumeria, conservació de productes...).

La majoria d'aquestes demandes necessitaven esperits de més graduació o de bona qualitat. Bonaventura Castellet insistia en fer servir un bon esperit de 36° Cartier per fer vins rancis i generosos i de 35 i 37° per alcoholitzar els vins que s'enviaven a l'exportació.¹⁵ En aquest entorn la demanda d'esperits es va incrementar de forma significativa. L'increment de la demanda i exportació de vi implicava també l'increment de la producció de vins per cremar, la qual cosa exercia una pressió sobre la producció vitícola.

Pel que fa a l'obtenció d'aiguardents, al llarg del segle XIX les comarques taragonines (especialment el Tarragonès, l'Alt i Baix Camp i la Conca de Barberà), es van convertir en els principals productors del Principat. A les pàgines que segueixen s'analitza aquest procés d'especialització, vinculat a l'assentament de noves empreses a les ciutats de Tarragona i Reus, que es caracteritzaven per elaborar uns vins que mitjançant diferents *coupages* eren destinats als mercats exteriors. En segon lloc, s'estudien les xarxes que van establir aquestes empreses i d'altres localitzades prop de Barcelona, per tal d'obtenir l'excedent necessari d'esperits i aiguardents. Xarxes que, per altra banda, van estimular l'expansió del sector vitivinícola a les terres de Ponent. Finalment ens referim a la crisi del sector a finals del segle XIX.

13 El 1880 l'ajuntament rebia reclamacions pels perills d'una màquina de vapor, el 1884 la fàbrica que després faran anar els Muller també anava a vapor i el 1884 una altra demanava permís per instal·lar dues calderes de vapor (SANTESMASES 1984, P. 144). La fàbrica dels Muller a Fondarella també funcionava a vapor, tenia columnes i rectificador.

14 No ho podem confondre amb els licors d'anís que es popularitzaran més endavant. En aquest cas es tractava de destil·lar juntament amb estrella d'anís o matafaluga de tal manera que l'aiguardent tenia aroma d'anís.

15 CASTELLET (1869).

2. Vi i aiguardent: Tarragona, empori vinícola a la Mediterrània del segle XIX

A la vigília de l'arribada de la fil·loxera, a la província de Tarragona es cultivaven al voltant de 111.028 hectàrees de vinya, destacant les terres del Priorat com a principal àrea productora (27.716 ha) i els partits judicials de Reus (16.700 ha), el Vendrell (16.040 ha), Montblanc (14.671 ha) i Valls (14.507 ha).¹⁶ En aquells mateixos anys vuitanta, el *Consejo Superior de Agricultura, Industria y Comercio* va enviar als Consells provincials un *Interrogatorio* amb la voluntat de conèixer la situació del sector vitivinícola i les vies per millorar-ne la producció i incrementar les exportacions. El 14 de desembre de 1884, el Consell Provincial de Tarragona va trametre la resposta a l'*Interrogatorio*, assenyalant que a les terres tarragonines predominava la producció de

los vinos tintos de pasto, cuya graduación alcohólica varía de 10 a 15 % según las localidades de que proceden. La obtención de vinos blancos hállase limitada a muy contadas localidades y carece de importancia. También se elaboran mistelas negras y blancas impidiendo la fermentación del mosto por medio del alcohol.¹⁷

El mateix *Informe* destacava que la major part de la producció es destinava a l'exportació, mentre que el mercat interior tenia poca importància pels comerciants locals:

la extracción de vinos de esta provincia con destino a otros territorios españoles es bastante exigua, pues según los datos del último quinquenio, viene a ser de 50.223 hectolitros anuales remitidos principalmente a la provincia de Barcelona y a las de Galicia y Asturias. En cambio, la exportación al extranjero es importantísima y constituye la base de la riqueza de este país.¹⁸

D'aquesta manera el port de Tarragona es convertia en un dels principals ports europeus pel que fa a l'expedició de productes vínics, donant sortida als vins i aiguardents produïts al sud de Catalunya, a les terres de ponent i als que a través del ferrocarril o del comerç fluvial arribaven d'Aragó. Respecte el punt de destí d'aquestes exportacions, a la Taula 1 podem observar com el mercat francès era el principal client dels comerciants tarragonins, relació que s'havia vist afavorida des del 1882 amb la signatura d'un tractat comercial hispano-francès que, com a conseqüència de la destrucció de les vinyes franceses a causa de la fil·loxera, reduïa els aranzels francesos per les exportacions de vins espanyols.¹⁹ Entre els ports francesos destacava el pes que tenia el de

¹⁶ GIRALT RAVENTÓS (1990), p. 235.

¹⁷ GIRALT RAVENTÓS (1998b), p. 228.

¹⁸ GIRALT RAVENTÓS (1998b), p. 239.

¹⁹ PAN-MONTOJO (1994a) i (1994b); COLOMÉ, R. GARCÍA, J. PLANAS i F. VALLS-JUNYENT (2013); COLOMÉ FERRER i FERRER-ALÒS (2020).

Sète, al departament d'Hérault, on es destinava al voltant del 29 % del vi que s'expedia del port de Tarragona, convertint-se en el principal port de la mediterrània pel que fa a les trameses de vi català. Le Havre jugava el mateix paper respecte els ports del nord d'Europa, descarregant prop de l'11 % del vi que sortia de Tarragona.

Taula 1. Sortides de vi i aiguardent pel port de Tarragona (1885)

| Destí | Pipes vi | Pipes aiguardent | % sobre total vi | % sobre total aiguardent |
|-------------------|----------------|------------------|------------------|--------------------------|
| 1. Europa | 99.390 | 1.219 | 77,4 | 95,1 |
| França | 83.033 | 1.181 | 64,7 | 92,1 |
| Regne Unit | 10.102 | - | 7,9 | - |
| Itàlia | 383 | - | 0,3 | - |
| Suècia | 1.024 | - | 0,8 | - |
| Alemanya | 3.621 | 6 | 2,8 | 0,5 |
| Altres | 1.227 | 32 | 1,0 | 2,5 |
| 2. Amèrica | 28.944 | 63 | 22,6 | 4,9 |
| Argentina | 23.115 | - | 18,0 | - |
| Altres | 5.829 | 63 | 4,5 | 4,9 |
| 3. Total | 128.334 | 1.282 | 100 | 100 |

Font: Vegeu Apèndix 1

Lluny dels percentatges que representava el comerç amb França es trobaven les relacions comercials amb Argentina, on destacava el mercat de Buenos Aires, que representava el 18 % dels vins exportats per Tarragona. El tercer destí d'aquests vins eren els mercats anglesos, destacant la relació existent amb els ports de Londres i Liverpool.

Els comerciants tarragonins, instal·lats principalment a les ciutats de Reus i Tarragona, mantenien també relacions amb altres ports del nord d'Europa, com Hamburg (Alemanya) o Göteborg (Suècia), per exemple, tot i que el volum de vi expedit era molt menor que el que es destinava als ports francesos, argentins o anglesos. Així, per exemple, trobem empreses exportadores de vins, com Carey, Hermanos y Compañía o Sevil, Hermanos y Compañía, ambdues de Tarragona, que mantenien relacions comercials amb França, Anglaterra, Alemanya, Holanda, Suècia, Noruega o Suïssa, a Europa, i Rio de la Plata i diversos ports del continent Americà (vegeu Apèndix 2).

Malgrat la predominança de la producció i exportació de vi comú, a la segona meitat del segle XIX alguns viticultors i comerciants havien començat a experimentar i comercialitzar vins d'anyada, vins generosos, varietals o imitacions que s'adaptaven a

la demanda exterior. Així, per exemple, a l'Exposició Universal de París de l'any 1878 hi varen concórrer 355 expositors de 48 municipis diferents de les comarques tarraconines, dels quals 232 presentaven productes vinícoles. Entre els productes enviats a París, trobem vins que posaven en relleu les varietats de raïm amb les que han estat elaborats, destacant les de garnatxa, palomino, macabeu i malvasia. D'altres posaven en relleu l'anyada, com, per exemple, Pau Abelló, de Reus, que va presentar un vi ranci datat el 1790 o el Marqués de Montoliu que hi va enviar, entre altres productes, un vi generós de 1840.

Menys transcendència va tenir la representació dels aiguardents i esperits que es produïen a la província. En aquest sentit cal destacar els productes enviats per firmes establertes a la ciutat de Tarragona, com Joan Figuerol Miracle, que hi va presentar aiguardent anisat; Nogués Ramon i Companyia, representat pel seu esperit d'orujó rectificat de 39,75° Cartier i per aiguardent anisat de 20°, 24,5° i 30°; o Gregori Oliva, que hi va presentar un esperit de vi de 90° i aiguardents anisats de 46° i 80°. També cal remarcar el pes que tenien misteles, blanques i negres, moscatells i, especialment, el vi ranci. Finalment, trobem els comerciants vinícoles que van aportar imitacions de diferents vins i que distingien els seus productes segons el mercat de destí. Així, per exemple, Josep Borràs i Magrinyà, comerciant de Reus, va presentar a l'Exposició un vi Oporto vell destinat al mercat anglès; Josep Boua Moncet, també de Reus, hi va enviar vi Oporto negre, singularitzant entre el que s'enviava a Brasil, Anglaterra o als Estats Units de Nord-Amèrica i el nord d'Europa; l'empresa Canyellas, Germans i Cia també diferenciava entre el vi que enviava al Rio de la Plata, a Brasil o a Londres; Carey Hermanos y Cia, de Tarragona, que comercialitzava un vi *White Port*; o August de Muller, resident també a Tarragona, que presentava l'Oporto que exportava a Anglaterra.²⁰

Aquests vins destinats a l'exportació i que tenien en compte les característiques de la demanda dels diferents mercats, s'elaboraven a partir de complexos cupatges en els que l'aiguardent hi tenia un paper destacat. La documentació corresponent a la casa d'August de Muller de Tarragona ens ofereix múltiples exemples. Així, per elaborar el vi que destinaven a Bordeus calien «8 pipas bordelesas de vino tinto ordinario lo más colorado posible, alcoholizado a 18 o 20°» o, en el cas del que es venia a Nova York, eren necessàries «50 pipas oporto llenarlas de vino dulce Priorato de 7° de Falset y refuerzo 10 % espíritu, con dos cortanes mistela de baya por cuarterola».²¹

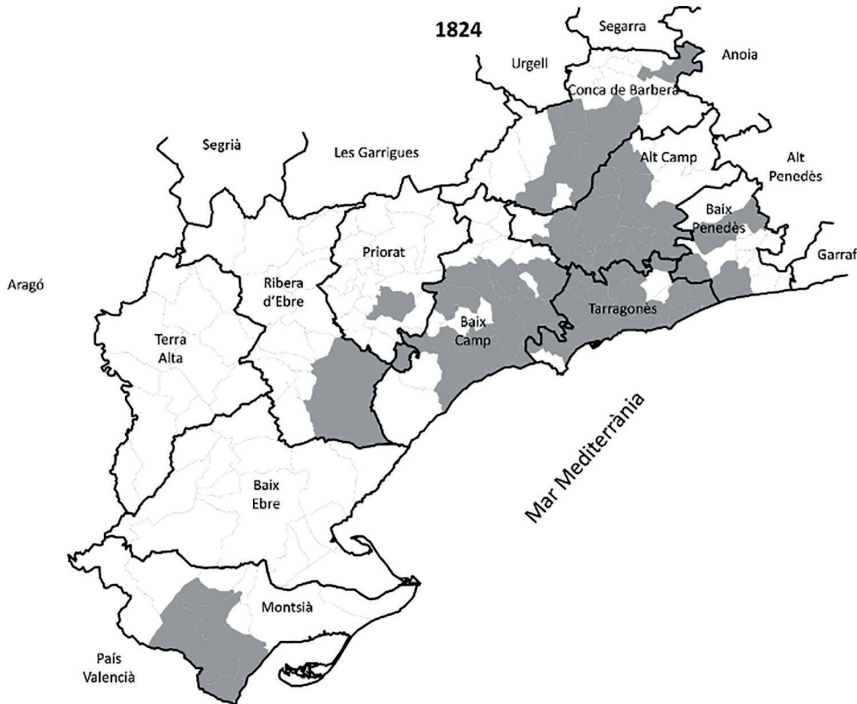
D'aquesta manera, l'aiguardent va trobar nous usos o simplement prengueren més importància alguns que abans no en tenien: augmentar la graduació de vins de baix grau per poder-los fer útils pel consum i per poder-los exportar, ja que el grau

²⁰ Arxiu Històric de Tarragona, Fons Cambra Agrària Provincial de Tarragona, Lligall 24001, Exposició Universal París 1878.

²¹ COLOMÉ FERRER i FERRER-ALÒS (2020), p. 39.

ajudava a la conservació; afegir aiguardent per poder adaptar els vins als gustos dels diferents mercats que demanaven una alcoholització de vins; encapçalar aquells vins que la seva personalitat estava relacionada amb l'alcohol (misteles, vi ranci o vins de solera andalusos), així com formar part dels cupatges i barreges necessàries per imitar vins o per donar personalitat a vins que anaven a un determinat mercat.

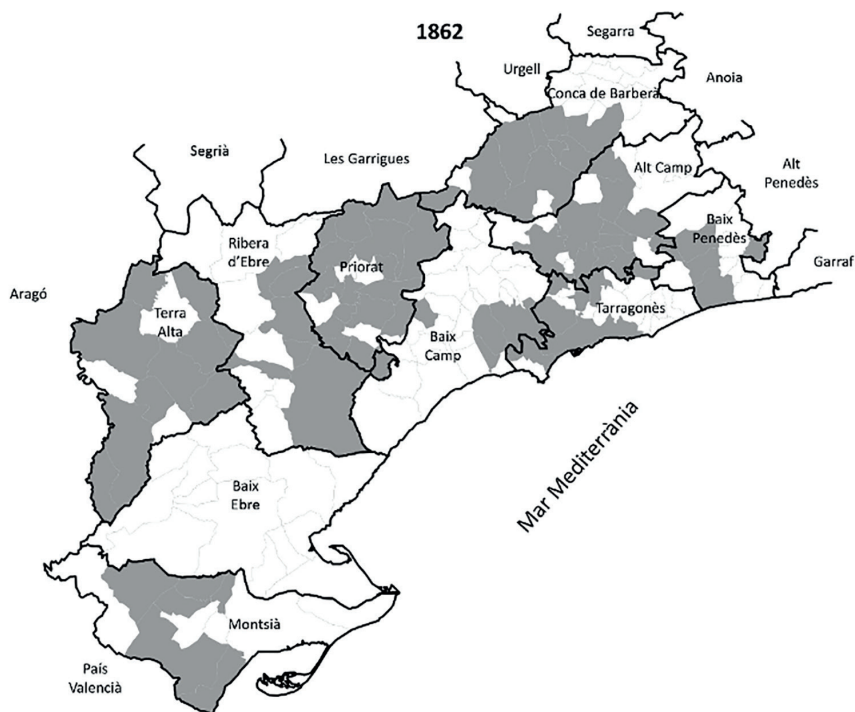
Mapa 1. Municipis amb fassina a les comarques tarragonines, 1824



Font: FRIGOLA (1824)

La presència dels grans comerciants vinícoles i la necessitat que aquests tenien d'aiguardent, va comportar que a la segona meitat del segle XIX la província de Tarragona esdevingués la principal zona productora d'aiguardents de Catalunya. Respecte a la localització geogràfica d'aquesta producció, en el mapa 1 podem veure com a la segona dècada del segle XIX, el nucli de la producció aiguardentera a la província de Tarragona (i al conjunt del país) es concentrava a les tres comarques del Camp de Tarragona (Tarragonès i Alt i Baix Camp) i a la Conca de Barberà. Als anys seixanta (Mapa 2), segons les dades obtingudes a la *Guía fabril y industrial de España* de Jiménez Guted, es mantenia el mateix nucli productor de 1824, però al mateix temps, la producció d'aiguardent s'havia escampat per les comarques del Priorat, la Ribera d'Ebre i el Montsià.

Mapa 2. Municipis amb fassina a les comarques tarragonines, 1862



Font: GIMÉNEZ Y GUITED (1862)

L'augment del nombre de fassines que s'observa entre 1824 i 1862 es deu bàsicament a dos factors: la proliferació de petites fassines vinculades a la producció local i, en segon lloc, la incidència de les empreses víniques vinculades a l'exportació de vins demandants d'aiguardents per encapçalar els seus vins. *L'Estadística Industrial y Agraria* de 1876 ens dona algunes pistes sobre l'increment de fassines en aquets anys. Així, a través d'aquesta font documental disposem de dades sobre set municipis de la comarca del Priorat (la Fatarella, el Lloar, Falset, Porrera, Cornudella, Marçà i Cabacés) amb un total de tretze fassines. La major part d'aquestes es van fundar entre 1830 i 1870, tractant-se de fassines que tant sols treballaven tres mesos a l'any durant els quals ocupaven a una o dues persones i amb una producció que generalment se situava entre els 100 i els 250 hectolitres. Aquestes eren fassines vinculades a la producció local, que possiblement aprofitaven el vi que s'havia malmès a les botes en un moment d'expansió de la vinya en aquelles contrades. La seva producció es destinava al mercat local o era venuda a empreses aiguardenteres més importants, com la de Josep Bové, de Falset, que produïa anualment 1.800 hl d'aiguardent de 25° en una fassina creada el 1865. Aquestes darreres serien les que abastien d'aiguardent als grans comerciants de vi. En

segon lloc, en apartats anterior ja s'ha destacat el paper que van jugar els grans comerciants de vi vinculats amb els mercats exteriors, com element decisiu a l'hora d'explicar l'increment del nombre de fassines a la segona meitat del segle XIX i en el fet de que la ciutat i el port de Tarragona s'acabessin convertint en el principal mercat d'aiguards de la corona espanyola.

Taula 2. Sortides d'aiguardent pel port de Tarragona (en hl)

| | Mercat interior | Mercat exterior | Total | % mercat interior sobre total |
|------|-----------------|-----------------|----------|-------------------------------|
| 1878 | 30.015,0 | 724,5 | 30.739,5 | 97,6 |
| 1879 | 18.963,0 | 1.570,5 | 20.533,5 | 92,4 |
| 1880 | 19.147,5 | 2.893,5 | 22.041,0 | 86,9 |
| 1881 | 22.212,0 | 1.606,5 | 23.818,5 | 93,3 |
| 1882 | 23.944,5 | 5.040,0 | 28.984,5 | 82,6 |
| 1883 | 25.758,0 | 3.132,0 | 28.890,0 | 89,2 |
| 1884 | 25.699,5 | 3.681,0 | 29.380,5 | 87,5 |
| 1885 | 21.883,5 | 8.037,0 | 29.920,5 | 73,1 |
| 1886 | 20.668,5 | 4.369,5 | 25.038,0 | 82,5 |
| 1887 | 26.217,0 | 3.730,5 | 29.947,5 | 87,5 |
| 1888 | 16.641,0 | 1.147,5 | 17.788,5 | 93,5 |
| 1889 | 13.432,5 | 553,5 | 13.986,0 | 96,0 |
| 1890 | 17.752,5 | 90,0 | 17.842,5 | 99,5 |
| 1891 | 21.249,0 | 445,5 | 21.694,5 | 97,9 |
| 1892 | 23.670,0 | 81,0 | 23.751,0 | 99,7 |

Font: Arxiu del Port de Tarragona; Mensuals d'Exportació, 1885 a 1892 (sig. 3946); Mensuals d'Exportació 1878 a 1884 (sig. 3945); Mensuals d'Exportació; 1893 a 1898 (sig. 3947)

Al darrer terç del segle XIX, la producció d'aiguardent a la província de Tarragona s'havia orientat definitivament al mercat interior, que entre 1878 i 1892 representa de mitjana poc més del 90 % de les sortides d'aiguardent pel port de Tarragona (vegeu Taula 2). Si comparem el destí de l'aiguardent que sortia pel port de Tarragona en els anys 1885 i 1895, podem veure com aquesta tendència es va accentuar en el darrer decenni del segle. Així, l'any 1885 s'embarcaven al port de Tarragona 29.920 hl d'aiguardent, dels quals el 73 % es destinaven al mercat interior, especialment al port de Bilbao. La resta s'enviaven principalment a França (el 92 % de l'aiguardent exportat), destacant el port de Sète, al departament d'Hérault, on es destinaven 994 pipes d'aiguarden.²² En els darrers anys del segle, pràcticament havien desaparegut les exportacions d'aiguar-

²² Arxiu del Port de Tarragona, lligall 3946.

dent, de manera que el 99 % de l'aiguardent que s'embarcava s'enviava als ports del País Basc (Bilbao i Pasajes), mentre que es mantenien les sortides de vi, especialment amb destí als ports francesos.²³

Taula 3. Tràfic de vins, aiguardents i esperits per les estacions de la línia de Lleida a Reus i Tarragona el 1886 (en tones mètriques)

| Estació | Comarca | Expedició (a) | Recepció (b) | a-b |
|---------------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Puigvert | Urgell | 435,8 | 33,4 | 402,4 |
| Juneda | Les Garrigues | 1.716,6 | 116,9 | 1.599,7 |
| Borges Blanques | Les Garrigues | 1.277,7 | 46,8 | 1.230,9 |
| La Floresta | Les Garrigues | 1.411,1 | 15,8 | 1.395,3 |
| Vinaixa | Les Garrigues | 1.016,7 | 19,5 | 997,2 |
| Total comarca Les Garrigues | | 5.857,9 | 232,4 | 5.625,5 |
| Vimodí | Conca de Barberà | 3.280,0 | 28,3 | 3.251,7 |
| L'Espuga de Francolí | Conca de Barberà | 4.791,4 | 113,5 | 4.677,9 |
| Montclanc | Conca de Barberà | 17.595,0 | 1.091 | 16.504,0 |
| Vilaverd | Conca de Barberà | 910,6 | 142 | 768,6 |
| Total comarca Conca de Barberà | | 26.577 | 1.374,8 | 25.202,2 |
| La Riba | Alt Camp | 22 | 398,4 | -376,4 |
| Picamoixons | Alt Camp | 185,4 | 3.756,8 | -3.571,4 |
| Alcover | Alt Camp | 150,2 | 6,5 | 143,7 |
| Total comarca Alt Camp | | 357,6 | 4.161,7 | -3.804,1 |
| La Selva del Camp | Baix Camp | | 24,4 | -24,4 |
| Reus | Baix Camp | 25.584,0 | 12.995,0 | 12.589,0 |
| Total comarca Baix Camp | | 25.584,0 | 13.019,4 | 12.564,6 |
| Vila-seca | Tarragonès | 218,4 | 706,5 | -488,1 |
| Tarragona | Tarragonès | 3.759 | 45.465,6 | -41.706,6 |
| Total comarca Tarragonès | | 3.977,4 | 46.172,1 | -42.194,7 |

Font: PASCUAL (2017): Vol. II, p. 409

²³ Arxiu del Port de Tarragona, lligall 3947.

A aquests valors caldria afegir-hi els que es transportaven per ferrocarril. En aquest sentit, entre 1878 i 1886 per la línia de Tarragona a Barcelona i França es van moure un total d'1,52 milions de tones mètriques de vins, aiguardents i esperits, representant el 22,3 % del total de càrrega transportada.²⁴ Cal tenir present, però, que aquestes dades fan referència principalment a l'exportació de vins direcció a França en un moment que, com ja hem apuntat anteriorment, la demanda francesa s'havia incrementat notablement. Pel que fa a la producció i comercialització d'aiguardent possiblement fou més important la línia ferroviària de Lleida a Reus i Tarragona. A través de les estacions d'aquesta línia arribava a les principals localitats productores d'aiguardent el vi de les comarques de l'interior i l'aiguardent que posteriorment seria rectificat. Al mateix temps, a la Taula 3 podem observar la importància que el ferrocarril tenia per algunes de les principals comarques productores d'aiguardents, la Conca de Barberà i el Baix Camp, amb unes expedicions de 26.577 tm i 25.584 tm de productes vínics respectivament. Menció especial mereixen les dades corresponents a l'estació de Tarragona, on arribaven 42.194,7 tm de productes vínics, majoritàriament aiguardent, destinades als magatzems dels grans comerciants localitzats a la ciutat.

3. Les xarxes territorials i la captació de l'excedent de vi i aiguardent

Les principals firmes comercials vinculades a l'exportació de vins havien de tenir, a través dels seus corresponsals, un profund coneixement tant del mercat interior com dels mercats als que exportaven. Al mateix temps, per fer els cupatges necessaris per satisfer les particularitats dels diferents mercats, calia conèixer les característiques dels vins que es produïen a les contrades que els podien fornir. Una vegada controlaven la producció local o de municipis propers, la informació i la captació dels excedents de vi i de la producció d'aiguardent de les comarques de l'interior de la província de Tarragona i de les terres de Ponent esdevenien, doncs, elements decisius pels comerciants vinícoles tarragonins: calia conèixer les peculiaritats de la producció vínica de pobles i comarques que podien subministrar el vi i l'aiguardent, així com les varietats de raïms que es produïen a cada contrada i les seves característiques. Al mateix temps, era necessari crear unes xarxes que permetessin controlar la producció local i elaborar l'aiguardent i l'esperit necessari. Observem dos casos: l'empresa d'August de Muller, de Tarragona, i la de Vicenç Bosch i Cia, de Badalona.

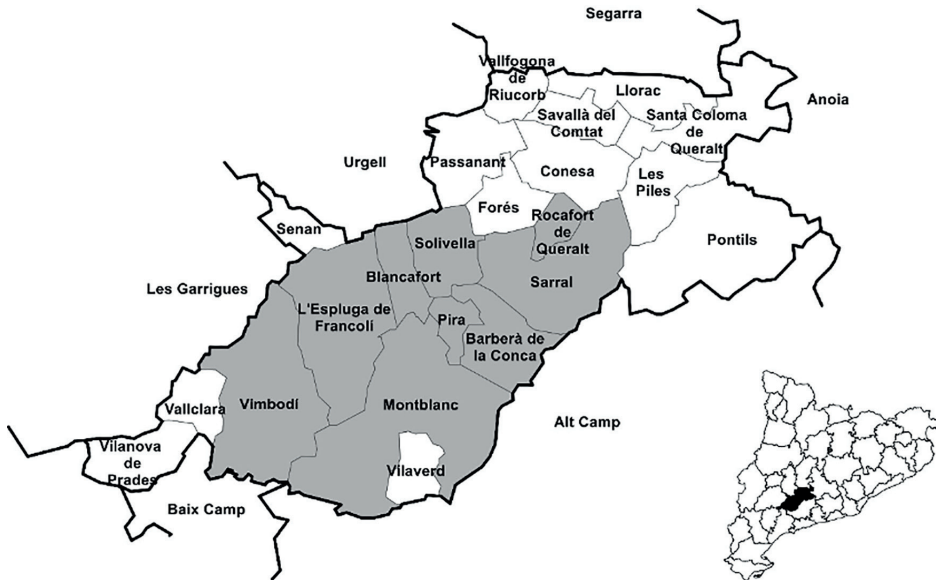
²⁴ PASCUAL (2016), vol. II, p. 32

3.1 August de Muller

La documentació de l'empresa que va fundar a mitjans del segle XIX August de Muller i Ruinart, ens permet copsar el tipus de notícies que aquests comerciants reunien respecte les principals zones productores. En efecte, el 1854 es va crear la Societat Muller, Hebrand i Cia., que va començar a comercialitzar aiguardents que compraven a tercers i a fer *coupages* de vins per enviar a diferents mercats estrangers. Muller, el 1869 es va interessar per la situació de diversos municipis vitícoles de la comarca de la Conca de Barberà. En els informes elaborats s'indicava, per exemple, que al municipi de Montblanc

La vid no ha llegado aún a su apogeo. La mayor parte del vino que se recoleta [sic] es para quemar, cuyas plantas es el Matarons [monastrell], Trepats y Panses, produciendo 1.000 cepas unas 25 o 30 cargas de vendimia. Hay unas partes para hacer vino bueno y mistelas, produciendo las viñas que están hacia los montes cuyas cepas son la Planta de Sitjas, Matarons y alguna Granacha [garnatxa] aunque en poca cantidad; estas viñas por 1.000 cepas suelen dar de 5 a 18 cargas de vendimia.²⁵

Mapa 3. Municipis de la comarca de la Conca de Barberà que apareixen en els informes realitzats per l'empresa d'A. de Muller el 1869



Font: elaboració pròpia

25 Arxiu Històric Tarragona, Fons Müller, lligall 7572, «Estadística de la producció de aiguardients y vins para quemar por término medio en la Conca de Barberá».

A banda de Montblanc, es va recollir informació sobre altres municipis de la comarca (vegeu Mapa 3), interessant-se principalment per la importància que tenia la producció d'aiguardent, el grau que feien els vins que s'obtenien, el nombre de viatges que s'acostumaven a fer cada dia en direcció a la capital de la comarca, Montblanc, i l'estat dels camins. Així, sabem que al terme municipal de Vimbodí,

las mejores viñas, que son las que producen garnacha están ya a su apogeo. Hay tres clases de vino, a saber: bueno, mediano y malo. El mediano es el que se vende dos o tres pesetas más caro por carga que el malo y sirve para embarcar, aunque en realidad son lo mismo. De toda la Conca, donde pueden hacerse mejores vinos es de Vimbodí a la Espluga. Los aguardientes son buenos. Las mistelas son dulces, pero no tan negras como las del Priorato²⁶

o a Sarra, on s'indicava que

la vid está en aumento. Todo el vino que se recoleta [sic] se quema, excepto [sic] unas 3.500 cargas que hace cinco o seis años se embarcan. Los grados que suele hacer el vino son 16,5. Vendimia no se vende ninguna. Les hacen dos viajes al día a Montblanch, siendo el coste 16 rs por pipa. El camino malo hasta la Guardia.²⁷

Com ja s'ha apuntat, l'accés al vi i, sobre tot, a l'aiguardent que es produïa tant a les comarques properes a la ciutat de Tarragona, on s'havien establert la major part dels grans comerciants vinícoles, com a l'interior del país, esdevenia crucial per aquelles empreses. A partir de la informació recopilada respecte els diferents territoris, podien establir una xarxa de corredors, comprar fassines i llogar cups per tal de controlar la producció de les comarques interiors.

Observem, de nou, el cas de l'empresa creada per August de Muller. A principis de 1880, amb l'objectiu de disposar d'un magatzem on dipositar part del vi i aiguardent que adquiria a la comarca del Baix Camp, va signar un contracte d'arrendament amb Miquel Bassedas i Andreu, propietari resident a la ciutat de Reus. Segons l'escriptura, a canvi d'un pagament de 1.750 pessetes per any, l'empresa Muller podia disposar d'un pati amb magatzems i sis tines, i «las máquinas y utensilios para llenarlas y vaciarlas».²⁸

Dos anys més tard, el 1882, l'increment dels preus del vi amb motiu de la creixent demanda francesa segurament va impulsar a Muller a cercar excedents de vi i aiguardent a comarques cada vegada més allunyades de la ciutat de Tarragona, on es localitzava la seu de l'empresa. Així, el mes de juny d'aquell any August de Muller va arrendar a Nicolas Muñoz una fassina a la localitat de Vila-rodona, i d'altres locals a propietaris i

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7420.

pagesos del mateix municipi. Amb l'objectiu d'accedir a part de la producció vínica de la comarca de l'Alt Camp, Muller s'obligava a adquirir els aparells necessaris per fer operativa la fassina i, a més, es comprometia a avançar capital per comprar vins i elaborar aiguardent. Però per aconseguir aquests vins requeria de personal coneixedor del territori. Per aquest motiu, establia que el mateix Nicolás Muñoz, que l'hi havia arrendat la fassina, es faria càrrec «de las compras y ventas de los vinos y aguardientes, vigilará la elaboración del espíritu, todo en su nombre propio... y con arreglo a las instrucciones de D. Augusto de Muller, por cuenta de quien se harán todas las operaciones». Al mateix temps, Muñoz es comprometia a «no hacer operación alguna de su cuenta personal exclusiva sin consentimiento de D. Augusto de Muller» i a «llevar todas las cuentas al día, dando semanalmente a la casa de Tarragona la copia exacta de su libro de caja, nota rigurosa de todas las compras hechas y de las cantidades de espíritu producidas».

A canvi del seu treball, Nicolás Muñoz rebia «un mínimo de cincuenta duros mensuales sobre lo que le corresponderá de las ganancias mientras él se ocupara exclusivamente de los negocios de la casa de Villarodona, la cual es sucursalada de la de Tarragona». A més, «de la ganancia líquida de D. Augusto de Muller dará el veinte y cinco por ciento a D. Nicolás Muñoz, y a los tres años, si queda completamente satisfecho de su exactitud para la contabilidad y de su zelo y actividad para los negocios de la casa, D. Augusto de Muller aumentará su parte en las ganancias».

Al cap de poc temps, en l'any agrícola 1883-1884, la sucursal de Vila-rodona ja enviava a la casa matriu 2.742 hl de vi, especialment vi blanc (1.824 hl), i 82 hl d'aiguardent prova d'holanda, per un valor total 57.089 pessetes (vegeu Taula 4). Pel que fa a les despeses, la principal partida corresponia als costos de transport (59 % sobre el total de despeses), tot i que també eren considerables l'import destinat al lloguer de cellers i tines (3.068 pessetes) i les comissions pagades a nou corredors de vins distribuïts per la comarca i que abastien de vi la sucursal de Vila-rodona.

Taula 4. Vi i aiguardent enviat de la sucursal de Vila-rodona a la casa Muller de Tarragona (1883)

| Producte | Hectolitres | Valor en pessetes |
|----------------------------|-------------|-------------------|
| Calabrés | 129,90 | 5.356,25 |
| Vi negre | 237,94 | 4.323,00 |
| Vi blanc | 1.824,64 | 30.062,50 |
| Ensofrat | 299,86 | 5.575,80 |
| Mistela | 245,23 | 7.078,75 |
| Vi ranci | 4,86 | 106,25 |
| Total vi | 2.742,43 | 52.502,55 |
| Aiguardent prova d'holanda | 82,57 | 4.587,20 |
| Valor total | | 57.089,75 |

Font: Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7120

La creixent demanda de vins i la necessitat d'aiguardents va portar a Muller a cercar nous excedents a les comarques de Ponent. Així, al mes de setembre del mateix any que signava el contracte a Vila-rodonà, en firmava un altre al municipi de la Fondarella, comarca de la Plana d'Urgell, a uns 90 kilòmetres de la ciutat de Tarragona.

En aquest cas es tractava d'una fassina amb «dos màquines que contiene, una de destilación continua de aguardiente y la otra para el escobajo (brisa) del vino», pagant 5 pessetes per cada dia que les màquines estiguessin funcionant. Muller deixava al capdavant de la fassina al fill de l'anterior propietari, que a banda de fer-se càrrec de la producció «cuidará de que cuantas botas de Aguardiente haga con las máquinas de su cargo vayan a Tarragona».²⁹

Taula 5. Compres de raïm realitzades per Ramon Reñé l'any agrícola 1886-1887

| Municipi | Roves raïm | Valor (pts) |
|----------------------|----------------|-------------------|
| Fondarella | 16.475 | 11.639,50 |
| Sidamon | 3.013 | 2.169,00 |
| Mollerussa | 3.919 | 2.939,62 |
| Linyola | 7.704 | 7.108,50 |
| Miralcamp | 14.113 | 9.888,00 |
| Torregrossa | 26.312 | 18.069,00 |
| Bell-lloc d'Urgell | 12.885 | 9.664,00 |
| Castellnou de Seana | 19.942 | 14.956,00 |
| Bellví | 28.312 | 20.009,25 |
| Palau d'Anglesola | 34.366 | 25.045,00 |
| Golmés | 6.796 | 5.549,72 |
| Bellpuig | 16.274 | 21.205,50 |
| Vilanova de Bellpuig | 30.269 | 20.516,00 |
| De subhastes | 44.657 | 28.350,00 |
| Total | 265.037 | 197.109,09 |

Font: Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7808

Al mateix municipi signava un segon contracte, en aquesta ocasió amb en Ramon Rañé i Simó, propietari de la Fondarella i un dels principals comissionistes que treballaven per la casa Muller. En el nou contracte es proveïa a Ramon Reñé «de los aparatos necesarios para elaborar espíritus de vino por medio de vapor, las cubas, bombas, básculas y demás enseres que necesita para trabajar con toda perfección», per tal que Reñé «montara los aparatos en una de sus fincas de Fondarella que tiene agua abundante». També s'havia d'encarregar de «comprar los vinos y elaborar los espíritus, todo conforme a las instrucciones de D. Augusto Muller, el cual se encarga

²⁹ Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7420.

de conseguir el precio de diez duros a lo menos sobre el precio corriente de la plaza de Tarragona».

Muller avançava els capitals necessaris per adquirir el vi o el raïm durant la ve-
rema, proporcionava «un dependiente de confianza para llevar las cuentas y ayudar en
las operaciones durante la época que la fábrica trabajará» i es feia càrrec de la venda de
tot l'aiguardent elaborat. Finalment, els beneficis es repartien a mitges, però

de la ganancia que corresponderá a D. Ramon Reñé, la mitad servirá anualmente para
ir pagando el importe total de la fábrica, quedando después él mismo único propietario
de los aparatos y enseres. Enterín todo esté pagado, la fábrica queda de D. Augusto
de Muller, en garantía del valor desembolsado, menos el diez por ciento anual por
amortización que se cargará a los gastos generales.³⁰

En resum, mitjançant el conveni signat amb en Rañé i les fassines de la Fondare-
lla, Muller passava a controlar una part important de la producció vinícola de la comar-
ca del Pla d'Urgell (vegeu Taula 5 i Mapa 4) i de municipis de comarques contigües,
com Bellpuig, a la comarca de l'Urgell.

**Mapa 4. Municipis de la comarca de la Plana d'Urgell que fornien de raïm
les fassines de Muller al municipi de la Fondarella**



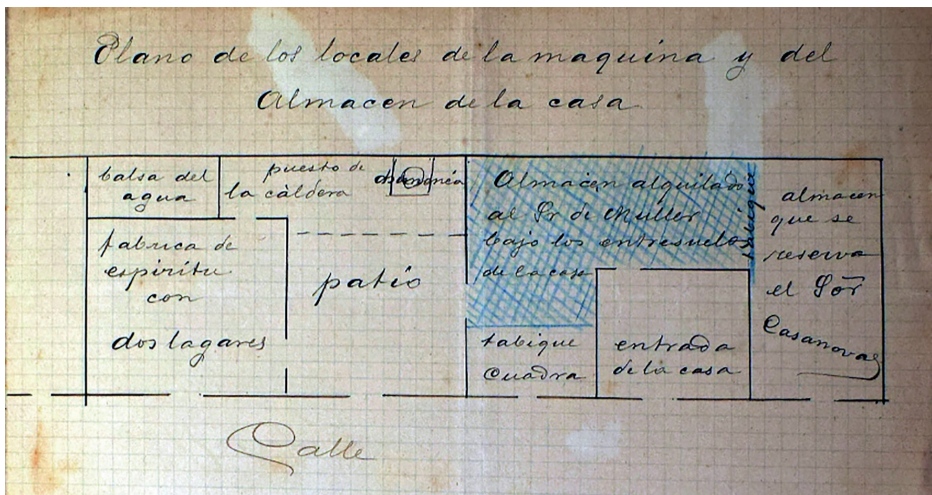
Font: vegeu Taula 5

³⁰ Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7420.

Aquest model d'implantació en el territori es va veure reforçat el 1886 quan l'empresa d'A. de Muller va arrendar una fassina, magatzems i tines a la vila de Montblanc a Magí Casanovas i Masalles, propietari del mateix municipi.³¹

A banda de llogar fassines, magatzems i tines, i de treballar amb propietaris vitícoles que feien de corredors de vins, Muller també accedia a la producció de les terres de ponent mitjançant contractes privats amb grans propietaris. Aquest és el cas del contracte signat el mes d'agost de 1890 a les Borges Blanques entre A. de Muller i Ramon de Dalmau, marquès d'Olivarts. Segons el contracte, Ramon de Dalmau venia tot el raïm blanc que produïen les seves terres a la comarca de les Garrigues a Muller, menys una partida que es reservava. S'establia un preu mínim a pagar pel raïm i, al mateix temps també s'arrendaven tines i magatzems. En les clàusules del contracte s'estipulava que Ramon de Dalmau «quemará en su fábrica los vinos producto de la vendimia hecha en esta que para ello le entregue el Sr. Muller al precio de seis duros (treinta pesetas) por jerezana de sesenta y cinco grados». Muller cedia les brises a canvi del transport del raïm de determinades partides, mentre que per la resta de vinyes, es comprometia a servir-se dels carros i animals del marquès per traslladar vi i aigüerent de la fassina a l'estació de ferrocarril.³²

Imatge 1. Plànol de la fassina i magatzems que A. de Muller va arrendar a la vila de Montblanc l'any 1886



Font: Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7420.

31 Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7420.

32 Arxiu Històric de Tarragona, Fons Muller, lligall 7420.

En resum, els grans comerciants vinícoles instal·lats a Tarragona van captar els excedents de l'interior del país adquirint la producció de raïm de grans propietaris; arrendant fassines i aprofitant els coneixements del territori que en tenien els anteriors propietaris per tal d'accedir a la producció dels municipis veïns; contractant a propietaris rurals com a corredors de vins a comissió, que tractaven directament amb els productors i accedien a subhastes de raïm. Al mateix temps, aquests grans comerciants van establir unes xarxes de cellers i tines que els hi permetien emmagatzemar el vi i l'aiguarent fins que el transportaven als magatzems de Tarragona. Finalment van requerir un nombre important de carreters i traginers pel transport dels excedents a l'interior d'aquelles comarques allunyades de la casa matriu, mentre que el ferrocarril jugava un paper determinant en el transport d'aquests excedents fins a la ciutat de Tarragona. Sense cap mena de dubte, la creixent demanda de vi i aiguarent i l'entramat que aquests comerciants van crear en les comarques de l'interior de la província de Tarragona i de les Terres de Ponent, va esdevenir un important estímul per a l'expansió del conreu de la vinya en aquelles terres.

Aquest model, però, no era exclusiu dels comerciants tarragonins. En efecte, en el darrer terç del segle XIX al voltant de la capital del país, Barcelona, van consolidar-se algunes empreses que s'acabarien especialitzant en la producció d'anisats i licors, que cada vegada tenien més demanda entre la població. Aquest va ser el cas de l'empresa Vicenç Bosch i Cia, de Badalona.

3.2. Vicenç Bosch i Cia. de Badalona: aiguarent i èxit dels licors

El punt de partida de l'empresa de Vicenç Bosch va ser una fàbrica d'aiguarent i una botiga de vins i aiguarents a Badalona, prop de Barcelona.³³ Aiguarent que, si era per la botiga, deuria ésser anisat, de la mateixa manera que també sembla força versemblant que amb la producció pròpia abastís a d'altres comerciants. Els anisats eren els licors més populars, però cap a finals de segle es començaven a popularitzar altres licors (roms, ginebres, aiguanaf, chartreuse...) que els Bosch també produïen i comercialitzaven.

La clau, però, fou l'evolució dels anisats. L'aiguarent anisat estava fet amb holandes de 20° Cartier (tenien entre 50 i 53°) una graduació a la que no tothom estava acostumat. En aquest entorn es va evolucionar cap al concepte de licor, que el feia més bevable gràcies a rebaixar el grau amb aigua, endolcir-lo amb sucre i donar-li gust amb herbes aromàtiques diverses. L'antic aiguarent anisat es convertia en anisat doble, triple o anís refinat. I el que era un producte de luxe va passar a un producte molt popular.³⁴ Els Bosch van fer aquesta evolució.

³³ NIETO SABATER (2010).

³⁴ VALSECCHI (1893). En realitat els anisats dobles, triples, refinats o forts eren variants d'una mateixa elaboració. Hi havia en realitat dos sistemes: barreja l'esperit amb anís estrellat, anís o matafaluga i macerar-lo uns dies; a continuació

El 1877, els dos germans Josep i Vicenç Bosch Grau, constitueixen la societat José Bosch y Hno. dedicada a la producció i venda d'aiguardents i les seves variants. El 1878 ja es registra una etiqueta d'«anisado refinado», on ja hi apareix la imatge del mono que esdevindrà popular, i el 1892, la marca «Anís del Mono», tot i que el 1880 la marca ja era popular i molt estesa en els diferents mercats, com veurem. En realitat, però, s'estaven endinsant en la producció i venda de tota mena de licors que s'estaven introduint en els mercats.

Taula 6. Vendes de l'empresa Vicenç Bosch i Cia el mes de novembre de 1880

| | Recipient | Unitats | Litres | % sobre total litres | Import (pts) | % sobre total valor |
|------------------------------|--------------|---------|-----------------|----------------------|-----------------|---------------------|
| Anís del mono | Barrils | 12 | 874,7 | | 1.341,1 | |
| Anís del mono | Bombona | 2 | 124,0 | | 201,3 | |
| Anís del mono | Botellas | 624 | 468,0 | | 1.123,5 | |
| Anís del mono | Garrafas | 79 | 1.144,6 | | 2.094,9 | |
| Anís del mono | tarros 0,5 l | 4180 | 2.090,0 | | 6.537,8 | |
| Anís del mono | tarros 0,75 | 605 | 453,8 | | 1.312,9 | |
| Anís del mono | tarros 1 l | 2910 | 2.910,0 | | 8.188,5 | |
| Anís del mono | | | 8.065,1 | 40,9 | 20.799,9 | 63,5 |
| Anís triple | | | 779,5 | 3,9 | 876,3 | 2,7 |
| Anisat comú | | | 176,0 | 0,9 | 100,4 | 0,3 |
| Anisat doble | | | 1.636,0 | 8,3 | 1.556,9 | 4,8 |
| Anisat dolç | | | 3.621,5 | 18,3 | 4.098,7 | 12,5 |
| Carabanchel | | | 4.907,5 | 24,9 | 4.881,3 | 14,9 |
| Aiguanaf | | | 15,2 | 0,1 | 14,0 | 0,0 |
| Esperit de vi | | | 384,0 | 1,9 | 312,0 | 1,0 |
| Ro, | | | 7,5 | 0,0 | 5,6 | 0,0 |
| Vin d'Alella | | | 147,2 | 0,7 | 96,1 | 0,3 |
| Total factures | | | 19.739,5 | | 32.741,1 | |
| Envasos | | | | | 1.076,3 | |
| Nolis | | | | | 166,2 | |
| Total envasos i nolis | | | | | 1.242,5 | |
| | | | | | | |
| Comissions | | | | | 1.290,4 | 3,9 |

Font: Arxiu Anís del Mono (AAM), Facturas 1880, L1 754.

es destil·lava l'esperit que quedava impregnat dels aromes de les herbes; a continuació s'hi afegia aigua i sucre. De fet era el que s'acostava a l'antic aiguardent anisat sols que es rebaixava amb aigua i s'hi afegia sucre. El segon sistema consistia en barrejar directament l'esperit, l'aigua, el sucre i les herbes d'anís s'havien convertit prèviament en essència d'anís que safegia a la barreja. A vegades s'hi podia afegir canyella, pela de taronja, es podia fer servir aiguardent de menys graduació i afegir aigua, etc. No tenim les receptes que feia servir la casa de Badalona.

La taula 6 recull les vendes realitzades al llarg del mes de novembre del 1880, el mes que més factures van emetre. En total es van vendre 19.739,5 litres de licor, el 40,9% dels quals eren Anís de Mono, el 18,3% anisat dolç i el 24,9% una modalitat que es coneixia amb el nom de Carabanchel. Sorprèn, però, la penetració que tenia en el mercat l'Anís del Mono, que acapara la major part de les vendes i és també el producte que genera més valor (el 63,5% del total de les vendes). L'empresa havia trobat un producte d'alta qualitat, que venia a un preu molt per sobre dels altres anisats i ho feia ja en envasos que anomenava «tarros» de 0,5, 0,75 i 1 litre (7.695 envasos) i 624 ampolles. La resta d'anisats circulaven en garrafes o barrils amb una lògica més del granel. Si extrapolem sobre el que es va vendre el 1880, podríem dir que l'empresa va facturar 71.953,6 litres d'Anís del Mono, front a 104.155,5 litres d'altres anisats i licors, tot i que l'Anís del Mono aportaria 188.940 pessetes de valor front a 108.603 de la resta de productes. Aquesta dinàmica no s'entendria sense l'expansió constant del consum de licors. De fet és una experiència que faran altres empresaris, que van crear marques d'èxit com la família Mollfulleda d'Arenys de Mar, amb el licor Calisay.³⁵

Respecte els mercats on venia els seus anisats l'empresa de Vicenç Bosch, destaca que el 60,7% es destinava al mercat interior espanyol, el 0,2% a Europa i el 39,1% a les colònies espanyoles d'ultramar. Pel que fa al mercat interior, el principal consumidor dels seus productes era Madrid (22,2% del valor), seguida per Catalunya (19,8%), Andalusia (12,9%), Castella la Vella (12,1%) i el País Basc (9,9%). Cuba s'enduia el 75,2% del valor del que s'exportava i Puerto Rico el 18,2%. És interessant destacar que Catalunya no era el principal mercat de l'empresa.

El llistat dels licors venuts en el mercat local de Badalona a fabricants d'aiguardent, botiguers i cafès permet observar la varietat de licors que es consumien en aquest moment (Taula 7). Els anys 1891 i 1892 l'empresa va vendre 38.270 litres de licors diversos en l'entorn local. D'una banda hi havia la venda d'alcohol normal i d'orujo (24,2%) i d'aiguardent de canya (29,8%), segurament a altres fabricants que el reelaboraben o en produïen licors,³⁶ després seguien els diferents tipus d'anisats (27,2%) dins dels quals l'Anís del Mono tenia molt poca importància (1,5%); una gran varietat de licors amb un pes relativament petit (absenta, aigua naf, chartreuse, rom, ginebres, mentes, marrasquinos, etc.) que deurien tenir poc consum però eren presents en les botigues i cafès de Badalona i, finalment, una petita porció de vins, sobretot generosos, moscatells i rancis (4,8%) i algunes partides de *champagne*.³⁷ L'Anís del Mono començava a ésser el producte estrella, però l'empresa comercialitzava una gran quantitat de productes, caldrà esperar uns anys fins que es dediqués únicament al seu producte d'èxit.³⁸

³⁵ CELDRÁN DANÉS (2013).

³⁶ A finals del segle XIX, a Badalona hi havia 26 empreses vinícoles, de les quals 21 es dedicaven a licors i aiguardents. No sabem quantes es produïen el licor elles o el produïen amb esperit comprat a altres.

³⁷ Sobre la relació de l'empresa de Vicenç Bosch amb la producció de xampany, vegeu VALLS JUNYENT (2004b).

³⁸ OLIVER ARBUÉS (2012).

Taula 8. Licors venuts a Badalona per Vicenç Bosch i Hnos. (1891-1892)

| Licor | Nombre | | % licor | Litres | | % valor de cada licor | Rals per litre |
|-----------------------|--------------|-----------------|--------------|-------------|------------------|-----------------------|----------------|
| | vendes | Litres | | per venda | Total rals | | |
| Absenta | 42 | 120,7 | 0,3 | 2,9 | 1.170,0 | 0,9 | 9,7 |
| Aigua naf | 63 | 556,7 | 1,5 | 8,8 | 1.409,0 | 1,0 | 2,5 |
| Alcohol | 84 | 4.457,2 | 11,6 | 53,1 | 19.787,2 | 14,7 | 4,4 |
| Alcohol orujo | 126 | 4.804,7 | 12,6 | 38,1 | 15.476,6 | 11,5 | 3,2 |
| Amer picon | 4 | 8,0 | 0,0 | 2,0 | 80,0 | 0,1 | 10,0 |
| Anís del mono | 171 | 590,4 | 1,5 | 3,5 | 4.993,9 | 3,7 | 8,5 |
| Anís escarchado | 11 | 43,9 | 0,1 | 4,0 | 242,0 | 0,2 | 5,5 |
| Anisete Marie Brizard | 1 | 9,0 | 0,0 | 9,0 | 240,0 | 0,2 | 26,7 |
| Anisat | 30 | 743,6 | 1,9 | 24,8 | 1.896,0 | 1,4 | 2,5 |
| Anisat comú | 63 | 1.071,2 | 2,8 | 17,0 | 2.280,0 | 1,7 | 2,1 |
| Anisat dolç | 242 | 5.482,8 | 14,3 | 22,7 | 16.611,1 | 12,4 | 3,0 |
| Anisat especial | 46 | 2.236,8 | 5,8 | 48,6 | 5.897,2 | 4,4 | 2,6 |
| Anisat fi | 10 | 222,3 | 0,6 | 22,2 | 864,0 | 0,6 | 3,9 |
| Benedictine | 10 | 74,3 | 0,2 | 7,4 | 1.362,0 | 1,0 | 18,3 |
| Bitter | 2 | 4,8 | 0,0 | 2,4 | 22,0 | 0,0 | 4,6 |
| Canya 20 i 28° | 75 | 11.407,3 | 29,8 | 152,1 | 37.142,7 | 27,7 | 3,3 |
| Champagne | 58 | 228,5 | 0,6 | 3,9 | 3.489,0 | 2,6 | 15,3 |
| Chartreuse | 35 | 124,3 | 0,3 | 3,6 | 1.390,8 | 1,0 | 11,2 |
| Cognac | 23 | 61,7 | 0,2 | 2,7 | 1.031,8 | 0,8 | 16,7 |
| Cremes | 20 | 39,0 | 0,1 | 2,0 | 302,0 | 0,2 | 7,7 |
| Curaçao | 8 | 25,0 | 0,1 | 3,1 | 121,0 | 0,1 | 4,8 |
| Elixir Bosch | 10 | 11,3 | 0,0 | 1,1 | 175,0 | 0,1 | 15,5 |
| Ginebra | 14 | 39,2 | 0,1 | 2,8 | 194,2 | 0,1 | 5,0 |
| Marrasquino | 37 | 361,8 | 0,9 | 9,8 | 1.510,0 | 1,1 | 4,2 |
| Menta | 18 | 171,1 | 0,4 | 9,5 | 255,8 | 0,2 | 1,5 |
| Místela | 6 | 41,8 | 0,1 | 7,0 | 89,0 | 0,1 | 2,1 |
| Resolis | 59 | 1.309,7 | 3,4 | 22,2 | 2.765,3 | 2,1 | 2,1 |
| Rom | 117 | 1.798,1 | 4,7 | 15,4 | 6.495,1 | 4,8 | 3,6 |
| Rom escarxat | 29 | 224,1 | 0,6 | 7,7 | 1.059,0 | 0,8 | 4,7 |
| Vermut | 35 | 96,2 | 0,3 | 2,7 | 685,0 | 0,5 | 7,1 |
| Vinagre | 2 | 30,4 | 0,1 | 15,2 | 24,0 | 0,0 | 0,8 |
| Vi | 18 | 640,3 | 1,7 | 35,6 | 1.134,0 | 0,8 | 1,8 |
| Vi generós | 17 | 122,6 | 0,3 | 7,2 | 645,0 | 0,5 | 5,3 |
| Vi Xerès i Màlaga | 22 | 38,0 | 0,1 | 1,7 | 392,0 | 0,3 | 10,3 |
| Vi moscatell | 13 | 28,6 | 0,1 | 2,2 | 155,0 | 0,1 | 5,4 |
| Vi ranci | 62 | 988,7 | 2,6 | 15,9 | 2.581,8 | 1,9 | 2,6 |
| Varis | 19 | 57,3 | 0,1 | 3,0 | 223,2 | 0,2 | 3,9 |
| Total | 1.602 | 38.271,4 | 100,0 | 23,9 | 134.191,6 | 100,0 | 3,5 |

D'on treia l'aiguardent i l'esperit que necessitava? Quina va ésser l'estratègia per proveir-se'n? Els Bosch produïen aiguardent i esperit però es van veure obligats a comprar-ne importants quantitats davant l'increment i diversificació de la demanda. Segons un inventari de 1879, tenien la fassina al carrer de la Soledat, a Badalona, i la maquinària consistia en «3 alambiques con sus respectivos serpentines, uno de ellos con baño maria y rectificador». És a dir, feien esperit però també en redestil·laven, per aconseguir esperits de més grau.³⁹ En l'inventari apareixen també algunes cargues d'alcohol industrial (no vínic) però en petites proporcions.

El 1880 construïren la nova fàbrica al carrer Maristany (on es troba encara avui dia), mantenint el magatzem a l'antiga botiga. Per abastir-se d'aiguardent i esperit en quantitats suficients van optar per anar-lo a produir a La Manxa. El 1882 van adquirir una finca a Puebla de Almoradiel i una altra a Quintanar de la Orden i des d'allà es compraven i expedien vins cap a Catalunya,⁴⁰ però també sabem que hi havia «un aparato grande de destilar y un aparato Chico». No coneixem el volum d'aquestes transferències de vins i esperits ni fins quan van tenir la finca, la darrera referència és del 1904 quan de les entrades d'alcohol a la fàbrica de Badalona, el 47,9% (48.129 litres) procedien de la fàbrica de la Mancha. L'encapçalament d'una factura de 1890 definia clarament aquesta funció

fábrica modelo para la destilación de anisados especiales y licores extrafinos. Aguardientes de todas clases. Rons, cognacs, ginebres. Especialidad de la casa «anis del mono». Bodega y fábrica de alcoholes de puro vino en la Puebla de Almoradiel (Mancha). Exportación al extranjero y provincias de ultramar.

La societat va continuar expandint la seva xarxa de comercialització però també de proveïment de productes que necessitava per la producció. El 1890 van obrir una sucursal a Tortosa que tenia segurament múltiples funcions,⁴¹ de la qual se n'encarregava un nebot de la família: venien garrofes i arròs, distribuïa productes de Vicenç Bosch i, sobretot, proveïa de misteles i garnatxes del Priorat i Gadesa, esperit de vi elaborat a la pròpia sucursal i matèria primera per la producció de licors (especialment flors de taronger per l'aiguanaf).

El 1895 Josep Bosch i Hnos. van comprar una finca a Bellpuig (comarca de l'Urgell, a la província de Lleida), amb l'objectiu de proveir-se de vi i per produir esperit que seria enviat a Badalona. Apareix de nou la importància de les terres de Ponent per proveir-se de vins per cremar, segurament en un moment d'un mercat

39 Arxiu Anís del Mono (AAM), Inventarios José Bosch y Hno., 31-XII-1879.

40 En l'inventari de 1884, es parla que hi havia «un vagón de vino clarete y 2 vagones de vino blanco» que provenien de Quintanar de la Orden (AMM, Inventarios Jose Bosch y Hno).

41 «Fábrica de aguardientes, anisados y licres. Almacén de vinos, generosos, champagnes y licores extranjeros. Sucursal de la fábrica anís del Mono de Badalona de José Bosch y Hermano. Calle del Temple (Antigua casa Sr. Pujol). Tortosa»: OLIVER ARBUÉS (2012), p. 48.

convuls per l'expansió de la fil·loxera. El llibre diari que va de l'abril de 1897 al juny de 1898 permet conèixer el funcionament de la finca. Un masover era el que la gestionava. Hom comprava vins a pagesos de l'entorn que gairebé eren enviats de forma automàtica cap a comerciants de Terrassa, Sant Martí de Provençals i Barcelona sense passar per Badalona. En aquest període van comprar 1.234 hl. de vi en 33 operacions escampades pels pobles del voltant de Bellpuig. Normalment es comprava a comissió, és a dir, que hi havia una persona que feia la compra i cobrava un tant per carga comprada.

Taula 9. Vi comprat per Vicenç Bosch de Badalona per cremar a la fassina de Bellpuig (abril 1897 – juny 1898)

| Poble | Hl | % hl sobre total | Preu/hl (pessetes) | Total pessetes | Nombre de compres | Compra mitjana (hl) |
|----------------------|----------------|------------------|--------------------|-----------------|-------------------|---------------------|
| Barbens | 167,8 | 3,0 | 9,3 | 1.556,0 | 6 | 28,0 |
| Belianes | 28,1 | 0,5 | 10,5 | 294,0 | 3 | 9,4 |
| Bellpuig | 483,6 | 8,6 | 8,7 | 4.211,4 | 16 | 30,2 |
| Castellnou | 696,2 | 12,3 | 9,5 | 6.640,7 | 24 | 29,0 |
| Cervera | 48,2 | 0,9 | 8,0 | 384,0 | 2 | 24,1 |
| Golmés | 1.133,5 | 20,1 | 7,2 | 8.198,3 | 38 | 29,8 |
| Ibars d'Urgell | 101,7 | 1,8 | 9,3 | 945,7 | 4 | 25,4 |
| Llorenç de Rocafort | 5,5 | 0,1 | 6,6 | 36,0 | 1 | 5,5 |
| Miralcamp | 733,9 | 13,0 | 8,3 | 6.068,5 | 24 | 30,6 |
| Mollerussa | 23,3 | 0,4 | 10,7 | 249,6 | 1 | 23,3 |
| Omells de na Gaià | 281,6 | 5,0 | 10,8 | 3.045,5 | 4 | 70,4 |
| Preixana | 137,6 | 2,4 | 9,6 | 1.319,7 | 10 | 13,8 |
| Tàrrega | 114,5 | 2,0 | 11,3 | 1.291,8 | 3 | 38,2 |
| Vilanova de Bellpuig | 283,3 | 5,0 | 8,6 | 2.440,6 | 15 | 18,9 |
| Magatzem | 517,0 | 9,1 | 10,3 | 5.344,4 | 5 | 103,4 |
| No consta | 896,3 | 15,9 | 8,3 | 7.476,9 | 12 | 74,7 |
| Total | 5.652,2 | 100,0 | | 49.502,9 | 169 | 33,4 |

Font: Arxiu Anís del Mono (AAM), Bellpuig, Ll. 882.

Però l'activitat més important era la compra de vi per cremar i la producció d'esperit de vi de 35°. Durant aquells 14 mesos es van comprar 5.652,2 hl. de vi per cremar, a un preu de 8,8 pessetes la carga (un 44% més barat que el preu del vi) repartits en 169

compres amb una mitjana de 33,4 hl. per cada compra. Al costat de cada compra sol aparèixer el comissionista, que cobrava un tant per carga i que es cuidava de canalitzar el vi des dels pobles cap a la fassina. Com podem observar a la Taula 9, el vi procedia dels pobles de les comarques d'Urgell i del Pla d'Urgell, amb un model semblant al que ja em vist en el cas d'August de Muller: el 20,1% del vi procedia de Golmés; el 13% de Miralcamp; el 12,3% de Castellnou de Seana; el 8,6% de Bellpuig i així fins a 15 pobles. Tota una xarxa de pagesos abastava aquesta fassina. El vi, un cop destil·lat i convertit en esperit de 35°, es carregava en bocois d'una jerezana (516 litres) i era enviat cap a Badalona. Al cap de pocs dies els bocois tornaven de Badalona cap a la finca de Bellpuig.

Mapa 5. Municipis de les comarques de l'Urgell i de la Plana d'Urgell on adquiria el vi l'empresa de Vicenç Bosch



Font: Vegeu Taula 9

4. Crisi del sector aiguardenter a finals del segle XIX

En el darrer terç del segle XIX la producció d'aiguardents va patir una notable minva. En aquest sentit, el 14 de setembre de 1884, el Governador Civil de la província de Tarragona va fer, a través de *Boletín Oficial de la Provincia de Tarragona*, una crida als alcaldes de la província perquè davant la «conveniència [de] ampliar con algunas noticias referentes al estado de nuestra industria aguardentífera la Estadística Agrícola y Pecuaria que en la actualidad se está confeccionando», informessin sobre el volum

d'hectolitres de vi que es destinaven a la producció d'aiguardent i el nombre d'hectolitres d'aiguardent que es produïen a cada municipi.⁴² Les respostes que els municipis van enviar a l'enginyer agrònom de la província, apuntaven que en el conjunt de les terres tarragonines es destinaven 91.252 hl de vi a la producció d'aiguardent (no s'indica el volum total d'aiguardent produït), destacant les comarques de l'Alt Camp i la Conca de Barberà com a principals nuclis de la producció aiguardentera (Taula 10), representant entre les dues comarques poc més del 65 % de la producció d'aiguardent.

Taula 10. Hl de vi que cada comarca destina a la producció d'aiguardent, 1884

| Comarca | Hl vi |
|----------------------------------|---------------|
| Alt Camp | 35.782 |
| Baix Camp | 1.034 |
| Baix Ebre | 5.260 |
| Baix Penedès | 4.040 |
| Conca de Barberà | 24.005 |
| Montsià | 6.560 |
| Priorat | 4.048 |
| Ribera d'Ebre | 2.005 |
| Tarragonès | 6.470 |
| Terra Alta | 2.049 |
| Total comarques Tarragona | 91.252 |

Font: Arxiu Històric de Tarragona, Fons Cambra Agrària Provincial de Tarragona, Enquesta promoguda pel Govern Civil de Tarragona, al *BOPT* de 14 de setembre de 1884, lligalls 80 i 144.

En el mateix sentit, l'enquesta enviada al *Consejo Superior de Agricultura, Industria y Comercio* calculava que en el darrer quinquenni s'havien cremat 80.897 hl de mitjana que havien produït 12.854 hl. de diversos tipus d'aiguardent. Aquesta quantitat era molt inferior als 45.764 hl. produïts de mitjana a l'entorn de 1876.⁴³ Què explicava aquesta caiguda tant sobtada de la producció d'aiguardent i esperits de tota mena?

A l'hora d'argumentar aquesta reculada del sector aiguardenter en els darrers anys del segle XIX, en els informes que el 1884 els alcaldes van enviar a l'enginyer agrònom de la província de Tarragona s'assenyala dos factors: la forta demanda exterior

⁴² *Boletín Oficial de la Provincia de Tarragona*, 14 setembre de 1884, 218.

⁴³ GIRALT RAVENTÓS (1998b), p. 235.

de vins, especialment francesa, i l'increment dels preus del vi que aquesta demanda va comportar, i, en segon lloc, l'entrada d'esperits industrials.⁴⁴

Respecte el primer punt, l'alcalde de la Masó (Alt Camp), escrivia que:

a pesar de ser muy inferiores casi todos los vinos que se cosechan en este término municipal, no se ha destinado durante el último quinquenio cantidad alguna para la elaboración de aguardiente, como así se practicaba antes del expresado periodo, debido sin duda a haber alcanzado precios tan subidos y tener salida para el comercio hasta los vinos blancos.⁴⁵

Categòric era també l'alcalde de la Selva del Camp (Baix Camp), quan afirmava

que en atención a que los vinos por inferiores que sean, tan sólo tengan color, el comercio los busca para practicar sus combinaciones; de esta que son en cantidad insignificante los que se emplean en la destilación de aguardientes.⁴⁶

En efecte, com ja hem apuntat anteriorment, la destrucció de les vinyes franceses a causa de la fil·loxera va comportar una important demanda de vins catalans per part dels comerciants francesos, que en alguns casos es van instal·lar a les comarques productores. D'aquesta manera, la viticultura catalana va viure un període daurat fins que la producció francesa es va recuperar i el 1891 es donaven per finalitzats els acords aprovats en el Tractat de 1882.

Així, l'increment de preus de vi dels anys vuitanta va comportar que la major part de la producció de vi es destinés a l'exportació, de manera que molts municipis tarragonins declaren que tant sols es destinava a la producció d'aiguardents el vi que es tornava agre a les botes. Així ho explicava l'alcalde de Bot (Terra Alta):

excepto en caso desgraciado de que una partida de dicho líquido se vuelve agrio, en aquel caso la costumbre de la población es hacerlo aguardiente, y si solo se destina a la producción de aguardiente el orujo o restos de la uva después de estrujado, el cual depositado otra vez en el trujal, le hechan una cantidad de agua, la que después de estos y determinados días produce fermentación y una vez producida esta, todo el caldo que de esta operación sacan lo conducen a la fábrica.⁴⁷

La resposta del Consell de Barcelona descrivia també aquesta situació:

44 Les diferents respostes des de Catalunya a l'enquesta que es va fer amb motiu de la crisi agrícola de finals segle apunten també en aquesta direcció (Vallbona, Batea, Reus, Consejo Provincial de Tarragona, Balaguer, Gandesa, Barcelona, Sant Martí de Provençals...) (*La crisis agrícola y pecuaria 1887*, Respostes 249, 248, 165, 132, 67, 48, 47, 15, 516, 422). Les úniques fàbriques que quedaven es dedicaven a produir aiguardent de «orujo» o de brisa.

45 Arxiu Històric Tarragona, Fons Cambra Agrària, lligall 80, la Masó.

46 Arxiu Històric Tarragona, Fons Cambra Agrària, lligall 80, la Selva del Camp.

47 Arxiu Històric Tarragona, Fons Cambra Agrària, lligall 80, Bot.

La gran baja de las cosechas experimentada en Francia dio margen a que varios traficantes de la Nación vecina pasaran aquí a hacer compras y a que algunos de ellos se establecieran en nuestros centros vinícolas para elaborar vinos de remesa utilizando para ello toda clase de mostos o de vinos por malos que fueran, hasta el punto de admitir los más torcidos y defectuosos. Desde entonces se aprovecharon, pues toda clase de caldos averiados y la escasez de estos, que antes se destinaban a la destilación, acabo por desterrar casi todas las antiguas oficinas de aguardientes. A producir este resultado ha contribuido también, no poco, la importación de los espíritus de fécula que vienen de Hamburgo y otras partes de Alemania, Hungría y Bélgica bien rectificadas y que por su completa neutralidad se emplean generalmente para los encabezamientos.⁴⁸

En efecte, a banda de l'increment de les exportacions i els preus del vi, la producció d'aiguardent es va veure perjudicada per l'entrada d'esperits industrials. El text enviat per l'alcalde de Valls (Alt Camp) al Govern Civil de Tarragona era prou clar en aquest sentit:

a consecuencia de las facilidades que logran a la introducción y colocación de los alcoholes o espíritus extranjeros llamados de industria, han cesado todas las fábricas de aguardiente de vino quedando solamente una reducida fabricación del alcohol de orujo, cuya producción no alcanza seguramente los 15 hectólitros anuales.⁴⁹

Així, un dels principals problemes al que es van haver d'enfrontar els productors d'aiguardents va ser l'entrada d'esperits industrials, especialment a partir dels tractats lliurecanvistes signats a finals dels anys seixanta i primers setanta.⁵⁰ Posteriorment cal destacar el tractat signat amb Alemanya el 1883, que reduïa els aranzels que havia de pagar l'alcohol procedent d'aquell país, fins al punt que el feia més competitiu que els que s'elaboraven a la Península. Efectivament, el 1875 s'importaven 82.640 hl d'alcohol d'industrial i el 1886 s'estimava que passava del milió d'hl.⁵¹ Per altra banda, l'any 1888 l'executiu espanyol va intentar instaurar un nou impost que gravava qualsevol tipus d'esperit, fos de producció estatal o importat. Finalment les protestes dels comerciants catalans i valencians que se servien d'alcohol industrial per encapçalar els seus vins destinats a l'exportació, van aconseguir el 1889 una modificació de la llei que reduïa l'impost sobre alcohols industrials i s'eximia de la contribució de consums els alcohols i els aiguardents destinats a l'encapçalament de vins. De fet els alcohols alemanys pràcticament van desaparèixer a finals de segle XIX, però començaven a aparèixer productors espanyols que produïen alcohols industrials.

48 GIRALT RAVENTÓS (1998b), p. 235.

49 Arxiu Històric Tarragona, Fons Cambra Agrària, lligall 80, Valls.

50 PUIG RAPOSO (1993) i (1994); PAN-MONTOJO (1994a) i (1994b); PAN-MONTOJO I PUIG RAPOSO (1995).

51 *La crisis agrícola y pecuaria* (1887); PUIG RAPOSO (1994).

Quina importància tenia l'esperit de vi i l'alcohol industrial a principis del segle xx? Per respondre a aquest interrogant no disposem de dades pel conjunt del país, però, de nou, la documentació de l'empresa creada per Vicenç Bosch ens pot aportar alguna informació. En aquest sentit, la llei de 1904 va obligar als fabricants a portar un control dels alcohols que entraven a la fàbrica i el destí que tenien. En aquells anys la fàbrica d'en Vicenç Bosch ja s'orientava cap a la producció en exclusiva d'Anís del Mono i començava a abandonar altres productes. Entre el mes de novembre de 1904 i l'octubre de 1908 van entrar 496.478 litres d'alcohol (de 93,1° de mitjana), el que significava una mitjana de 123.000 litres/any. Respete la procedència d'aquests esperits, el 38,2% eren comprats a Barcelona, a les fàbriques de Andreu i Mateu, J. Biosca Dinkonorez, Pedro Pagès i Folch i Albinyana; però el 62,8% procedia del País Valencià, especialment València, que representava 46,5% i de la Manxa (11,9%).

Taula 11. Declaració de la renda d'alcohol per part de Vicenç Bosch de Badalona (1904-1908)

| Poble | litres | % sobre total litres | ° alcohol |
|------------------------------------|----------------|----------------------|-----------|
| Aliaguilla (Conca) | 6.944 | 1,4 | 83,9 |
| Barcelona | 189.753 | 38,2 | 94,1 |
| Camporrobles (València) | 3.508 | 0,7 | 94,7 |
| Casas de Prados (Moratala, Múrcia) | 10.042 | 2,0 | 84,1 |
| Jaraguas (València) | 6.850 | 1,4 | 92,3 |
| Caudete (Albacete) | 4.225 | 0,9 | 95,0 |
| Ontinyent (València) | 1.336 | 0,3 | 78,0 |
| Puebla de Almoradiel (Toledo) | 48.129 | 9,7 | 91,0 |
| Utiel (València) | 79.098 | 15,9 | 94,7 |
| València | 137.699 | 27,7 | 92,8 |
| Vinaròs (Castelló) | 2.548 | 0,5 | 88,0 |
| Yecla (Múrcia) | 6.246 | 1,3 | 94,0 |
| Total | 496.378 | | |

Font: Arxiu Anís del Mono (AAM), Renda del alcohol, lligall 348.

Aiguardent vínic o industrial? Tot i que en la llista de productors hi ha Folch i Albinyana de Barcelona que sabem que era una fàbrica d'alcohols industrials ubicada a Sant Martí de Provençals (va subministrar el 9,5% de l'alcohol total declarat), en el segon llibre de la Renta de l'alcohol que comença l'octubre de 1907 es distingeix la procedència dels esperits; doncs bé, el 92,8% era vínic, el 4% industrial i el 3,2% era

aiguardent de canya. Així mateix, els alcohols que procedien de València eren, segurament, aiguardents vínics.

El canvi era obvi. S'havia passat de la producció pròpia d'esperit de vi a la compra a tercers que el produïen a gran escala. L'estructura productiva estava canviant.

5. Conclusions

Tot i la caiguda de les exportacions d'aiguardent a l'Europa Atlàntica i a Amèrica a començaments del segle XIX, la producció d'aiguardent va continuar essent fonamental en la indústria vitícola en tant era un complement necessari. Les millores tecnològiques que hem descrit van permetre destil·lar amb menys costos energètics i de personal i, sobretot, obtenir esperits de més graduació i satisfer les noves demandes que s'anaven generalitzant: el manteniment del consum popular d'anisats, la producció de vins generosos i misteles que necessitaven alcohol per incrementar la graduació, l'alcoholització dels vins destinats a l'exportació, l'increment progressiu del consum de licors (alcohol + aigua+ sucre+ herbes aromàtiques) i la producció de nous béns i serveis que utilitzaven l'alcohol com a matèria primera.

Les terres de Tarragona, que ja havien estat el principal centre productor d'aiguardent a Catalunya en el segle XVIII, va veure consolidada la seva posició i, en moltes contrades cremar el vi era el més habitual. D'aquesta manera, el port de Tarragona va esdevenir el punt de sortida dels vins i aiguardents produïts al sud de Catalunya, a les terres de Ponent i part d'Aragó. A la segona meitat del segle XIX, el destí de l'aiguardent que sortia del port era majoritàriament el mercat interior —especialment la cornisa cantàbrica i les bodegues andaluses—, al mateix temps que el comerç de cabotatge i el transport per ferrocarril denoten un trànsit molt important d'aiguardents en aquest període.

Les empreses exportadores, que necessitaven aiguardent, feren un esforç per garantir-ne el subministrament intentant controlar de forma directa xarxes locals d'aquelles comarques productores. L'empresa Muller comerciava en vins que havia d'encapçalar pel mercat exterior i també en aiguardents, per això va establir una àmplia xarxa de representants per captar vi de la zona que hem descrit a través de les fassines establertes a Montblanc, Vila-rodona i la Fondarella. Destaca en aquest sentit, la xarxa establerta en aquest darrer lloc en que es captava vi del Pla d'Urgell per destinar-lo a produir l'esperit que necessitaven. Segurament era una comarca que produïa vi de baixa qualitat, idoni per aquest destí.

Una estratègia semblant és la que varen seguir els germans Bosch de Badalona, productors de l'Anís del Mono. En els inicis de l'empresa es produïen ells mateixos l'aiguardent que necessitaven en una fassina que havien muntat en la mateixa localitat,

però ben aviat invertiren en una finca a la Puebla de Almoradiel (a la Manxa) des d'on enviaven l'esperit cap a Badalona i, poc temps després, van muntar una fassina a Tortosa i una altre a Bellpuig (l'Urgell), on compraven el vi per cremar als pagesos i enviaven l'esperit a Badalona.

D'aquesta manera, les comarques de Lleida van jugar un paper important en la producció de vi per cremar, especialment les terres de l'Urgell i del Pla d'Urgell, però també en comarques de muntanya com la Conca de Tremp, tal com s'explica en un altre capítol d'aquest mateix llibre. Es tractava de vinyes plantades sovint a mitjans clars i complementària d'altres produccions. En un moment que la fil·loxera estava començant a envair Catalunya i que gairebé tots els vins anaven a l'exportació, els Muller i els Bosch buscaren en aquestes zones vi per cremar. Van adquirir fassines a l'Urgell o al Pla d'Urgell per servir-se d'un vi de poca qualitat destinat tradicionalment a la producció d'aiguardent, i van mantenir aquestes fassines fins que la fil·loxera va atacar els ceps de les terres de Ponent.

En efecte, la producció d'aiguardent i esperit de vi va patir una forta davallada a causa de la fil·loxera. Tota mena de vins eren aptes per exportar, de tal manera que no quedaven vins dolents per cremar, el que va provocar la reducció de la producció de l'esperit de vi i la substitució massiva per l'alcohol industrial, primer alemany y després espanyol. Tot i així tant els Muller com els Bosch es van voler assegurar el subministrament d'esperit de vi a través de les seves pròpies fassines.

A començaments del segle xx es detecta un canvi. Les vinyes de l'Urgell i les terres de Lleida ja no es replantaran. L'esperit de vi era més fàcil trobar-lo en grans productors que havien modernitzat les seves instal·lacions. Els Bosch deixaren de fer esperit a Bellpuig i el compraren a productors de València, Múrcia, la Manxa i Barcelona. Segurament era el final de les petites fassines que havien produït aiguardent i esperit durant tot el segle XIX.

Apèndix 1. Sortides de vi i aiguardent pel port de Tarragona (1885)

| Destí | pipes vi | pipes aiguardent | % sobre total vi | % sobre total aiguardent |
|-------------------|---------------|------------------|------------------|--------------------------|
| 1.- Europa | 99.390 | 1.219 | 77,4 | 95,1 |
| 1.1.- França | 83.033 | 1.181 | 64,7 | 92,1 |
| Brest | 1.395 | - | 1,1 | - |
| Burdeus | 2.029 | - | 1,6 | - |
| Le Havre | 14.017 | 18 | 10,9 | 1,4 |
| Marsella | 9.513 | 151 | 7,4 | 11,8 |
| Menton | 380 | - | 0,3 | - |
| Nantes | 228 | - | 0,2 | - |
| Niça | 2.628 | 18 | 2,0 | 1,4 |
| La Nouvelle | 939 | - | 0,7 | - |
| Port Vendres | 5.821 | - | 4,5 | - |
| Roan | 9.019 | - | 7,0 | - |
| Sète | 37.064 | 994 | 28,9 | 77,5 |
| 1.2.- Regne Unit | 10.102 | - | 7,9 | - |
| Bristol | 778 | - | 0,6 | - |
| Glasgow | 470 | - | 0,4 | - |
| Hull | 124 | - | 0,1 | - |
| Liverpool | 2.913 | - | 2,3 | - |
| Londres | 5.817 | - | 4,5 | - |
| 1.3.- Itàlia | 383 | - | 0,3 | - |
| Civitavecchia | 148 | - | 0,1 | - |
| Messina | 50 | - | 0,0 | - |
| Savona | 185 | - | 0,1 | - |
| 1.4.- Suècia | 1.024 | - | 0,8 | - |
| Estocolm | 78 | - | 0,1 | - |
| Gotemburg | 946 | - | 0,7 | - |
| 1.5.- Alemanya | 3.621 | 6 | 2,8 | 0,5 |
| Hamburg | 3.621 | 6 | 2,8 | 0,5 |
| 1.6.- Altres | 1.227 | 32 | 1,0 | 2,5 |
| Anvers | 94 | - | 0,1 | - |
| Copenhague | 145 | - | 0,1 | - |
| Dublin | 143 | - | 0,1 | - |

| Destí | pipes vi | pipes aguardent | % sobre total vi | % sobre total aguardent |
|---------------------|----------------|-----------------|------------------|-------------------------|
| Rotterdam | 17 | 32 | 0,0 | 2,5 |
| Koningsberg | 828 | | 0,6 | - |
| 2.- Amèrica | 28.944 | 63 | 22,6 | 4,9 |
| 2.1.- Argentina | 23.115 | - | 18,0 | - |
| Buenos Aires | 17.044 | - | 13,3 | - |
| Rio de la Plata | 4.187 | - | 3,3 | - |
| Rosario de Santa Fe | 1.884 | - | 1,5 | - |
| 2.2.- Altres | 5.829 | 63 | 4,5 | 4,9 |
| Montevideo | 3.486 | - | 2,7 | - |
| Nova York | 1.566 | - | 1,2 | - |
| Montreal | 682 | - | 0,5 | - |
| Guayaquil | 95 | 63 | 0,1 | 4,9 |
| Total | 128.334 | 1.282 | 100 | 100 |

Font: Arxiu del Port de Tarragona, Junta Obres del Port (JOP), llibres de Mercaderies, Mensuals d'Exportació, 1885 a 1892 (sig. 3946)

Apèndix 2. Empreses exportadores de productes vínics a la província de Tarragona i mercats de destí de les exportacions, 1884

| Empreses exportadores | Mercats de destí de les exportacions | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Abelló e Hijos, T. | x | | | | | | | | x | x | | |
| Aguiló, J.C. | | x | | | | | | | | | | |
| Antonelli, M. | x | | | | | | | | | | | |
| Barbier Frères | x | | | | | | | | | | | |
| Barral, J. | x | | | | | | | | | | | |
| Bartolomé, J. | | x | | | | | | | | | | |
| Bartomeu, J. | | | | | | | | | | x | | |
| Bayron Frères | x | | | | | | | | | | | |
| Blandon, A. | x | | | | | | | | | | | |
| Blondeau i Cia. | x | | | | | | | | | | | |
| Borell Bulles de Mijo | | | | | | | | | | x | | |
| Bouille i Beuf | x | | | | | | | | | | | |
| Boulé, J. | x | x | x | | x | | x | x | | x | x | x |
| Boumin i Cia. | x | | | | | | | | | | | |
| Bousoms, Muller i Bacot | | x | x | x | x | | x | x | | | x | |
| Calayer | x | | | | | | | | | | | |
| Cañellas Hermanos i Cia. | x | x | | | | | | | | x | | x |
| Carey Hermanos i Cia. | x | x | x | x | x | x | | x | x | x | x | |
| Cayrol Rousel | x | | | | | | | | | | | |
| Darther, S. | x | x | x | | x | | x | x | | | x | |
| Ehrardt, Heimpel i Kruger | x | | | | | | | | | | | |
| Esteve, J. | x | | | | | | | | | | | |
| Farinés, C. | x | | | | | | | | | x | | |
| Fumaña Hermanos | x | x | | | | | | | | | | |
| Gasset Hermanos | | x | | | | | | | x | x | | x |
| Gatell, A. | x | | | | | | | | | | | |
| Gibert i Cia | x | | | | | | | | | | | x |
| Gonyer, L. | x | | | | | | | | | | | |

| Empreses exportadores | Mercats de destí de les exportacions | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Goujoil, C. | x | | | | | | | | | | | |
| Gousé i Cia, B. | x | | | | | | | | | | | |
| Gros Fils i Vich | x | | | | | | | | | | | |
| Izaguirre i Cia | x | x | | | | | | | | | | |
| Laget Fills, E. | x | | | | | | | | | | | |
| Magran Ainé, J. | x | | | | | | | | | | | |
| Mercier Normandiu | x | | | | | | | | | | | |
| Morera i Pulles del Hijo | x | | | | | | | | | | | |
| Mulles, A. de | x | | x | | | x | | | | | | |
| Oliva Andreu i Cia | | x | x | x | x | | x | x | | | x | |
| Pagès i Cia, P. | | x | x | x | x | | x | | | x | x | |
| Pagès i Cia., V. | x | | | | | | | | | | | |
| Peirón i Cia., C. | x | | | | | | | | | | | |
| Perpiña, F. | x | x | | | | | | | | x | | |
| Piera, S. | x | x | x | | | x | | | | x | | |
| Pitoret, S. | x | | | | | | | | | | | |
| Pujol i Cia, J. | x | x | x | | | | | | | | | |
| Quer Codina i Cia. | x | x | | | | | | | | | | |
| Rius i Hermano, J. | x | x | x | | x | | | x | | x | | x |
| Rius Montaner, J. | | x | x | | x | | | x | | | | x |
| Romeu Vila i Granada | x | | | | | | | | | | | |
| Saguer Gourdon | x | | | | | | | | | | | |
| Salaguer Cardenom | x | | | | | | | | | | | |
| Sevil Hermanos i Cia. | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Soberano, D. | x | | | | | x | | | x | | | |
| Suguè, L. | x | x | x | | | | | | | | | |
| Violet Frères | x | | | | | | | | | | | |

Mercats: 1 França; 2 Anglaterra; 3 Alemanya; 4 Holanda; 5 Suècia i Noruega; 6 Suïssa; 7 Rússia; 8 Itàlia; 9 Amèrica Central; 10 Rio de la Plata; 11 Canadà; 12 Altres (Brasil, la Habana, Guaiana anglesa i Equador)

Font: GIRALT RAVENTÓS (1998b), p. 229-233.

LES SPANISCHE WEINHALLE: LA XARXA COMERCIAL CATALANA DE VENDA DE VI A ALEMANYA I SUÏSSA (1860-1939)¹

Miquel Gutiérrez-Poch

Universitat de Barcelona

Resum: La comercialització del vi espanyol és poc coneguda, com ho és la seva presència en mercats diferents al francès, britànic i llatinoamericà. L'arribada de la fil·loxera a França va incrementar les seves oportunitats a països com Alemanya i Suïssa, procés que es va accentuar amb la finalització el 1892 del tractat de 1882 amb França. Des de la dècada de 1860 s'havia anat estructurant una xarxa de distribució de vi espanyol en ambdós països. Aquesta estructura comercial va viure el seu esplendor a inicis del segle xx fins a l'esclat de la Gran Guerra. La xarxa comptava amb elements informals (la base familiar, l'origen dels membres, etc.) i formals (creació d'organitzacions per defensar els interessos col·lectius) que li donaven cohesió. L'origen català de la majoria de membres de la xarxa permetria parlar d'una diàspora comercial.

Paraules clau: vi, xarxa comercial, Catalunya, Alemanya, Suïssa.

¹ Aquest article forma del projecte de recerca PGC2018-093896-B-I00 «¿Capitalismo mediterráneo?: Éxitos y fracasos del desarrollo industrial en España, 1720-2020» MCOC - Ministerio de Economía y Competitividad i Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), dirigit por Jordi Catalan i Ramon Ramon.

Resumen: La comercialización del vino español es poco conocida, como lo es su presencia en mercados diferentes al francés, británico y latinoamericano. La llegada de filoxera a Francia incrementó sus oportunidades en países como Alemania y Suiza, proceso que se acentuó con la finalización en 1892 del tratado firmado con Francia en 1882. Desde la década de 1860 se había ido estructurando una red de distribución de vino español en ambos países. Esta estructura comercial vivió su esplendor a inicios del siglo xx hasta el estallido de la Gran Guerra. La red contaba con elementos informales (la base familiar, el origen de sus miembros, etc.) y formales (creación de organizaciones para defender los intereses colectivos) que le daban cohesión. El origen catalán de la mayoría de sus miembros de la red permitiría hablar de una diáspora comercial.

Palabras clave: vino, red comercial, Cataluña, Alemania, Suiza

Abstract: The history of the commercialisation of Spanish wine and its presence in markets other than the French, British or Latin American ones are relatively unknown. The arrival of the phylloxera plague in France increased the opportunities for Spanish wine to spread to countries such as Germany and Switzerland, a process that was accentuated by the completion in 1892 of the treaty signed with France in 1882. From the 1860s, a Spanish wine distribution network was created in both countries. This commercial structure experienced its heyday at the beginning of the 20th century up until the outbreak of the Great War. The network had both informal elements (the family base, the origin of its members, etc.) and formal elements (organisations to defend collective interests) that reinforced their cohesion. The Catalan origin of most of the members of the network makes it possible to speak of a commercial diaspora.

Keywords: wine, commercial network, Catalonia, Germany, Switzerland

1. Introducció

La distribució, tant en el mercat interior com en l'exterior, és un aspecte poc conegut de la viticultura espanyola i catalana. El seu estudi té una eina teòrica de gran utilitat en el concepte de xarxa, tant l'establerta entre productors, comissionistes, majoristes i minoristes, com l'articulada per aquests darrers. Peça essencial en la gènesi i desenvolupament de les xarxes, tot partint d'un sistema comú de valors, és la confiança entre els seus membres i l'existència d'una cultura de la cooperació.² El resultat és una reducció dels costos de transacció, fruit de la millor informació disponible. Un tipus de xarxa és la composada per un grup ètnic, religiós o d'origen geogràfic, sumat a relacions de parentiu, característiques que introdueixen cohesió entre els seus membres.

En l'anàlisi de les exportacions de vi espanyol, i especialment català, s'han tractat preferentment els mercats francès, britànic i llatinoamericà. En canvi, se sap poc de l'Europa central. Un element singular, en els casos d'Alemanya i Suïssa, fou la creació d'una xarxa de distribució, les anomenades *Spanische Weinhalle*, uns cellers o tavernes presents en desenes de ciutats d'ambdós països (també a Àustria, Txèquia, etc.). Manuel Chaves Nogales afirmava que «en cada Ciudad importante de Centroeuropa» hi havia una vinateria espanyola.³ Segons Xènius «De esos establecimientos los había en todas las ciudades populosas del mundo germánico».⁴ Es podria parlar, per tant, d'una diàspora comercial, formada fonamentalment per catalans. Aquests fluxos comercials tenen continuïtat en el present. Ambdós mercats, l'alemany i el suís, encara avui en dia ocupen un lloc destacat en les exportacions espanyoles de vi, Alemanya el 2019 lidera el rànquing amb un 12% del total i Suïssa és el sisè destí amb un 4,2%. Aquests percentatges augmenten en els vins de qualitat, essent respectivament el segon destí amb un 13,9% i el quart amb 6%.

2. Els mercats alemany i suís del vi: una sortida a la crisi finisecular

L'anàlisi històrica dels mercats exteriors del vi espanyol, centrada en França, Regne Unit i Amèrica Llatina, ha marginat altres països europeus. Aquests darrers van adquirir rellevància amb el sotrac patit per la viticultura francesa amb motiu de la fil·loxera. Aquesta fou una oportunitat que, a més d'obrir el mercat francès, va oferir nous horitzons a Europa central als productors espanyols. Tendència que es va reforçar a finals del segle XIX quan la demanda francesa, principal impulsora de la gran expansió del sector, es va veure contreta per la finalització del tractat comercial de 1882. La

² Per a un estat de la qüestió vegeu CASSON (2011).

³ CHAVES NOGALES (2012), p. 267.

⁴ *La Vanguardia*, 3 de setembre de 1950, p. 5.

situació es va complicar amb l'arribada de la fil·loxera i amb la pèrdua de posicions en els mercats llatinoamericans. Mentre els preus queien, els comercialitzadors de vins van potenciar altres mercats i vies de venda. Una de les sortides, un cop iniciada la recuperació postfil·loxèrica, fou reforçar la presència a països com Alemanya i Suïssa.⁵ Juan Pan-Montojo posa en dubte l'impacte d'aquestes exportacions quan afirma que «incluso los grandes avances en las ventas como los ocurridos en Suiza, no fueron ni generales ni permanentes».⁶ En canvi, en aquest treball es suggereix que aquesta demanda no pot ser ignorada.

Taula 1. Consum de begudes alcohòliques a finals del segle XIX
(litres per càpita i any)

| | Vi | Cervesa i Sidra | Begudes espirituoses | Equivalent en alcohol |
|--------------|-------|-----------------|----------------------|-----------------------|
| França | 86,45 | 50,05 | 8,65 | 15,93 |
| Suècia | 1,82 | 28,21 | 19,11 | 10,47 |
| Alemanya | 11,38 | 81,90 | 5,92 | 10,01 |
| Bèlgica | 3,19 | 129,68 | 7,28 | 9,10 |
| Suïssa | 45,50 | 15,02 | 7,74 | 9,10 |
| Regne Unit | 1,82 | 122,85 | 4,10 | 8,65 |
| Itàlia | 75,08 | 4,55 | 1,82 | 8,65 |
| Holanda | 3,19 | 40,04 | 11,83 | 8,19 |
| Espanya | 68,25 | 1,37 | 1,37 | 7,74 |
| Àustria | 23,66 | 29,58 | 7,28 | 7,28 |
| Portugal | 57,79 | 0,91 | 0,91 | 6,83 |
| Estats Units | 1,82 | 47,78 | 5,92 | 5,46 |

Font: MULHALL (1892), p. 58.

Els mercats alemany i suís del vi eren diferents. L'alemany, a finals del segle XIX, formava part dels països amb un consum intermedi-baix de vi (11,38 litres/per càpita/any) i amb la ingesta d'alcohol concentrada en la cervesa.⁷ Suïssa pertanyia al grup de consum de vi intermedi-alt (45,50 litres/per càpita any) —vegi's taula 1—. Aquestes dades es confirmen entrada la dècada de 1920. Alemanya constava entre els països amb

⁵ PINILLA i AYUDA (2002), p. 76.

⁶ PAN-MONTOJO (1994b), p. 266.

⁷ Aquestes dades són merament indicatives. Anderson, Nelgen, i Pinilla situaven el consum per càpita a Alemanya entre 1870 i 1919 en la franja de 4,2 a 4,9 litres, mentre que el de Suïssa es movia al voltant dels 70 fins el 1910 quan va baixar en torn del 48: ANDERSON, NELGEN i PINILLA (2017), p. 192. Fonts consulars espanyoles quantifiquen el consum a Alemanya el 1877 en 7,5 litres per càpita: OROZCO (1877), p. XI.

un molt baix consum amb 0,44 litres per càpita de vi el 1923-27 front 2,36 de cervesa (quantitats expressades en alcohol pur). En canvi, Suïssa ha estat qualificada com de consum mitjà amb 4,52 litres (front els 1,85 de cervesa). Espanya estava en 12,29 i 0,09, respectivament.⁸ En termes relatius, el mercat alemany entre 1860 i 1939 va oscil·lar entre el 2,7% del consum mundial (1860-69) i el 1,6 % (1920-1929), mentre que el suís es va moure entre el 2,1% (1880-89) i el 0,9% (1920-29).⁹

Els vins espanyols ja estaven presents a Alemanya i Suïssa en les dècades centrals del segle XIX. De fet, a inicis de la segona meitat del segle XIX van aparèixer les primeres *Spanische Weinhalle*. En ambdós casos, la seva posterior expansió es va beneficiar de la signatura de tractats comercials el 1883 i del reconeixement mutu de la clàusula de nació més afavorida. Era la resposta a un mercat internacional del vi afectat per la fil·loxera a França.¹⁰

El mercat alemany va ser, després de França i el Regne Unit i durant els anys 1870 i 1880, el tercer destí europeu del vi espanyol. Aquesta presència es va accentuar durant la dècada de 1880, en el context de fil·loxera a França i pel tractat comercial de 8 d'agost de 1883 (prorrogat el 2 de setembre 1886). Era la confirmació a una tendència prèviament apuntada, ja que segons les estadístiques alemanyes el 1881 es van importar 2.351,0 tones de vi espanyol que el 1882 eren 2.824,3.¹¹ El tractat fixava que les importacions pagarien únicament els aranzels. La projecció comercial del vi espanyol es va intentar estimular amb la creació el 1888 d'una estació enotècnica espanyola a Hamburg (junt a les de París i Londres i, des del 1889, la de Seta), tot i que va tenir una vida efímera en desaparèixer a mitjans de 1892.

Les importacions a Alemanya de vi espanyol varen declinar amb la finalització del tractat a inicis de 1892. Un acord va ser signat, però fou refusat pel Senat. Espanya va estar en guerra aranzelària amb Alemanya entre maig de 1894 (quan va finalitzar definitivament el tractat de 1883) i inicis de 1896 (amb una solució provisional), fet que va dificultar l'entrada dels vins peninsulars. La regularització de la situació amb un «arancel convencional» va impulsar les vendes.¹² El nou marc comercial estava basat en un intercanvi de notes, resultat del tractat hispano-alemany, bàsicament polític (relatiu al traspàs de sobirania de possessions espanyoles al Pacífic), aprovat el 30 de juny de 1899. El 1903 es deia «Los vinos españoles tienen en Alemania gran porvenir».¹³

8 PINILLA i AYUDA (2007), p. 182.

9 ANDERSON, NELGEN i PINILLA (2017), p. 190.

10 SERRANO SANZ (1987), p. 46.

11 *Lau-Buru* (Pamplona), 20 de març de 1884, p. 1.

12 MINISTERIO DE ESTADO. CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL (1900), pp. 5-6.

13 *La Vanguardia*, 30 de desembre de 1903, p. 4.

Els anys previs a la Gran Guerra foren d'esplendor per al vi espanyol a Alemanya. Claudi Oliveras, qui va ser director de les Estacions Enològiques de Vilafranca del Penedès i de Reus, afirmava el 1923 que Alemanya «Constituyó antes de la guerra un floreciente mercado».¹⁴ La llei de vins de 9 d'abril de 1909 i el seu reglament del posterior 9 de juliol van contribuir a impulsar aquest comerç. Progressivament, el gruix de les importacions procedents d'Espanya estava constituït per vi comú en botes (entre 1908 i 1910 al voltant del 80%), mentre que baixava l'adreçat al cupatge, un dels seus usos principals, especialment del negre.¹⁵ El vi espanyol havia de competir amb el francès i l'italià. Just entre 1908 i 1910, la producció espanyola va suposar entre el 20 i el 25% de las importacions «en barriles y vagones-cuba». Les exportacions a Alemanya es van elevar al 4,2% del total entre 1906 i 1910 i al 5,1% entre 1926 i 1930.¹⁶ Però, en realitat, el vi espanyol estava infravalorat a les estadístiques oficials, perquè molt anava consignat a Holanda, Bèlgica i Dinamarca. En aquest marc, per incentivar les exportacions, els comerciants espanyols establerts a Alemanya reclamaven la posada en marxa d'una estació enotècnica, com l'existent a Ginebra.

El dinamisme de la primera dècada del segle xx es va veure amenaçat pels canvis aranzelaris i per les sospites d'adulteració. D'acord amb el Zollverein, els vins estrangers no estaven gravats amb impostos interiors que sí afectaven els nacionals. Alguns *Ländern* van reclamar a l'abril de 1913 una revisió d'aquest article però, finalment, no es va aprovar el canvi. A més, determinats grups alemanys insistien en què els vins espanyols eren adulterats. Alemanya i Suïssa presentaven certes exigències, d'acord amb els tractats comercials, per evitar aquests fraus. En aquest sentit, les estacions enològiques de Reus i de Vilafranca del Penedès van ser habilitades per certificar els vins espanyols des de gener de 1911.

Suïssa també es va veure afectada per la caiguda de la producció francesa. Una resposta fou el tractat signat amb Espanya el 14 de febrer de 1883, prorrogat el 30 de juny de 1887 fins l'1 de febrer de 1892. Antoni Martorell afirmava a inicis del segle xx, «Durant aquest temps els vins son pagats a preus fabulosos», degut a les vendes a França i Suïssa.¹⁷ El 1893 es va signar un nou tractat que, sumat al trencament comercial entre Suïssa i França, va provocar un increment de les exportacions de vi. Espanya va vendre el 1894 al mercat helvètic 412.347 hectolitres de vi en pipes, front els 252.096 hl de 1893 i 129.312 de mitjana entre 1890 i 1892.¹⁸ Aquesta tendència és especialment destacable atesa la trajectòria declinant de les importacions suïsses de

14 OLIVERAS (1923), p. 45.

15 TALLAVIGNES (1903), p. 77.

16 PUJOL ANDREU (1982), p. 158.

17 MARTORELL (2010), p. 40.

18 *El Aralar*, 17 d'abril de 1895, p. 2.

vi.¹⁹ La pauta es va mantenir durant els següents anys,²⁰ fins un retrocés el 1901.²¹ Diferents estaments del Penedès es feien ressò el 1902 dels moviments contraris a un nou conveni.²² El 1904, la possible denúncia del tractat comercial com a resultat d'una votació popular a Suïssa va reactivar l'oposició dels viticultors helvètics i va provocar la mobilització dels comerciants de vins espanyols establerts a Suïssa.²³ Similars inquietuds apareixen a la premsa catalana a mitjans de 1906, quan s'acabava la pròrroga de l'esmentat *modus vivendi*.²⁴ El tractat signat l'1 de setembre de 1906 va impulsar les vendes, especialment des del 1908. El resultat fou un clima contrari al vi espanyol, especialment del Penedès, que Manuel Raventós va constatar en un viatge a inicis de 1910.²⁵ Espanya va ocupar el lideratge com a subministrador de vi del mercat helvètic des del 1911, substituint Itàlia. En aquell any, els 666.312 hectolitres exportats foren el 51,2% del total (front el 25,9% dels 458.008 de 1910). La creixent centralitat del mercat suís explica la posada en funcionament el 1908 d'una estació enotècnica a Ginebra.

El mercat alemany es va veure severament contret per la Gran Guerra,²⁶ la posterior hiperinflació²⁷ i els canvis aranzelaris.²⁸ D'aquesta forma, Claudi Oliveras afirmava el 1923, en relació al mercat germànic, que «en la actualidad y seguramente todavía por bastantes años, no será posible contar con él».²⁹ Malgrat això, es va produir certa recuperació el 1925, quan les exportacions de vi negre a doll multiplicaven per dos les de 1913 (suposaven pràcticament el 10% del total). Aquest increment es va fer en el context del *modus vivendi* signat el 25 de juliol de 1924. La denúncia alemanya del tractat a mitjans de 1925 va provocar una nova davallada de les vendes. La tendència

19 Els vins espanyols suposaven el 1890 un 10,6% del total importat (944.770 hectolitres), mentre que el 1894 s'havia situat en el 49,1% dels 839.707 hectolitres importats: CONSEJO DE ADUANAS Y ARANCELES (1896), p. 9.

20 Així es va passar de 166.473 hectolitres el 1892 a 412.347 el 1897 i a 603.489 el 1899: *El Labriego*, 29 de juny de 1902, p. 178.

21 Així, es va passar de 13,9 milions de francs (1897), a 12,5 (1898), 13,3 (1898), 10,1 (1900), 8,6 (1901) i 10,3 (190): ABELLA (1903), p. 62; ABELLA (1904), p. 16.

22 La Cambra Agrícola de Vilafranca i el Centre Agrícola del Penedès van escriure al president del govern expressant la seva preocupació: *El Labriego*, 29 de juny de 1902, p. 178.

23 *Le Confédéré* (Martigny), 13 de maig de 1905, p. 3.

24 *El Baix Penedès* (El Vendrell), 23 de juny de 1906, p. 2.

25 *L'Apat* (Sant Sadurní d'Anoia), 14 de maig de 1910, p. 1.335-1.336.

26 José Elías de Molins afirmava el 8 de febrer de 1915 en el Senat espanyol que «la guerra europea, [...] ha traído la dificultad y carestía en los transportes, que ha cerrado los mercados, completamente el de Alemania»: *Boletín de la Cámara Agrícola Oficial de Igualada y su Comarca*, 1a. quinzena de febrer 1915, p. 1.

27 Segons la Liga Comercial Española en Alemania «El negocio en vinos españoles continúa calmadísimo a pesar de la indudable falta que existe en los mismos; pero sus precios, con la formidable baja del marco, los hace inabordables»: *El Pueblo* (Valencia), 15 de novembre de 1922, p. 4.

28 Teodor Ahicart comentava el 1922 que els comerciants espanyols tenien cada cop més difícil el seu proveïment perquè «una pila de lleis de restricció ha reduït quasi al no res l'acció comercial» (*Priorat* (Falset), 1 de setembre de 1922, p. 2.

29 OLIVERAS (1923), p. 45.

es va confirmar els anys següents. Així, les exportacions el 1930 eren un terç de les de 1925. La Federación Nacional de Criadores Exportadores y Almacenistas de Vinos de España afirmava que «A últimos del año 1925 [...] mientras el consumo de vinos con denominaciones españolas iba en aumento, disminuían nuestras exportaciones».³⁰ El motiu eren falsificacions. El 1934 es feia un repàs dels obstacles a la importació de vi espanyol a Alemanya: aranzels elevats, problemes en el pesatge de la mercaderia, necessitat d'una nova anàlisi en el vi dolç, restriccions al seu ús en el cupatge, etc.³¹ Així les coses, la mitjana de les exportacions de vi negre a doll a Alemanya van suposar entre 1928 i 1935 únicament un 3,4% del total (Suïssa el 9,6% i França el 68,8%).

El mercat helvètic va presentar una trajectòria diferent durant la guerra, tot i que es definia com a «mermado».³² Les vendes, malgrat les dificultats per al trànsit per França, van certificar el lideratge espanyol front Itàlia. El vi espanyol va suposar, des del 1916, un percentatge superior al 50% del total. L'any 1919 va assolir el seu rècord en termes absoluts amb 1.199.667 hectolitres que suposaven el 85%. Josep Ventosa afirmava que el Penedès «nedà, i no és hipèrbole, en un veritable riu d'or».³³ La situació va canviar als anys centrals de la dècada de 1920. La producció italiana havia pres l'alternativa, a causa de la devaluació de la lira i la reducció de la tarifa de transport fixada pel govern d'aquell país. Entrada la dècada de 1930, fruit de nous competidors i de l'augment de la producció domèstica, l'exportació a aquell mercat havia davallat extraordinàriament.

3. Les *Spanische Weinhalle*: cellers, tavernes i magatzems

Un element central en la comercialització de vins espanyols i catalans a Alemanya i Suïssa, com ja s'ha esmentat, fou l'obertura de cellers i/o tavernes especialitzades on es venia tant al detall com a l'engròs —vegi's taula 2—. Eren les conegudes *Spanische Weinhalle*, però depenent de la major especialització en la comercialització a la menuda o a l'engròs podien anomenar-se *Spanische Weinstube* (taverna espanyola) o *Spanische Weinhandlung* (botiga de vi espanyol). Les *Weinhalle* espanyoles també acostumaven a oferir servei de restaurant, tot esdevenint punts de reunió dels espanyols.

³⁰ FEDERACIÓN NACIONAL DE CRIADORES, EXPORTADORES Y ALMACENISTAS DE VINOS DE ESPAÑA (1929), pp. 4-5.

³¹ *La Vanguardia*, 10 de novembre de 1934, p. 21.

³² *Boletín de la Cámara Agrícola Oficial de Igualada y su Comarca*, 1a. quinzena de febrer 1915, p. 1.

³³ VENTOSA (1936), p. 8.

**Taula 2. Preus al Cafè Espanyol a Friburg
d'A. Barrot-Madrenas (francs suïssos/litre)**

| | A la taverna | Per emportar | A l'engròs |
|---------------------|--------------|--------------|------------|
| Vins negres | | | |
| Catalunya sec | 0,80 | 0,70 | 0,60 |
| Muntanya sec | 1,00 | 0,80 | 0,70 |
| Sevilla, sec i dolç | 1,20 | 1,00 | 0,80 |
| Benicarló, sec | 1,40 | 1,20 | 1,00 |
| Valdepeñas, sec | 1,50 | 1,30 | 1,10 |
| Vins blancs | | | |
| Martorell, sec | 0,80 | 0,70 | 0,60 |
| Alella, sec | 1,00 | 0,80 | 0,70 |
| Sevilla, sec i dolç | 1,20 | 1,00 | 0,80 |

Nota: A més, comercialitzava una àmplia gamma de vins fins embotellats (Màlaga, Garnatxa, Alacant, Malvasia, Xerès, Moscatell: amb preus de 1,70 a 3 francs; Lacrima Christi, Pedro Ximenes, «Fleur d'Espagne»: a 3,00 francs). Font: *La Liberté* (Friburg), 30 de juny de 1886, p. 4.

Les instal·lacions pioneres a Suïssa, a la segona meitat de la dècada de 1860, foren les de J. Caritx (el 1863 o el 1864) i P. Granyoleras (1865). Altres locals es van continuar obrint al darrer quart del segle XIX, especialment des de finals de la dècada de 1870 —vegí's apèndix 2—. ³⁴ Entre alguns propietaris, ja en etapes inicials, existia la voluntat de gestionar diferents locals. J. Barrot-Madrenas anunciava el seu celler de Friburg com a que comptava amb «Maison principale, à Berne, fondée en 1873». ³⁵ El 1875 s'afirmava que «Caritx et Cie.» posseïa, a més del de Berna, «autres établissements dans plusieurs villes», ³⁶ com Friburg, Saint Imier, Bienne, Thonne, Porrentruy, Langenthal, Olten i Berthoud.

A finals de la dècada de 1860 també van existir iniciatives pioneres a Alemanya, protagonitzades pels darniuencs Gorgot. Bartomeu Gorgot ja comercialitzava el seus vins a Munic través de Felip Granolleras (també de Darnius) el 1868, ³⁷ per passar a fer-ho després directament. A més, tenia representació a Würzburg. ³⁸ Josep Gorgot disposava de seu pròpia a Munic el 1870 i en va obrir una altra a Berlín el 1871. ³⁹ Els

³⁴ El 1880 s'afirmava «Les 'caves espagnoles' [...] s'étendent de plus en plus sur toute la Suisse»: *Le Bien Public* (Friburg), 10 de setembre de 1880, p. 2.

³⁵ *La Liberté* (Friburg), 18 de març de 1885, p. 4.

³⁶ *La Liberté* (Friburg), 9 de maig de 1875, p. 2.

³⁷ *Neueste Depeschen* (Munic), 29 d'abril de 1868, p. 4.

³⁸ *Würzburger Stadt- und Landbote*, 24 d'octubre de 1874, p. 4.

³⁹ *Neueste Nachrichten*, 20 d'abril de 1871, p. 4.

«Gebrüder Madrenas» n'inauguraven una a Munic el 1874 que venia a completar una xarxa comercial germano-helvètica amb presència a Berna, Ulm, Harau, Zuric, Schaffhausen i Reutlingen.⁴⁰ La zona de l'imperi alemany amb major densitat d'aquests establiments era Alsàcia (després de la seva annexió el 1871), on ja hi havia varis a finals de la dècada de 1870.⁴¹ Josep Barris Delforn⁴² va disposar d'establiments a Leipzig des de 1874, Dresden i a Berlín. La xarxa suïssa i l'alemanya eren en realitat part del mateix teixit comercial, com demostren alguns dels exemples exposats.⁴³

El cònsol espanyol a Berlín afirmava que «comerciantes alemanes e ingleses han creado en Berlín, Leipzig, en Munich y en otras ciudades del Imperio grandes depósitos de vinos españoles».⁴⁴ L'ambaixador espanyol a Berlín afirmava que el 1890 existien «36 establecimientos titulados bodegas, cuatro de gran lujo [...], y los restantes, más modestos». També hi havia vinateries espanyoles a Hamburg, Francfort, Dresden, Colònia, Stuttgart i Breslau.⁴⁵ Exemples d'això serien «Taberna. Reinhold Ackermann»⁴⁶ i Viñador.⁴⁷ Moltes d'aquestes iniciatives, gestionades per alemanys, van fracassar, tot havent de tancar.⁴⁸ Diferent fou el cas de «The Continental Bodega Company», fundada el 1879 i amb seu central a Brussel·les. «Continental» tenia sucursals a Bèlgica, Alemanya, Dinamarca, Holanda, Àustria, Hongria, Txèquia, Suïssa, etc. A Alemanya a inicis del segle xx comptava amb vinateries a Frankfurt, Wiesbaden, Stuttgart, Karlsruhe, Mulhouse, Hamburg, Berlín, Colònia, Munic, etc. També tenia representacions a Suïssa (Zuric).

L'eclosió dels cellers espanyoles a Alemanya arrenca de finals del segle XIX i inicis del xx. En el parlament alemany el 28 de gener de 1913 es parlava de la proliferació de les *Spanische Weinstuben*.⁴⁹ El cònsol espanyol a Württemberg afirmava el 1920 que aquestes s'originaven en «unos cuantos comerciantes españoles al por menor que

40 *Der Freie Landesbote* (Munic), 13 de desembre de 1874, p. 7.

41 Antoni Cusí en dirigia una a Felling el 1878, local que de fet era una filial del negoci de Genís Torres a Guebwiller, establert el mateix any. Miquel Cusí venia vins espanyols des de 1882 a Thann: HIRSCH (2002-2003), p. 743.

42 No confondre amb Josep Barris Buxó, surer i també natural de Darnius, però establert a Palafrugell i amb interessos a Alemanya.

43 Felip Granolleras després de vendre vi a Munic es va assentar a St. Gallen (Suïssa) el 1869. Damià Cardoner va tenir negocis de vins entre 1868 i 1872 a Basilea, Estrasburg i, des de 1874, a Mulhouse. Baldomer Bassegoda havia tingut local, primer, a Colmar i, després, a Ginebra.

44 *Lau-Buru* (Pamplona), 20 de març de 1884, p. 1.

45 CONDE DE RASCÓN (1890), p. 11.

46 Fundada a Leipzig el 1873, va tenir sucursals a Dresden (1884) i Berlín (1888). S'anunciava com especialitzada en vins de Tarragona.

47 El 1889 tenia seus a Hamburg, Viena i Praga.

48 *El Comercial Vinícola Español*, 1 d'octubre de 1911, p. 2.

49 *Verhandlungen des Reichstages. XIII Legislaturperiode. Band 287* (16 de gener de 1913 a 12 de desembre de 1913), Berlin 1913, p. 3.301.

aquí se han ido estableciendo desde hace unos veinticinco años». ⁵⁰ El seu èxit ve avalat per la creació de desenes d'elles entre 1900 i 1914. El 1911, recordant els fracassos amb propietaris alemanys, s'afirmava que «siendo los patrones verdaderos españoles, van muy bien». ⁵¹ Mariano de Cavia comentava l'octubre de 1915 que «La bodega española es tan popular en toda Alemania como la mismísima Hofbrauhaus de Munich». ⁵² El nucli de la xarxa de cellers o vinateries espanyoles es centrava al sud-oest, zona amb tradició en el consum de vi (Baviera, Baden-Württemberg, Hesse, Alsàcia, etc.) –vegi's apèndix 1-. Únicament a l'antic Regne de Württemberg (amb capital a Stuttgart), el 1920 hi havia «28 negocios españoles de vino, todos ellos prósperos y con una venta anual aproximada de 200 bocoyes». ⁵³

Aquest dinamisme va provocar l'oposició de productors i comerciants alemanys. *El Comercial Vinícola Español* es feia ressò l'octubre de 1911 d'un article del *Zentral-Organ für das Wirtsgewerbe* titulat «Las bodegas españolas son un peligro para la viticultura y para el negocio de los cafeteros alemanes». Aquest article s'originava en l'oposició dels cafeters de Pforzheim (Württemberg) a l'establiment d'una nova vinateria espanyola i la denegació, per part del consell provincial, de la llicència. L'argument utilitzat era que «El vino español [...] es demasiado fuerte para nuestras condiciones», sumat a l'impacte econòmic sobre l'agricultura i el comerç germànics. ⁵⁴ Pau Viñas es va enfrontar a una situació similar a Markirch (Alsàcia), l'actual Sainte-Marie-aux-Mines. ⁵⁵ El cònsol espanyol a Berlín parlava de «la hostilidad de los vinateros locales contra los establecimientos de vinos españoles, sobre todo en Alsacia». ⁵⁶

A la mateixa època continuaven funcionant a Suïssa moltes vinateries obertes a finals del segle XIX. D'acord amb Ángel Morales, director de l'Estació Enotècnica de Ginebra, «pasan de cincuenta las [casas españolas] que se dedican exclusivamente al comercio de vinos al por menor abundando más en la Suiza alemana». ⁵⁷ Aquesta xarxa fou un dels motius del creixement de les exportacions de vi espanyol.

50 BUYLLA (1920), p. 9.

51 *El Comercial Vinícola Español*, 1 d'octubre de 1911, p. 2.

52 *El Imparcial*, 1 d'octubre de 1915, p. 1.

53 BUYLLA (1920), p. 9.

54 *El Comercial Vinícola Español*, 1 d'octubre de 1911, p. 1-2.

55 *El Comercial Vinícola Español*, 1 d'agost de 1911, p. 2.

56 GIL-DELGADO (1911), p. 36.

57 MORALES (1914), p. 428.



Niederlage
ächt spanischer Weine
 (feine und ordinäre)
aller Sorten von
Korkstopfen und Korksohlen.

Ich habe die Ehre, dem geehrten Publikum ächte und ausgezeichnete spanische Weine von Bartolome Gorgot, Weinbergbesitzer und Korkwaarenfabrikant zu Darnius in Spanien, zu empfehlen, sowie meine Niederlage von Korkstopfen, welche von 3000 Stück an billig verkauft werden. 115

Preis-Courant.

Feine Weine.

| | | | | |
|-----------------|-------------|----------------|-----------|----------|
| Madeira | per Flasche | fl. 2. — kr., | per Eimer | fl. 124. |
| Rancio | „ | fl. 2. — kr., | „ | fl. 124. |
| Malvasia | „ | fl. 1. 30 kr., | „ | fl. 80. |

Rothe Weine.

| | | | | |
|-------------------------|-------------|----------|-----------|---------|
| Vino de Sevilla | per Flasche | fl. 1., | per Eimer | fl. 55. |
| Vino de la Plana | „ | kr. 48., | „ | fl. 45. |

Die spanischen Weine, sowie die Korkstöpsel werden in ganz Bayern franco in den betreffenden Bahnhof geliefert.

F. Granolleras.
München, 21 Karlsplatz 21
 (nächst der protestant. Kirche.)

Anunci de l'establiment propietat de Felip Granolleras localitzat a Munic.
 Font: publicat a *Neueste Depeschen* (Munic), 1 de juliol de 1868.

L'època daurada de les *Spanische Weinhalle* a Alemanya va finalitzar amb l'esclat de la Gran Guerra. La trajectòria de Josep Poch, emigrat a Alemanya el 1902, n'és paradigmàtica. L'any 1917, Poch va tancar els seus establiments a «causa de la guerra, puesto que la importación de nuestros vinos fue imposible». Aquest vinater, natural de Capellades, abandonava Aschaffenburg (Baviera), on residia, el gener de 1918 per anar a viure a Copenhaguen. Recuperada certa normalitat, el 1919 va retornar a Alemanya per dedicar-se de nou a la importació de vins amb la raó social José Poch GmbH., una *Spanischen Weingrosshandlung* radicada a Frankfurt. La conjuntura política i econòmica no li van permetre l'estabilització del negoci. La hiperinflació d'inicis de la dècada de 1920 va provocar, segons les seves paraules, que «con la baja del marco perdí mi fortuna». ⁵⁸ Un altre exemple seria Joan Pagès qui va retornar al seu Llançà natal el 1918, tancant els seus negocis a Heidelberg, on va tornar entre 1920 i 1923, any en què

⁵⁸ Les referències de Josep Poch i Teixé provenen d'una carta datada el 12 de desembre de 1951 (AMC, Correspondència, Vol. 733, 1951).

s'estableix de nou a Catalunya.⁵⁹ Idèntic és el cas de Jaume Socias, qui el 1918 va abandonar Hanau pel Vendrell, tot i que el 1921 residia a Darmstadt. Una altra trajectòria habitual fou deixar Alemanya per assentar-se a Suïssa. Moisès Fulguera va tancar el seu establiment de Neunkirchen (Sarre) el desembre 1916 per muntar-ne un a Zuric, on va continuar actiu fins l'any 1929. Ricard Soler també va abandonar Ulm el 1915 per establir-se a Zuric. Els germans Jaume i Alfons Ribó, amb negocis a Alemanya, van anar a viure el 1917 a Schaffhausen. Aquest trasllat va venir facilitat pels continus contactes entre els comerciants establerts a un país i l'altre, tot podent-se continuar parlant de la mateixa xarxa encara abans de l'esclat de la guerra.

Un nou període de tancament de locals a Alemanya es va produir a inicis de la dècada de 1930, quan es van repetir retorns a Catalunya.⁶⁰ Malgrat això, a mitjans de la dècada, encara romanien oberts diversos cellers espanyols. Molts dels comerciants estaven arrelats a les societats alemanya o suïssa. Alguns, fins i tot, estaven casats amb naturals del país.⁶¹ Hi ha diferents exemples d'aquesta continuïtat. Joan Prim Carbonell va morir a Darmstadt el 1954 quan es van fer càrrec del negoci la seva dona i les seves filles. Antoni Jorba, establert a Nuremberg, va morir a aquesta ciutat el 1936. Toribi Vidal va continuar gestionant el seu negoci de Stuttgart fins als bombardejos de la Segona Guerra Mundial (tot i que hi va residir fins a la seva mort el 1964). Aquesta continuïtat també era palpable a Suïssa, on no s'havien patit tant els efectes de la Gran Guerra. Cristòfol Riba va estar davant del seu negoci a Porrentruy, fins a la seva mort el 1941. El seu fill propi Alfons el va succeir fins a la dècada de 1970. A Aarau (Suïssa) van funcionar dos cellers espanyols fins la dècada de 1960: el de Rosalia Masabeu-Elias i el d'Ella Mestre-Mateu.

4. El funcionament de les *Spanische Weinhalle*

La xarxa de vinateries espanyoles tenia diferents mecanismes de cohesió, uns informals i altres formals. Entre els primers destaquen el caràcter familiar del negoci, la coincidència en l'origen, etc. A més, el propi fet de compartir lloc de treball durant anys originava l'establiment de complicitats més enllà de la família i el lloc d'origen. Entre els elements formals es trobava la creació de tota una estructura institucional i organitzativa.

⁵⁹ *Heraldo de Madrid*, 29-11-1930, p.8.

⁶⁰ Josep Esteve va tancar la seva *Weinhalle* de Schamberg el 1928 i el 1931 la d'Ebingen, quan va obrir un bar-cafeteria a Vilafranca del Penedès.

⁶¹ Joan Gusiñé es va casar el 1891 amb Bertha Burkhardt, filla d'un hostaler suís. Cristòfol Riba, amb celler a Porrentruy (Suïssa), ho va fer el 1901 amb Emma Mutter de Haagen (Renània del Nord-Westfàlia) i Josep Esteve el 1920 amb l'alemanya Emma Amalie Stähle.

La pauta habitual era que progressivament emigressin diferents membres d'una família per responsabilitzar-se de la gestió d'un establiment.⁶² Aquests vincles es reforçaven per una política endogàmica entre components d'aquesta diàspora comercial,⁶³ també entre membres de la xarxa a Alemanya i Suïssa.⁶⁴ El resultat eren unes xarxes de confiança i seguretat essencials per al desenvolupament del negoci.



Postal d'inicis del segle xx de la Spanische Weinhalle de «Prat y Cabré» de Stuttgart (col·lecció particular de l'autor).

62 Felip Granolleras es va establir a Sankt Gallen el 1869 amb la seva dona i fills. Jaume Cabré abans de muntar local propi a Göppingen, havia treballat per al seu oncle Pasqual Cabré, amb celler a Basilea. Antònia Just Miquel va emigrar per ajudar el seu germà Pau en la gestió de l'establiment de Reutlingen. Més tard, s'hi van afegir altres dos germans: Ernestina i Emili. També s'hi a establir Pau Vendrell Pi, promès i després espòs d'Antònia. Amb Josep Poch Teixé van emigrar altres familiars. El seu germà Ramon, abans de treballar amb Josep, ho havia fet a Stuttgart, constant la seva arribada el novembre de 1913. El seu parent Amadeu Poch i Claramunt, també va viure amb ell a Aschaffenburg (d'1 de novembre de 1913 a 12 de maig de 1914) (SASS, Aschaffenburg, Aufenthalt-Anzeige (full de registre de Ramon Poch Teixé i Amadeu Poch Claramunt).

63 A Suïssa, Pere Gorgot amb celler a Zuric estava casat amb Margarida Barris, també de Darnius i membre d'una família amb components a la xarxa. Frederic Poch es va casar amb Maria Albareda Vidal, germana d'un comerciant de vins, establert com ell a Olten. A Alemanya, Pau Just fundador d'una vinateria a Reutligen estava casat amb Pepa Cabré, neboda de J. Cabré, propietari d'una a Göppingen. Antoni Jorba, amb local a Nuremberg, es va casar el 1913 amb Ernestina Just, germana de Pau Just. Josep Ros, fill de Guillem Ros amb cellers a Aarau i Baden, va contraure matrimoni amb una filla de Pau Vendrell i Antònia Just, relacionats amb l'establiment de la ciutat alemanya de Reutlingen (agraïxo aquestes informacions a M. Àngels Ros i Vendrell). Isidor Marcet, resident a Berna, i Rosa Riba, germana de Cristòfol i Josep, també comerciants de vi, es van casar el 1907.

64 Joan Ahicart, amb Weinhalle a Stuttgart, va contraure matrimoni amb Enriqueta Gussinyé, membre d'una família que comercialitzava vi a Basilea (*Diario de Tarragona*, 15 de maig de 1917, p. 2).

La majoria dels empleats a les vinateries anaven a viure a Alemanya sense coneixement previ de l'alemany. L'emigrar en xarxa, i en condició de «dependiente», facilitava l'adaptació i l'aprenentatge de l'idioma (també el francès i l'italià, en el cas de Suïssa) com per poder muntar el negoci propi. Un exemple l'ofereix Cristòfol Riba, qui en els seus anys de cambrer va aprendre tant alemany com italià.⁶⁵ Similar és el cas d'Enric Ros Domingo qui emigrat a Heidelberg va treballar en feines auxiliars fins que va conèixer l'idioma. En etapes més avançades va començar a funcionar un actiu mercat de treball vinculat a aquesta xarxa comercial.⁶⁶

La continuïtat en la gestió del negoci es va combinar amb traspessos de titularitat a familiars,⁶⁷ membres de la xarxa i, freqüentment, antics empleats. Així era molt habitual que alguns propietaris haguessin arribat a Alemanya «para ser colocados como dependientes en los establecimientos de sus compatriotas»⁶⁸ i ho fessin molt joves (entre 16 i 20 anys). Cristòfol Riba va arribar a Suïssa el 1887, treballant a Meiringen i Grenchen (pel seu germà Josep), fins que va obrir establiment propi el 1901 a Porrentruy.⁶⁹ Aquesta circumstància també fou habitual a Alemanya. La «Zur Stadt Barcelona» de Darmstadt, fundada el 1911 pels vendrellencs Foix, va ser traspassada a Joan Prim Carbonell per la mort de Joan Foix. Prim havia treballat a Heilbronn pels Foix des del 1907/8 fins el 1911. Pau Just Miquel va anar a Alemanya per una feina a una *Weinhalle* de Göppingen gestionada per J. Cabré per fundar després, el 1907, una pròpia a Reutlingen. Josep Esteve va trobar ocupació un temps a Reutlingen amb Pau Just fins que va fundar la seva pròpia a Schramberg. Toribi Vidal havia treballat al local de Joan Ahicart de Stuttgart, abans de que aquest li traspassés quan va establir-se a Suïssa.⁷⁰ Quan un antic cambrer iniciava un negoci propi, acostumava a comptar amb el suport econòmic i logístic d'altres membres de la xarxa. Tanmateix, es té constatat com es creaven vinateries i després es traspassaven «a compatriotis joves».⁷¹ Un exemple fou Joan Foix qui va crear diferents establiments per després traspassar-los a vendrellencs, tot contribuint a crear una xarxa per a la venda dels seus vins. A més, els pioners de la xarxa assessoraven els nous, fruit del coneixement de l'entorn econòmic

65 *Le Jura* (Porrentruy), 3 de març de 1970, p. 10.

66 El juny de 1925 i l'agost es van publicar anuncis a *La Vanguardia* per treballar a una vinateria a Frankfurt, la de Joan Macau (*La Vanguardia*, 10 de juny de 1925, p. 22 i 28 d'agost de 1926, p. 23). Anuncis similars es van publicar a *El Baix Penadés del Vendrell* i a *Badalota de L'Arboç*.

67 La vinateria de Burgdorf, que havia estat gestionada per Albareda y Cia. (Joaquim Albareda i Isidor Marcet) fins 1893, quan la va passar a administrar el propi Marcet. Finalment, el 1894 se'n va fer càrrec el seu germà Pau Marcet, per la tornada a Catalunya d'Isidor (*SchHand*, XII, n. 175, p. 714). En cas de defunció del propietari, amb freqüència les continuaven gestionant les vídues.

68 MORALES (1914), p. 428-429.

69 *Le Jura* (Porrentruy), 3 de març de 1970, p. 10.

70 NADAL (2013), p. 116.

71 *El Baix Penadés* (El Vendrell), 21 de setembre de 1912, p. 2.

i legal.⁷² Aquests fets atorgaven a la xarxa certa jerarquia controlada pels establiments que proveïen el vi i pels més antics.

Alguns propietaris comptaven amb diferents *Weinhalle*. Josep Poch, amb una vinateria a Aschaffenburg (Baviera), segons propi testimoni va arribar a tenir catorze sucursals. Pau Just, després de fundar el seu celler a Reutlingen, va obrir representació a Tübingen, Münzingen, Heifingen i Riedlingen.⁷³ Joan Pagès, a part de la seva central a Heidelberg, disposava de cinc sucursals.⁷⁴ Pau Vidal, primer, i Magí Mayner (el seu successor), després, tenien distribuïdes per Karlsruhe diferents sucursals. El 1910, Mayner anunciava les cinc filials de Karlsruhe i vàries al sud d'Alemanya (Durlach, Baden-Baden, Frankfurt, Heidelberg, Mannheim, Pforzheim, Bruchsal, Würzburg, Ülm, etc.).⁷⁵

Amb freqüència, aquestes vinateries també venien fruita espanyola i, ocasionalment, oli. Això ja era habitual en els locals pioners, com el de J. Barrot-Madrenas que importava taronges i figues fresques a inicis de la dècada de 1880. Geroni Bertrán, establert a Zabern (Alsàcia), comercialitzava oli d'oliva, verdura, fruita i begudes espi-rituoses.⁷⁶ Josep Esteve, a mitjans de la dècada de 1920, venia junt al vi «erstklassige Südfrüchte» (fruites del sud de primera qualitat). Aquesta tendència es va accentuar durant la dècada de 1920, com a resultat d'una estratègia de diversificació. Similar trajectòria s'aprecia en negocis especialitzats en la importació de fruites que van passar a tractar també amb vins.

La xarxa estava formada, tant a Alemanya com a Suïssa, en la seva pràctica totalitat per catalans. Juan Pan-Montojo afirmava que «Los catalanes monopolizaron las ventas en la Suiza de habla alemana, merced a su control de una red de comercios».⁷⁷ Fins i tot, un visitant a la «bodega española» de Colònia el 1931 es queixava que el propietari no l'entenia parlant castellà ja que «es catalán, y dice que solo habla catalán y alemán».⁷⁸ Es podria, apuntar la hipòtesi de que aquesta activitat va aprofitar els contactes establerts entre Catalunya, per un costat, i Alemanya i Suïssa, per l'altre, en activitats com el comerç surer i la importació de maquinària. L'existència d'aquestes vinateries va implicar l'emigració no únicament dels propietaris sinó també d'empleats, sovint naturals de la mateixa localitat o de la zona.⁷⁹ Els empleats, familiars o no,

⁷² Ricard Soler comentava aquest paper exercit per Joan Foix amb motiu de la mort del darrer: *El Baix Penadés* (El Vendrell), 21 de setembre de 1912, p. 2.

⁷³ JUST (s.d.).

⁷⁴ *Heraldo de Madrid*, 29 de novembre de 1930, p.8.

⁷⁵ *Der Volksfreund*, 5 de febrer de 1910, p. 4.

⁷⁶ *El Comercial Vitícola Español*, 1 d'agost de 1911, p. 7.

⁷⁷ PAN-MONTOJO (1994b), p. 266.

⁷⁸ *Transporte*, n. 65, maig de 1931, p. 29.

⁷⁹ El 1879 diferents catalans treballaven i residien amb Josep Madrenas a Zuric (Josep Quera de Terradas; Josep Fortuny de Barcelona). El mateix any, Antoni Soler, natural de la Santa Creu, treballava al celler de Pere Gorgot a

freqüentment convivia amb el propietari, compartint àpats i, ocasionalment, residència.⁸⁰ Aquesta coincidència dels llocs d'origen donava solidesa a la xarxa. Una situació similar es va donar amb els mallorquins, especialment de Sóller, dedicats al comerç de fruites i queviures.⁸¹

En relació a l'origen dels membres de la xarxa es poden distingir dues etapes: la del darrer terç del segle XIX i la d'inicis del segle XX. Les *Weinhalle* obertes a la primera etapa foren impulsades bàsicament per empordanesos. El 1886 es comentava en relació a les de Suïssa que «En todas las capitales suizas, los catalanes del Ampurdán [...] poseen la especialidad de las tiendas de vino españolas».⁸² Una localitat preferent d'origen fou Darnius, sumades amb altres poblacions de l'Alt Empordà —vegi's apèndix 1—. Un segon origen preponderant fou el Baix Llobregat. Els registres consulars de transeünts de Berna de 1873-1875 mostren aquest doble origen. Dels disset inscrits onze eren empordanesos (Biure, dos; Terradas, dos; Darnius, dos; Llers, dos; Pont de Molins, un; Figueres, un i Espolla, un) i dos del Baix Llobregat (un de Pallejà i un altre de Martorell). L'orientació d'aquesta presència queda clara en les professions dels registrats: tres eren comerciants de vins (Josep Barris de Darnius; Esteve Llauro German de Biure i Pere Monner Balaguer de Pallejà), un boter, un altre agrimensor i un propietari agrícola.⁸³ L'origen preferentment empordanès queda confirmat en la Matricula del Consolat de Ginebra d'inicis de 1881. Dels seixanta matriculats, vint-i-set eren empordanesos (amb Darnius com origen majoritari amb nou), mentre que dels setze transeünts ho eren sis.⁸⁴

L'hegemonia empordanesa podria explicar-se pels vincles establerts a través del negoci del suro. Les vies de coneixença podien ser els comerciants alemanys residents a l'Empordà i/o els empordanesos amb negocis al país centreeuropeu.⁸⁵ Uns i altres

Zuric. Simeó Bernades, propietari d'una *Weinhalle* a Munic, i «todos sus dependientes» eren naturals del Vendrell (*La Vanguardia*, 3 de setembre de 1950, p. 5). Idèntic era l'exemple de la de Ricard Soler a Ulm de la que des del Vendrell s'afirmava que «La dependencia [...] [estava] composta de joves de la nostra vila y de pobles de la comarca»: *El Baix Penadés* (El Vendrell), 4 de febrer de 1911, p. 3. Joan Prim, nascut a Castellví de la Marca, va anar a treballar a Alemanya a les vineries dels Foix, naturals del Vendrell. Josep Esteve, fill de Vilafranca del Penedès, va ser membre de la plantilla de Pau Just, de la veïna Sant Cugat Sescarrigues, a Reutlingen. També va treballar a Reutlingen, Pau Vendrell Pi, natural de l'Ordal. Enric Ros Domingo va emigrar el 1929 a Heidelberg per treballar al celler de Domènec Boadella, nascut com ell a Fígols d'Organyà. El 1932 va anar a Suïssa, on va trobar feina entre altres llocs a Kreuzlingen (amb Francesc Boadella, germà de Domènec). Similar seria el cas de Joan Augé qui va trobar ocupació amb Joan Bullich, també de Fígols, a Wädenswil (agraïxo a Enric Ros, fill de l'abans esmentat Enric Ros Domingo, aquestes informacions).

80 En aquests termes s'expressava un empleat de Joan Gusiñé, qui afegia que refusaria menjar fora del nucli familiar d'acollida: *Korrespondenzblatt des Verbandes der Lebens- und Genussarbeiter der Schweiz* (Berna), 1 de novembre de 1905, p. 3).

81 QUETGLAS (2013), p. 288.

82 *El Guadalete*, 16 de juliol de 1886, p. 1.

83 AGA, «Registro de transeüntes n° 1. Consulado de Berna», Signatura 4.051.

84 AHN, «Estadística de la emigración de españoles a América, Argelia y otros países», Informe del consulado de Ginebra (31 de desembre de 1880), Ultramar, 120, Exp. 3.

85 ROS i SALA (2014), p. 59.

podien ser font de coneixement del sector vitivinícola a Alemanya i crear una base per al coneixement de l'idioma. A més, molts proveïdors tecnològics de les fàbriques sure-res gironines eren alemanys. Un exemple d'aquests vincles seria la família Gorgot, amb un negoci suro-taper a Darnius des d'inicis del segle XIX i, com s'ha vist, amb cellers a Alemanya a finals de la dècada de 1860 i a Zuric des del 1874. Bartomeu Gorgot, en els anuncis del seu negoci de vins, constava com a «Weinbergsitzer und Korkwaaren-fabrikant» (viticultor i comerciant de suro).⁸⁶ Josep Gorgot, apareix com a propietari i amb «Kork-fabrik & Lager Spanischer Weine» (fàbrica de taps de suro i magatzem de vins espanyols).⁸⁷ Un cas similar és Felip Granolleras qui a més de «spanischer Weine» s'anunciava com comerciant de «Korkstopfen und Korksohlen» (taps i soles de suro).⁸⁸

La realitat va canviar entrat el segle XX —vegi's apèndixs 1 i 2—. El predomini empordanès havia minvat en favor de comarques d'intensa especialització vitícola i que havien patit l'estrall fil·loxèric. Els millors exemples serien l'Alt Penedès (Vilafranca del Penedès, Sant Cugat Sesgarrigues, etc.), el Baix Penedès (El Vendrell) i l'Alt Urgell (Fígols d'Organyà). També hi havia naturals de l'Anoia, el Baix Camp i el Priorat. La presència de penedesencs podria estar vinculada amb els majoristes suïssos allà establerts. Altres vies de connexió amb aquells mercats foren els viatges de vitivinicultors catalans. Josep Ventosa i Roig, comerciant de vins vilafranquí, va realitzar diferents estades a Suïssa i Alemanya a inicis del segle XX.⁸⁹ També ho va fer Manuel Raventós per conèixer la indústria de vins escumosos alemanys.⁹⁰ Rafael Mir Deàs, de Sant Sadurn d'Anoia i molt actiu en el temps de la fil·loxera (un dels anomenats «set savis»), va visitar Suïssa i Alemanya l'agost de 1912.⁹¹ També foren habituals les estades en ambdós països dels directors de les estacions enològiques de Reus i de Vilafranca del Penedès que, donada la seva proximitat als productors i majoristes, podien transmetre qualsevol informació amb rapidesa i solvència. Tanmateix, els membres de la xarxa mantenien contactes amb Catalunya i hi realitzaven freqüents estades.

La cooperació no oculta tensions entre els membres d'aquesta diàspora del vi. Un punt de fricció podia ser la posada en marxa d'un nou establiment a una localitat on ja n'existia un. Per exemple, «Germans Girbal» foren duts judici per Benet Puig el 1921, tot adduint que ell ja tenia registrat el nom de *Spanische Weinhalle* a Lucerna.

Els comerciants catalans de vi establerts a Alemanya i Suïssa van desenvolupar unes estructures organitzatives formalitzades de gran importància per al funciona-

⁸⁶ *Neueste Depeschen* (Munic), 1 de juliol de 1868, p. 4.

⁸⁷ *Neueste Nachrichten* (Munic), 20 d'abril de 1871, p. 4.

⁸⁸ *Neueste Depeschen* (Munic), 25 de juny de 1868, p. 4.

⁸⁹ BORRELL (2019), p. 87.

⁹⁰ VALLS-JUNYENT (2006), p. 60; VALLS-JUNYENT (2017), p. 361-362. Part de les cròniques d'aquests viatges foren publicades a *L'Apat* (Sant Sadurn d'Anoia) a l'abril i maig de 1910.

⁹¹ *Diario de Gerona*, 27 d'agost de 1912, p. 5.

ment de la xarxa. Es van dotar, fins i tot, d'un òrgan d'expressió. *El Comercial Vinícola Español* que es va publicar entre març de 1911 i octubre de 1912, amb una periodicitat quinzenal, i tenia com a peu de capçalera el d'«Órgano por abonamento, especial para comerciantes en vinos y frutas establecidos en Alemania y Suiza». El seu propietari era Geroni Bertrán Guixà, resident a Zabern (actualment Saverne), localitat alsaciana, tot i que la redacció estava a Igualada. Darrere del projecte hi havia la necessitat de formar un grup de pressió. Així es deia que «Con la unión de todos los españoles residentes en Alemania como en Suiza, lograremos que se nos coloque en el lugar de la sociedad que nos corresponde [...] tenemos derecho á que se nos respete».⁹² Aquesta publicació divulgava legislació, preus, tancaments i traspassos, etc.



Fotografia de l'establiment de la família Ros anomenat «Zur Stadt Malaga» situat a Aarau (Suïssa). La imatge està datada a inicis de la dècada de 1930 (fotografia cedida per M. Àngels Ros Vendrell).

La diàspora del vi a Alemanya fou l'eix de les organitzacions comercials espanyoles existents en aquell país. La Sociedad de Comerciantes Españoles en Alemania, fou creada a finals de 1912 sota l'impuls, principalment, dels comerciants de vi. Tenia una junta formada en la pràctica totalitat per aquests, com el 1920 amb Joan Prim (president, Darmstadt), Jaume Socias (secretari, Darmstadt), Joan Pagès (vocal, Heidelberg) i Antoni Barquet (vocal, Nuremberg).⁹³ El 1914 publicava *El Mercantil Español* a Pforzheim. En paraules de Ramiro de Maeztu

⁹² *El Comercial Vinícola Español*, 16 de març de 1911, p. 1.

⁹³ *La Cruz* (Tarragona), 18 de setembre de 1920, p. 1.

Su misión consiste en enseñar a los españoles de Alemania a defenderse mutuamente, y a no caer en colisiones con las complicadas leyes alemanas, en ofrecer y facilitar colocaciones para los españoles que desean emplearse en las casas de aquellos comerciantes.⁹⁴

El 1922 es va crear la Liga Comercial Española en Alemania, que editava a Stuttgart la *Vanguardia Comercial*. Els seus primers mesos de vida es van centrar en fer front a les restriccions aranzelàries existents. Poc després es va constituir la Unión de Comerciantes Españoles en Alemania, que el 1927 comptava amb 127 membres actius i 30 o 40 passius.⁹⁵ A mitjans de la dècada de 1930, els comerciantes espanyols establerts a Alemanya publicaven *Unión*. Aquests esforços van quallar en la constitució el 1929 a Frankfurt de la Cámara Oficial de Comercio Española en Alemania.

Mostra de la densitat de la presència espanyola, principalment catalana, a Suïssa és la formació el 13 de setembre de 1882 de la Sociedad Española de Beneficencia y Socorros Mutuos a Olten. Només crear-se tenia trenta-cinc socis,⁹⁶ més una vintena que no hi van entrar. El 1883 van demanar la seva incorporació membres de la xarxa comercial catalana a Alsàcia. Aquesta associació benèfica comptava el 1915 amb 147 socis «de que sols 11 d'aquests noms no són genuïnament [...] catalans».⁹⁷ La seva junta el 1909 estava formada per Pere Arasa, Frederic Poch i Albert Gorgot, tots comerciants de vi. A l'esmentada Sociedad es va sumar el 1895 l'Asociación de la Colonia Española en Ginebra. La junta de la Cámara de Comercio Española de Suiza, constituïda el 15 de setembre de 1915, estava formada essencialment per propietaris de vinateries espanyoles, entre ells Joan Monné i Pere Gorgot.⁹⁸

5. Els tipus i els orígens dels vins

L'oferta de les vinateries espanyoles era àmplia, tant en producte com en preus, tot incloent també vins portuguesos —vegi's taula 3—. La composició de l'oferta podia diferir segons l'origen del propietari i de l'època. Tot apuntaria al progressiu predomini dels vins comuns, especialment a partir de la dècada de 1880.

94 MAEZTU, R. de (1914). «Nacionalismos». *Nuevo Mundo*, 2 de juliol de 1914, p. 4

95 *La Época*, 7 d'octubre de 1927, p. 1.

96 SOCIEDAD ESPAÑOLA DE BENEFICENCIA EN SUIZA (1932). *Conmemoración del 50 aniversario de su fundación y L. Asamblea General Ordinaria*. Chambéry: Impremeries Réunies, p. 26-27.

97 *Pàtria* (Valls), 31 de juliol de 1915, p. 3.

98 *La Fédération Horlogère Suisse*, 15 desembre de 1915, p. 588 i *SchHan*, 24 d'abril de 1917, p. 669.

**Taula 3. Preus a la *Spanische Weinhalle*
de Francesc Ribes a Bulle (1900) (francs suïssos)**

| Vins negres (10 litres) | |
|-------------------------|------|
| Vendrell | 3,30 |
| Muntanya | 3,50 |
| Muntanya superior | 4,00 |
| Tarragona | 5,00 |
| Sevilla | 6,00 |
| Sevilla extra | 8,00 |
| Vins blancs (10 litres) | |
| Catalunya | 3,30 |
| Catalunya superior | 3,50 |
| Sant Cugat | 4,00 |
| Sant Cugat superior | 4,50 |
| Martorell | 5,00 |
| Alella | 6,00 |
| Vins fins (1 litre) | |
| Màlaga | 1,70 |
| Màlaga superior | 2,20 |
| Madeira | 2,20 |
| Marsala | 2,20 |
| Xerès | 2,20 |
| Porto | 3,50 |

Font: *Le Gruyère* (Bulle), 19 de desembre de 1900, p. 4.

Una mostra dels vins demandats pel mercat alemany l'ofereix el cònsol general d'Alemanya a Barcelona en una carta adreçada al director de l'estació enològica de Vilafranca el 12 de desembre de 1910, tot sol·licitant «cuáles son las regiones de España que producen vinos tintos y blancos de las más inferior calidad y momentáneamente propios para la exportación», mostrant especial interès pels catalans.⁹⁹ Els productes comercialitzats en les *Spanische Weinhalle* suïsses s'adreçaven a «sectores de menor capacidad adquisitiva».¹⁰⁰ Diego Gordillo, director de l'estació enològica d'Hamburg, afirmava que a finals del segle XIX «La clase media menos acomodada y el trabajador

⁹⁹ ACAP, Sèrie Estació Enològica, «Consultas escritas sobre vinos y otros temas vinícolas durante el año 1910», ST A-1-87, Reg. 170.

¹⁰⁰ PAN-MONTOJO (1994b), p. 266.

que gana buen jornal prefieren vinos que nutran y calorifiquen».¹⁰¹ Àngel Morales, director de l'estació enotècnica de Ginebra, coincidia anys més tard en aquest diagnòstic quan definia la posada en marxa de nous establiments «con un modesto capital y un confort en relación con sus medios, no ha podido atraerse la clientela escogida, se han contentado de una más modesta».¹⁰²

La norma general fou la comercialització de vi de bota sense marca. Manuel Raventós deixava clara la situació a Suïssa el 1910: «una de les coses que impedeix obrir mercats al vi d'Espanya, es que no's comensi per enviarhi vins embotellats».¹⁰³ Raventós situava el problema en «L'organización de la venta en nostre país es ben sencilla», basada en les compres fetes per «uns quants acaparadors» que obtenen amplis marges comercials.¹⁰⁴ Rafael Mir afirmava després d'un viatge a Suïssa que «es desconocido por el público su verdadero origen, carecen ahora de personalidad [...]. Fácilmente podrá conseguirse esto, identificándolos, sirviéndonos de la botella y de la etiqueta».¹⁰⁵ Malgrat això, alguns propietaris de vinateries embotellaven vi amb marca pròpia. Josep Poch a Schaffenburg ho feia amb la marca de «Blutroter» (Sang Vermella). Joan Prim va registrar el 1934 la marca «Mundial» a Alemanya per a vins negres espanyols. També alguns cellers van comercialitzar productes aliens amb marca. Per exemple, Mateu Hortonedà, amb local a Lucerna va representar Codorniu a Suïssa des de 1925.¹⁰⁶

A inicis del segle xx, els vins procedien «de Tarragona, Málaga, Jerez, Huelva y Valencia, siendo su mayor parte vinos dulces de alta graduación alcohólica».¹⁰⁷ El testimoni d'Eugeni d'Ors avala que a les *Spanische Weinballe* es podien trobar «a més dels vins andalusos d'universal anomenada, l'honrat "Tarragona", el "Rosé" esquerp y clar com la màxima d'un estòich, el 'Priorat' poderós y dolç com un bon gegant».¹⁰⁸ El vins preferentment exportats eren els del Camp de Tarragona, la Conca de Barberà i el Penedès.¹⁰⁹ A més, també s'hi venien els de l'Anoia¹¹⁰, el Priorat i els de Martorell i Alella, aquests dos darrers entre els de gamma alta. Cristòfol Mestre afirmava a finals de 1910 en una resposta al cònsol alemany que «La zona del Panadés se caracteriza por la producción de vinos blancos y rosados destinados al consumo interior y a la exportación a Alemania y Suiza [...] La zona de Villanueva y Vendrell se caracteriza por

101 *Revista Apícola* (Maó), 15 de maig de 1891, p. 142.

102 MORALES (1914), p. 428.

103 *L'Àpat* (Sant Sadurn d'Anoia), 14 de maig de 1910, p. 1.336.

104 *L'Àpat* (Sant Sadurn d'Anoia), 7 de maig de 1910, p. 1.332.

105 *Diario de Reus*, 28 d'agost de 1912, p. 2.

106 VALLS-JUNYENT (2017), p. 399.

107 MINISTERIO DE ESTADO. CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL (1900), p. 6.

108 *La Veu de Catalunya*, 19 d'octubre de 1910, p. 1.

109 *Diario de Gerona*, 10 de desembre de 1912, p. 5.

110 A inicis de la dècada de 1910, la producció de vi del partit judicial d'Igualada era de «excelentes condiciones para [...] la exportación a Alemania y Suiza» (*Boletín de la Cámara Agrícola Oficial de Igualada y su Comarca*, febrer-1912, p. 3.).

la producció de vins tintos». Rafael Mir precisava que els vins del Penedès venuts al mercat helvètic eren «Los “montenenchs” [...], lo mismo que los “xarel-los” de mayor graduación de San Sadurn de Noya; con los tintos de “sumoll” y de “moscatell” de las riberas del Noya y Mediona, finos, frescos y afrutados».¹¹¹ Al marge dels vins catalans, es comercialitzaven els d'Utiel, Alacant i Huelva.

L'Estació Enotècnica de Ginebra pretenia millorar la qualitat dels vins comercialitzats. Àngel Morales, el seu director, afirmava que els locals regentats per catalans, centrats en vins del seu lloc d'origen, «ignoren nuestra producción a excepción de la levantina, los vinos de Jerez y Málaga y alguno que otro de la Rioja».¹¹² Encara el 1920, Plácido A. Buylla, cònsol espanyol a Stuttgart afirmava que «Los vinos finos de mesa apenas están introducidos».¹¹³

6. La baula de la xarxa a peu de cep: els majoristes

Les *Weinhalle* espanyoles destacaven la importació directa com un valor comercial. La seva principal via en el proveïment eren els majoristes catalans o establerts a Catalunya. Un altre cas era l'existència d'integració vertical, és a dir, productors catalans que venien els seus propis vins.

Els majoristes de vins es localitzaven a Barcelona, el Vendrell, Reus, Valls, Tarragona, i, especialment, Vilafranca del Penedès, on es va articular el principal centre exportador. La capital de l'Alt Penedès el 1919 concentrava el 50% del vi català venut a l'estranger. En aquest marc es va formar el 1906 el Sindicat d'Exportadors de Vins de Vilafranca del Penedès.¹¹⁴ La seva gran capacitat de compra, junt a la dels sindicats de Reus i Tarragona, portaria a poder concepatuar el mercat del vi com un oligopsoni.¹¹⁵ Un article de 1908 afirmava que aquests «Intermediarios tiranos [...] los precios que pagan por los vinos no llegan a cubrir los gastos de producción».¹¹⁶ Aquests majoristes es proveïen a Catalunya, País Valencià, Castella-La Manxa i Andalusia.

Els cellers radicats a Suïssa mantenien una forta connexió amb el seu lloc d'origen a través dels exportadors helvètics establerts a Vilafranca del Penedès (Ferd.

111 *Diario de Reus*, 28 d'agost de 1912, p. 2.

112 MORALES (1914), p. 429.

113 BUYLLA (1920), p. 8.

114 Els seus membres fundadors foren setze magatzems. Entre ells, les empreses d'origen suís Luthi, Zingg i Marcet, Jean Mory, Ferd. Steiner i E. Studer i fills (*Gasetta de Vilafranca*, edició especial, setembre de 1927, p. 2).

115 SOLER-BECERRO (2019), p.50.

116 *La Comarca de Vendrell* (Vendrell), V, 180, 15 de març de 1908, p. 2.

Steiner;¹¹⁷ Lüthi, Zingg y Marcet;¹¹⁸ Jean Mory¹¹⁹ i Scherer, Bühler y Sorg¹²⁰). Els primers referents d'aquesta colònia suïssa foren Alfred Gascher Marcati (arribat el 1879) i Nicolau Zesiger (el 1880), tot seguint el fet abans per alguns francesos.¹²¹ Zesiger s'instal·là a la capital penedesenca «a l'objecte de comprar vins del Penedès i exportar-los al seu país».¹²² En opinió de Josep Ventosa i Roig, destacat vinicultor i exportador, l'origen de «la popularització dels nostres vins en els països de l'Europa Central» es devia a aquests comerciants.¹²³ La presència helvètica també es va donar a Tarragona (les delegacions dels majoristes de Vilafranca, A. Hoffer & Co., Federico Huber Zimmer, etc.). A això se sumaven els exportadors naturals del Penedès que tenien coneixença personal de membres de la diàspora comercial catalana. D'especial interès per la connexió entre els majoristes i la xarxa de les *Spanische Weinhalle* és Lüthi, Zingg y Marcet ja que Isidor Marcet, un dels socis, havia estat propietari d'una vinateria a Burgdorf (Suïssa). Similar connexió es pot trobar a Mayner y Pla de Reus. Ramon Mayner Socias, un dels seus socis, era germà de Magí Mayner, qui va posseir a la dècada de 1910 varies *Weinhalle* al voltants de Karlsruhe (Alemanya).

Un exemple de la xarxa del proveïment del vi l'ofereix Josep Poch i Teixé. Una comanda servida durant la seva estada a Dinamarca fou lliurada per Hijos de Enrique Gironella, Sociedad Anónima Monegal y Llauradó, Freixa y Amigó (Reus). Enrique Gironella, amb seu a Sant Martí de Provençals,¹²⁴ era un majorista especialitzat en l'exportació. «Llauradó, Freixa y Amigó» de Reus estava centrat en «vinos generosos, vinos similares a los Oporto o considerados como de “coupage”» i «exporta a los países europeos y americanos gran cantidad de los llamados de mesa».¹²⁵ Sociedad Anónima Monegal era exportadora de vins de la marca «Juan Dalmau» de Valls. A aquests proveïdors cal sumar José Freixedas & Co. Ltda. de Vilafranca i Ventosa y Planas de

117 Aquesta companyia, amb seu a Winthertur, s'havia fundat el 1878. La sucursal de Vilafranca s'havia creat el 1900.

118 Creada el 1896 per Johann Lüthi, Christian Zingg i Isidor Marcet de Martorell, però resident a Tarragona. La nova societat assumia els actius de Eggimann, Lüthi, Zinnig & Cie., amb seu a Berna i delegacions a Catània i a Tarragona (*SchHand*, XIV, 189, 7 de juliol de 1896, p. 783).

119 Jean Mory va treballar a Vilafranca a compte d'August Egli, empresa de Zuric, des de 1894, fins constituir raó social pròpia però controlada per Egli: BORRELL (2019), p. 56. Egli tenia delegacions a València (des de 1903), Vilafranca i la població piemontesa de Tortona.

120 Creada el 1917 per Òscar Sorg, arribat a Vilafranca el 1909 per treballar amb Ferd. Steiner. Des de 1928 disposava de seu a Tarragona i va acabar fusionant-se el 1932 amb Steiner: ALIÓ FERRER (2010), p. 61.

121 El 1887 residien a Vilafranca cinc comerciants francesos i sis suïssos: S. BORRELL (2019), p. 30. L'any 1894, en plena crisi, al registre d'estrangers de Vilafranca constaven inscrits quatre comerciants francesos i set suïssos: COLOMÉ (2003), p. 99).

122 *Gasetta de Vilafranca*, edició especial, setembre de 1927, p. 2.

123 VENTOSA (1936), p. 7.

124 Jordi Nadal i Xavier Tafunell van definir el Sant Martí de finals del segle XIX com a «capital de la manipulació i l'exportació de vins catalans»: NADAL i TAFUNELL (1992), p. 86.

125 *La Vanguardia*, 21 de setembre de 1926, p. 22.

Barcelona qui van abastir Poch de 1924 a 1926 quan funcionava sota la raó social José Poch GmbH. de Frankfurt.

En algun cas es té documentat un procés d'integració vertical, és a dir la comercialització de vins procedents de les explotacions familiars. Això es donava freqüentment als locals pioners de Suïssa¹²⁶ i d'Alemanya¹²⁷. Especialment interessant és el cas de Pere Gorgot, qui a la seva *Spanische Weinhandlung* de Zuric venia vins de l'explotació familiar de la Vall de Santa Creu (Port de la Selva) des de la seva fundació el 1874. Fruit de l'èxit va ampliar les seves propietats. Gorgot encara s'anunciava el 1912 com «Gutsbesitzer in La Val de Santa Cruz, Spanien» (propietari a la Vall de Santa Creu).¹²⁸ Ja entrat el segle xx, idèntica pauta presentava la família Foix, propietària de la marca «Mina-Vinyet» del Vendrell. Ramon Pous, amb negocis a Karlsruhe, posseïa una empresa majorista de vins i un celler a Vilajuïga.¹²⁹ Eduard Bussot Cusí, amb una *Weinhalle* a Karlsruhe, s'anunciava el 1906 com a propietari de vinyes a Palafrugell i a Vilarnadal (Masarac).¹³⁰

7. Conclusions

La comercialització final del vi espanyol és poc coneguda, com ho és la seva presència en mercats diferents al francès, britànic i llatinoamericà. L'absència del vi francès dels mercats internacionals va incrementar les oportunitats per a l'espanyol, com les derivades dels tractats de 1883 signats amb Alemanya i amb Suïssa. Els problemes amb els proveïdors francesos havien portat a majoristes suïssos a establir-se al Penedès. Els mercats centreeuropeus van adquirir major centralitat amb la finalització del tractat de 1882 amb França deu anys després. Des de la dècada de 1860 s'havia anat estructurant una xarxa de distribució de vi espanyol en ambdós països. Xarxa que va adquirir maduresa amb l'impacte de l'estrall fil-loxèric, primer, pels abans esmentats problemes amb el vi francès i, després, pels creixents problemes al mercat francès del vi espanyol, tot vivint el seu moment d'esplendor a inicis del segle xx fins a l'esclat de la Gran Guerra.

126 F. Granolleras venia vi de les seves propietats de Llers i Darnius. J. Barrot-Madrenas o del germans Madrnas que s'anunciaven com a propietaris a Terrades. Caritx et Cie. ho feia el 1874 com a «propriétaires des vignobles en Espagne». El local fundat per Josep Vidiella, i gestionat per Manel Vidiella, a Aarau el 1883, era una filial de l'empresa de Josep Vidiella Ferratges, radicada a Reus i dedicada al comerç de vins. Josep Monné, amb una *Weinhalle* a Biel (Suïssa), constava el 1894 com «propriétaire de vignobles (Espagne)».

127 Josep Barris que venia vi de les seves vinyes de Darnius a mitjans de la dècada de 1870 a Leipzig. Idèntic serien els exemples comentats de la família Gorgot.

128 *Nebelspalter: das Humor- und Satire-Magazin*, 38, 1912, p. 4.

129 *Des Volksfreund* (Karlsruhe), 27 de desembre de 1909, p. 9.

130 *Badische Presse* (Karlsruhe), 18 d'abril de 1906, p. 8.

La xarxa comptava amb elements informals que li donaven cohesió: la base familiar, l'origen dels membres, les relacions entre ells i amb el seu lloc d'origen, etc. Gairebé la totalitat dels seus emigrats eren catalans, procedents de zones especialitzades en la vinya. Des d'aquesta perspectiva es podria fer referència a una diàspora comercial. Als vincles informals se n'hi van sumar altres de formals com la creació d'organitzacions per defensar els interessos col·lectius.

L'existència i l'abast d'aquesta xarxa comercial permet revisitar un vell debat, el de la cerca de rendes per part de les elits econòmiques catalanes a l'aprofitar els aranzels proteccionistes. ¿Per què altres zones vinícoles espanyoles, possiblement amb un producte de major qualitat no van apostar per una xarxa de comercialització pròpia? ¿Són aquests comerciants una mostra de la complexitat dels debats socials i econòmics establerts al voltant dels aranzels?

L'anàlisi d'aquest tema exigeix una perspectiva àmplia. És impossible entendre l'establiment d'una xarxa com l'anàlisi sense tenir present l'entorn econòmic on es genera. Per exemple, les seves primeres passes les donen empordanesos relacionats amb el negoci del suro ¿S'estaria parlant, per tant, d'una externalitat del districte suro? Igualment es podria arribar a hipostatitzar que aquesta xarxa es va alimentar de l'abundant i freqüent flux d'informació entre Catalunya i aquests països europeus, basat en els circuits de transferència tecnològica i financers on els alemanys i els suïssos establerts a Catalunya tenien un protagonisme indubtable.

Apèndixs¹³¹

Apèndix 1. *Spanische Weinhalle* a Alemanya

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|--|-------------------------|--|-----------------------------|
| Baviera | | | |
| Felip Granolleras | Munic | Darnius | 1868 |
| «Gebrüder Madrenas» | Munic | Terradas | 1874 |
| Simeó Bernadas | Munic | El Vendrell | Inicis segle xx |
| Joan Prat | Munic | Orrius | Inicis segle xx |
| Magí Güell | Aschaf- fenburg | El Vendrell | Inicis segle xx |
| Antoni Barquet Pahissa | Nuremberg | Sant Feliu de Llobregat | 1909 |
| Antoni J. Jorba Pallerols; Emili Just Miquel/ Antoni J. Jorba Pallerols | Nuremberg | Sant Vicenç dels Horts; Sant Cugat Sesgarrigues / Sant Vicenç dels Horts | 1911/ Inicis dècada 1920 |
| Josep Poch | Aschaf- fenburg | Capellades | 1913 |
| Carles Madrenas ¹³² | Schweinfurt | | 1921 |
| Baden-Württemberg | | | |
| Joan Pons | Dürlach | | Inicis segle xx |
| Alfons Giralt | Karlsruhe | | Inicis segle xx |
| Josep Fàbrega | Mannheim | | Inicis segle xx |
| Geroni Bertran. | Mannheim | Igualada | Inicis segle xx |
| Lleó Boadella | Lörrach | Figols d'Organyà | Inicis segle xx |
| Pere Vilanova | Kirchheim unter Teck | | Inicis segle xx |
| Baudili Cusí | Karlsruhe | Rabós d'Empordà | 1905 |
| Pau Vidal /Magín Mayner/Jaume Miró | Karlsruhe |/El Vendrell/El Ven- drell | 1906/1908/1912 |
| Eduard Bussot Cusí | Karlsruhe | Palafrugell | 1906 |
| Ramon Pous ¹³³ | Karlsruhe | Vilajuïga | 1-4-1906 |
| Pau Just Miquel | Reutlingen | Sant Cugat Sesgarrigues | 1907 |

131 La multitud de fonts utilitzades, el fet de no comptar amb seguretat amb la data real d'obertura, la manca de l'origen de molts dels propietaris i la dificultat de fer un seguiment de la història de cadascuna d'elles ha dificultat la construcció de taules resum d'aquests apèndixs.

132 Carles Madrenas havia nascut el 1889 a Zuric, fill de la primera generació d'empordanesos dedicats a aquests activitat.

133 En el moment d'obrir tenia una filial a la localitat alsaciana de Zabern. El 1909, Pous tenia dues seus una a Karlsruhe i una altra a Durlach.

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|---|------------------------|--|---------------------|
| Prat y Cabré ¹³⁴ / «Gebrüder Vidal» (Domènec i Toribi Vidal Gros) ¹³⁵ | Stuttgart |/Cassà de la Selva | 1907/1918 |
| Joan Catasús Marqués | Mannheim | | 1908 |
| Joan Pagès | Konstanz | | 1908 |
| Joan Foix Ribas; Josep Bassa/«J. Foix und Söhne» ¹³⁶ /Joaquim Foix Ribas | Heilbronn | El Vendrell; El Vendrell/El Vendrell/El Vendrell | 1908/... /1912 |
| Jaume Cabré | Göppingen | Duesaigües | 1909 |
| Jaume Carbó | Konstanz | | 1910 |
| Ricard Soler Almirall | Ulm | El Vendrell | 1910 |
| Josep Munné | Tuttlingen | | Dècada 1910 |
| Domènec Boadella | Heidelberg | Fígols d'Organyà | Dècada 1910 |
| Pere Puigventós | Pforzheim | | Dècada 1910 |
| Joan Ahicart/«Gebrüder Vidal» (Domènec i Toribi Vidal Gros) | Stuttgart | Marçà | Dècada 1910/1918 |
| Emili Just Miquel | Esslingen | Sant Cugat Sesgarrigues | 1912 |
| Bonaventura Sarrat/ Miquel Vives/Martí Vives; Joseph Tonolini | Villingen | Fígols d'Organyà/... ./... . | 1912/1927/1930 |
| Joan Pagès Ganbert | Heidelberg | Llançà | 1912 |
| Joan Ahicart | Karlsruhe | Marçà | 1913 |
| Estanislau Brugal | Konstanz | Gelida | 1913 |
| Josep Brugal | Ravensburg | Gelida | 20-7-1914 |
| Ramon Sogas | Heidelberg | | Dècada 1920 |
| Estanislau Brugal | Tuttlingen | Gelida | Dècada 1920 |
| Francesc Boadella | Konstanz | Fígols d'Organyà | Dècada 1920 |
| Emili Just Miquel | Schwäbisch Gmünd | Sant Cugat Sesgarrigues | Mitjans dècada 1920 |
| Josep Esteve | Schramberg | Vilafranca del Penedès | 1920-1928 |
| Esteve Molas/Emili Just Miquel | Karlsruhe |/Sant Cugat Sesgarrigues | 1920/1927 |
| Ramon Pous | Pforzheim | Vilajuïga | 1925 |
| XXXX Grases | Stuttgart | | Dècada 1930 |
| Maties Puig | Freiburg in Bresgau | | |

134 «Prat y Cabré» segons un informe consular de 1914 «goza fama de ser, no solo una de las más prestigiosas de Stuttgart, sino de las más importantes del sur de Alemania»: GIL-DELGADO (1914), p. 21.

135 El celler s'anomenava *Eldorado*. La van començar a administrar quan la va deixar Joan Ahicart, que va anar a viure a Suïssa: NADAL (2013), p. 116.

136 La gestionaven el germans Joan i Joaquim Foix Ribas. Enriqueta, la seva germana, estava casada amb l'alemany Arthur Deblon Kortzen i residia a Vilafranca.

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|---|---------------|-----------------------------------|--|
| Berlin | | | |
| José Barris Delforn | Berlin | Darnius | Finals segle XIX |
| José Gorgot | Berlin | | 1889 |
| Hesse | | | |
| «Gebrüder Colomé»/Joan Serret | Kassel | | Inicis segle XX/ mitjans dècada 1920 |
| «Gebrüder Colomé» ¹³⁷ / Ramon Riart | Frankfurt |/ Figols d'Organyà | Inicis segle XX/ Inicis dècada 1930 |
| Joan Macau | Frankfurt | Sant Feliu de Guixols o Llançà | Inicis segle XX |
| «J. Foix und Söhne»/Joan Prim | Darmstadt | El Vendrell/Castellví de la Marca | 1911 |
| Jaume Socias Socias | Hanau am Main | El Vendrell | 1912-1914 |
| Gebrüder Brugal | Darmstadt | Gelida | 1914 |
| Joan Ferrer Bonsoms | Frankfurt | L'Arboç | Inicis dècada 1920 |
| Colomé & Rosell (Francesc Colomé ¹³⁸ ; Ferran Rosell-Balloe) | Kassel | | Inicis dècada 1930 |
| Alsàcia | | | |
| Genís Torres | Guebwiller | | 1878 |
| Antoni Cusí | Felling | | 1878 |
| Antoni Cusí | Colmar | | 1879 |
| Miquel Cusí | Thann | | 1882 |
| Ramon Llauro/Alfons Llauro Martí | Mulhouse | | 1884/1903 |
| Vicenç Cusí/ Miquel Batlle Costa | Estrasburg | Cantallops/Masarac | Finals segle XX/ abril 1910 |
| Miquel Font | Colmar | | Inicis segle XX |
| Llorenç Macau | Mulhouse | | Inicis segle XX |
| Geroni Bertran Guixà | Zabern | Igualada | Inicis segle XX |
| Pere Casellas Macau | Mulhouse | Pau | Inicis segle XX |
| Joan Llauro | Altkirch | | Inicis segle XX |
| Bartomeu Prat | Altkirch | | Inicis segle XX |
| Pere Viñas | Altkirch | | Inicis segle XX |
| | Brunnstatt | | Inicis segle XX |
| Francesc Marquès (no sé si era el propietari) | Thann | | Inicis segle XX |

137 Tenien tres establiments a Frankfurt.

138 Francesc Colomé apareix als anuaris comercials de Kassel com de Mulhouse.

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|---|-------------------|--|----------------------|
| Fèlix Cusí | Mulhouse | | 1901 |
| Baldomer Bassegoda | Colmar | Espolla | 1901 |
| Isidre García Mañé | Mulhouse | El Vendrell | 1907 |
| Joan Badia (Paronella & Badia) | Estrasburg | | 1908 |
| Jaime Martí | Estrasburg | | 1913 |
| Ramon Cusí | Sélestat | Pau | 1913 |
| Gebrüder Pedro Vila | Estrasburg | | 1914 |
| Miquel Vila | Estrasburg | | 1919 |
| Emeri Vehí | Haguenau | | |
| Sarre | | | |
| Moisès Fulguera | Neunkirchen | Barcelona | 1909 |
| Renània-Palatinat | | | |
| Lud. Rocas | Ludwigs- hafen | | 1907 |
| Josep Roqué | Ludwigs- hafen | | 1907 |
| Joan Prat/Josep Bertran | Pirmasens | | 1907/1911 |
| Robert Serra | Speyer | | 1914-1917 |
| Magí Cannas | Worms | | 1933 |
| Renània del Nord-Westfàlia | | | |
| Ernest Just Bertran | Düren | Sant Cugat Sesgarrigues | Inicis segle xx-1914 |
| M. Morató | Elberfeld | | Inicis segle xx |
| «García y Avellí» (Juan García; Francesc Avellí Riera) | Dusseldorf | ... ; Palafrugell | 1910 |
| Jaume Pujol/Albert Pujol | Bonn | | 1911/1922 |
| Salvador Casellas | Dusseldorf | | 1914 |
| Josep Sans | Bonn | | 1922 |
| Joaquim Madrenas | Colònia | | |
| Saxònia-Anhalt | | | |
| «Bergadà y Alfonso» (Miquel Bergadà;...) | Halle | Llorenç de Rocafort (Sant Martí de Riucorb)/... . | Inicis segle xx |
| Saxònia | | | |
| Josep Barris Delforn | Leipzig | Darnius | 1874 |
| Josep Barris Delforn | Dresden | Darnius | Dècada 1880 |
| Manuel Barquet | Dresden | | Dècada 1920 |
| F. Soler | Dresden | | Dècada 1920 |

*Quan no es té l'any de fundació es posa el primer en el que es té constància del seu funcionament.

Fonts: Premsa alemanya; premsa local catalana; anuaris comercials de diferents ciutats alemanyes; *Boletín de la Sociedad de Atracción de Forasteros*. Per Alsàcia: Hirsch (2002-2003), pp. 743-745.

Apèndix 2. Spanische Weinhalle a Suïssa

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|--|------------|--|----------------|
| J. Caritx | Berna | Biure | 1863-64 |
| P. Granyoleras | Friburg | | 1865 |
| Felip Granolleras ¹³⁹ | St. Gallen | Llers | 1869 |
| Damià Cardoner Viñas | Basilea | | 1868 |
| Pere Trilla | Friburg | Darnius | 1868 |
| J. Caritx/J.Monné | Bienne | Biure/... . | 1870/1894 |
| «Parxès y Costa» | Friburg | | 1873 |
| «Gebrüder Madrenas» (Francesc Madrenas Soler; Josep Madrenas Soler)/J. Barrot-Madrenas | Berna | Terrades | 1873/1877 |
| «Casa Gorgot» (Pere Gorgot)/«Pedro Gorgot & Cie.» (Pere Gorgot; Julià Mir)/Pere Gorgot | Zuric | Darnius/Darnius; Terrades/Darnius | 1874/1892/1894 |
| «Gebrüder Madrenas» (Francesc; Martí; Josep) | Zuric | Terrades (els tres) | 1875 |
| «J. Bassegoda Frères» (Joan Pere Bassegoda,) | Délemont | Espolla | 1877 |
| Francesc Llopart | Lucerna | El Papiol | 1877 |
| Josep Cardoner/«Pedro Monner et Cie» (Pere Monner; Ismael Rigol)/ Ismael Rigol | Berna | Sant Climent Sescebes/Pallejà; Sant Sadurní d'Anoia/Sant Sadurní d'Anoia | 1877/1897/1900 |
| José Vidiella Ferratges | Aarau | Reus | 1877 |
| Gebrüder Serra | Zug | Boadella | 1879 |
| «J. Albareda et Cie.»/ «Jacques Monner, Albareda & Cie Nachfolger»/Jacques Monner & Cie, Albareda Nachfolge (Jaume Monner ; Francesc Bartrina) | Thun | Martorell/Pallejà/Pallejà; Olot | 1878/1900/1909 |
| Josep Guanter | Berna | Peralada | |
| Manuel Oriach i Prats | Berna | Sabadell | 1878 |
| Joaquim Sagaró Palé ¹⁴⁰ | Wyl | Rabós d'Empordà | 1879 |
| Joan Gusiñé | Zuric | Darnius | 1879 |
| Pere Verges/ Josep Puigventós | Herisau | Llers/Pallejà | 1879/1905 |
| Josep Monner/Josep Monner i Cia. (Josep Monner; Miquel Casanovas) | Langenthal | Pallejà/Pallejà; Sabadell | 1879/1913 |
| Francesc Llopart i Bartomeu Moner/ Francesc Llopart | Thun | El Papiol-Pallejà/ El Papiol/ El Papiol | 1879/1884 |

139 Va tenir continuïtat en la de C. Ehrenbolger-Granolleras fundada el 1890.

140 La vídua de Sagaró va gestionar l'establiment a partir de 1904 i el 1906 el va traspasar al suís August Zust.

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|--|----------------|--|----------------|
| Miquel Serra/ Josep Canet/Abdó Duran | Zug | XXX/ Darnius | 1877/1880/1882 |
| Pasqual Cabré | Basilea | Duesaigües | 1882 |
| Pere Monner | Sursée | Pallejà | 1882 |
| Casimir Julià /Josep Godall/Ricard Guanter | Thun | El Papiol/Bonas-tre/Perelada | 1882/1890/1920 |
| Jaume Bassegoda | Chaux-de-Fonds | Espolla | 1882 |
| Miquel Bosch Pagès | Ginebra | Espolla | 1882 |
| Josep Martí | Solothurn | Sants | 1882 |
| Carles Soler | Brienz | Garriguella | 1882 |
| Francesc Paronella | Zuric | Figueres | 1882 |
| Ramon Ballesta | Zuric | Llançà | 1882 |
| Llorenç Pagès | Buchs | | 1882 |
| Joan Vila | Thalwyl | | 1882 |
| Bonaventura Vila | Wyl | Granollers | 1882 |
| Jeroni Serra Viñas | Winterthur | Espolla | 1882 |
| Pau Badia | Wald | Sarral | 1882 |
| Francesc Monner/Vda. A. Monner (Albertine Mori)/Mateu Hortoneda | Zofingen | Pallejà/... /Riudecanyes | 1882/1917/1925 |
| Grebüder Moret (Francesc i Llorenç)/Llorenç Moret | Berna | Serinyà | 1882/1884-1907 |
| Vilella & Roca (Juan Vilella Comadira; Joan Roca Anglada) | Thur | Viladasens; Vila-dasens | 1883 |
| Joan Fabrega/Pere Barquet/Josep Barquet | Biel | Terrades/Sant Feliu de Llobregat/Sant Feliu de Llobregat | 1883/1907/1910 |
| Juan Bassegoda/Vda de Bassegoda/»Bassegoda Frères» (Alfons i Ferran Bassegoda) | Délemont | Espolla | 1883/1909/1912 |
| Jaume Bassegoda/Baldomer Bassegoda | Plainpalais | Espolla | 1883/1888 |
| Albareda & Cia (Joaquim Albareda; Isidor Marcet)/Isidor Marcet/Pau Marcet | Burgdorf | Martorell; Martorell/Martorell/Martorell | 1883/1893/1894 |
| J. Barrot-Madrenas | Friburg | Terrades | 1883 |
| Jaume Baserba | Berna | Darnius | 1883 |
| Pau Marcet | Burgdorf | Martorell | 1883 |
| Francesc Madrenas Soler | Zuric | Terrades | 1883 |
| Gerardo Comas | Zuric | Barcelona | 1884 |
| Baldomer Pi | Ginebra | Palafrugell | 1884 |
| Francesc Moret | Bulle | Serinyà | 1885 |

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|---|------------------|---|------------------------------|
| Jaume Cervera | Zuric | Selva de Mar | 1885 |
| Miquel Bosch Pagès | Ginebra | Espolla | 1886 |
| Jaume Barrot | Berna | Terrades | 1886 |
| Àngel Soler | Zuric | Port de la Selva | 1887 |
| Pasqual Cabré | Liestal | Duesaigües | 1888 |
| Alfons Bassegoda | Delsberg | Espolla | 1888 |
| Jaume Baserba | Zuric | Darnius | 1888 |
| Jaume Forniol | Zuric | Darnius | 1889 |
| Josep Llosen/Isidor Pons/Ferran Abeyá | Solothurn | Darnius/Collbató/ Collbató | 1890/1905/1919 |
| Ramon Morató | Burgdorf | La Junquera | 1891 |
| Josep Godall/Ricard Guanter | Thun | Bonastre/... Perelada | 1890/1920 |
| Antonio Albareda | Brienz am See | Martorell | 1891-1904 |
| Miquel Comes | Lichtensteig | Pont de Molins | 1892 |
| Francesc Paronella/«Monné & Poch» (...)/Frederic Poch/Joan Costa | Olten | Figueres/ Pallejà | 1893/1896/1901/ 1922 |
| Josep Riba | Grenchen | Espluga Calba | 1893 |
| Carles Soler | Interlaken | Garriguella | 1893 |
| Pere Monner | Sursee | Pallejà | 1895 |
| Joan Vilella Comadira | Langnau | Viladasens | 1895 |
| Pau Badia | Berna | Sarral | 1895 |
| Nicanor Mendoza | Ginebra | València | 1897 |
| «Martí & Pons» (Josep Martí; Isidor Pons)/Isidor Pons/«Pons & Masabeu»/ (Isidor Pons; Joan Masabeu)/ Tutosaus & Moreno (Joan Tutosaus Nin; Joan Moreno)/Joan Tutosaus | Derendingen | Collbató-Coll- bató/ Collbató/ Colbató; Castellar del Vallès/Albi- nyana-València/ Albinyana | 1897/1902/1905/ 1908/1911 |
| Amigó & Ribera (Miquel Amigó; Fortu- nat Ribera) | Lausana | El Papiol/ Terradas | 1897 |
| Josep Nogués | Biel | Pallejà | 1897 |
| Josep Puigventós/Josep Puigventós i Cia. (Josep Puiventós; Joan Amat)/Josep Puigventós/Joan Ahicart | Solothurn | Pallejà/Pallejà; Martorell | 1897/1919/1922/ 1935 |
| Soler & Colomé (Josep Soler; Francesc Colomé)/Francesc Colomé | Berna | Garriguella-Pla del Penedès/ Pla del Penedès | 1898/1900 |
| Pere Oliveras & Frère (Pere i Esteve Oliveras Cullell)/Claudi Güell/Josep Navarra | Biel | Biure/Banyeres del Penedès/Sant Climent Sesebes | 1898/1914/1922 |

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|--|-------------|---|-----------|
| Joan Pagès | Basilea | Espolla | 1899 |
| Joan Prat | Basilea | Orrius | 1899-1905 |
| Francesc Colomé/Evarist Colomé | Biel | Pla del Penedès/ Pla del Panadés | 1900/1903 |
| Francesc Ribes /Joan Moreno | Bulle | Sant Jaume (Piera) /València | 1900/1911 |
| F. Paronella & Cie/Josep Puñet | Laufen | Figueres/Prat del Llobregat | 1900/1905 |
| Josep Pujol | Horgen | Masarac | 1900 |
| Josep Barquet | Zug | Sant Feliu de Llobregat | 1900 |
| Josep Roca | Oerlikon | Viladesens | 1900 |
| Cassia Costal | Zuric | Mollet de Peralada | 1901 |
| Joan Gusiñé/Pere Budó-Bofill | Basilea | Darnius/Darnius | 1901/1913 |
| Cristòfol Riba | Porrentruy | Espluga Calba | 1901 |
| Pere Carreras/ Grebüder Carreras (Pere i Jaume Carreras) ¹⁴¹ | Zuric | Viladecans/ Viladecans | 1901/1903 |
| Rígol & Costa (Ismael Rigol; Joan Cos- ta)/Joan Costa | Berna | Sant Sadurní de Noia/ Vic)/Vic | 1902/1904 |
| Quirico Forcada | Pfäffikon | Espolla | 1903 |
| Francesc Madrenas | Rapperswil | Figueres | 1903 |
| Colomé & Torres (... ./Pere Torres) | Friburg | .../Mollet de Perelada | 1904 |
| Julià Mir | Zuric | Capmany | 1904 |
| Isidor Pons/Ferran Abeyá | Solothurn | Collbató/Collbató | 1905 |
| Joan Pagès | Meiringen | Sant Andreu de la Barca | 1905 |
| L. Baserba et Cie. | Friburg | Darnius | 1905 |
| Isidre Bech Ballesta | Zuric | Llançà | 1905 |
| Salvador Gibert | Derendingen | Vilafranca del Penedès | 1906 |
| Vicenç Raurich | Richterwil | Martorell | 1906 |
| Pere Monner | Berna | Pallejà | 1906 |
| Josep Sans | Aaberg | Palausolità | 1906 |
| Miquel Bergadà | Bévilard | Llorenç de Roca- fort (Sant Martí de Riuicorb)/ | 1906-1907 |
| Alfons Bassegoda | Basilea | | 1907 |
| Pere Arasa | Huttwil | Barcelona | 1908 |

141 Els germans Carreras van abandonar el negoci ben aviat, tot dedicant-se des del 1906 exclusivament a l'activitat majorista, esdevenint un dels referents de la xarxa de proveïment de vi.

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|--|--------------|--|------------------------|
| Josep Tosas | Payerne | Valls | 1908 |
| Josep Mascaró Marcé | Lausana | Vilafranca del Penedès | Dècada 1910 |
| Francesc Boadella | Kreuzlingen | Fígols d'Organyà | Dècada 1910 |
| Bonaventura Sarrat | Winterthur | Fígols d'Organyà | Dècada 1910 |
| Joan Vergès | Baden | Llers | 1910 |
| Claudi Güell/Pere Puiggrós | Biel | Banyeres del Penedès /Sant Andreu de la Barca | 1914/1916 |
| Benet Puig/«Solà, Bodega Española» (Gaietà Solà Oriach)/ Antoni Hortonedà | Lucerna | Masarac/... ./ Riudecanyes | 1914/1925/1931 |
| Josep Jové | Aarau | Riudecanyes | 1915 |
| «Soler et Co.» (Carles Soler; Joan Pagès)/Joan Pagès | Interlaken | Garriguella/Sant Andreu de la Barca/ Sant Andreu de la Barca | Mitjans dècada 1910 |
| Ballesta & Soler (Josep Ballesta; Ricard Soler-Lleó) | Zuric | Barcelona/ El Vendrell | 1916 |
| Jaime Llorens | Zuric | Barcelona/El Vendrell | 1916 |
| Moisès Fulguera Navas/Joan Jolis | Zuric | Barcelona/Barcelona | 1916-1922/1928 |
| Bartomeu Sarrat | Basilea | Fígols d'Organyà | 1916 |
| Joan Tutosaus Nin | Berna | Albinyana | 1917 |
| Alfons Ribó/Gebrüder Ribó (Jaume i Alfons Ribó)/ «A. y J. Ribó» (Alfons Ribó; Joan Ribó) | Schaffhausen | Barcelona/Barcelona/ Barcelona; Vilassar de Mar | 1917/1920/1924 |
| Jaume Ribó | Schaffhausen | Barcelona | 1918/1920 |
| Joan Codina Folch/Jaume Romagosa Catafau | Berna | Barcelona/Barcelona | 1919/1923 |
| Gebrüder Girbal/Eliseu Girbal | Lucerna | | Finals dècada1910/1921 |
| Tomàs Cervera | Zuric | Roses | Dècada 1920 |
| Mateu Hortonedà | Aarau | Riudecanyes | 1920 |
| Joan Sagaró | Zuric | Espolla | 1920 |
| Eloi Mestre-Mateu | Aarau | Puigpelat | 1922 |
| Ros&Marquès (Esteve Ros; Francesc Marquès) /Esteve Ros Roig/Guillem Ros Roig | Aarau | L'Ordal;... ./ L'Ordal/L'Ordal | 1922/1923/1932/ XX |
| Josep Soler | Solothurn | Garriguella | 1922 |

| Propietari | Ciutat | Origen | Any* |
|--|--------------|---|---------------------|
| Ramon Vergara/«Vergara & Batlle» (Ramon Vergara; Josep Batlle)/Ramon Vergara | Horgen | Eibar/... -Eibar/ Eibar | 1922/1923/1925 |
| Joan Ahicart | Basilea | Marçà (Priorat) | 1922 |
| Teodor Ahicart | Basilea | Serra d'Almós (Tivissa) | 1924 |
| Josep Guitart | Nidau | Pla del Penedès | 1923 |
| Pere Puigventós | Berna | | 1923 |
| Joan Bullich Vinyals | Wädenswil | Fígols d'Organyà | 1923 |
| Grebüder Ros/Guillermo Ros/ Marqués & Ros (Guilles Ros; Francesc Mar- quès) ¹ | Baden | L'Ordal/L'Or- dal/... L'Ordal | 1923/1927/1932 |
| Gebrüder Boix (Tomàs i Joan Boix) | Winterthur | Organyà | 1924 |
| Nemesi Sarrat | Liestal | Fígols d'Organyà | 1924 |
| Pere Pujo Teixidor | Zuric | Masarac | Mitjans dècada 1920 |
| Jaume Romagosa Catafau | Langenthal | Barcelona | Mitjans dècada 1920 |
| Joan Masabeu | Aarau | | 1925 |
| Josep Saperas | Sankt Gallen | | 1925 |
| Miquel Bergadà | Kreuzlingen | Llorenç de Roca- fort (Sant Martí de Riuicorb)/ | 1931 |
| Jaume Monner/Joan Barba | Thun | Pallejà/El Papiol |/1926 |

*Quan no es té l'any de fundació es posa el primer en el que es té constància del seu funcionament.

Font: Premsa suïssa; premsa local catalana; registres parroquials dels Arxius Diocesans de Girona i Tarragona; *Boletín de la Sociedad de Atracción de Forasteros*.

Abreviatures (arxius)

AGA: Archivo General de la Administración.

ACAP: Arxiu Comarcal de l'Alt Penedès.

AHN: Archivo Histórico Nacional.

AMC: Arxiu Municipal de Capellades.

SASS: Stads Aschaffenburg, Stadt- und Stiftarchiv, Aschaffenburg.

¹ «Neue Spanische Weinhalle».

LA PROTECCIÓ DEL VI D'ALELLA ABANS DE LA DENOMINACIÓ D'ORIGEN: EL SINDICAT ALELLA VINÍCOLA (1906-1936)¹

Jordi Planas

Universitat de Barcelona

Samuel Garrido

Universitat Jaume I

Resum: Fundat el 1906, el Sindicat Alella Vinícola va ser no només un dels primers cellers cooperatius que es van crear a Catalunya, sinó també l'únic orientat a produir vins de qualitat, embotellats i de marca, una estratègia totalment excepcional a Catalunya i també a Europa en aquesta època. En aquest treball s'explica el perquè d'aquesta iniciativa tan excepcional en una cooperativa i la seva trajectòria fins al 1936. Durant aquest període el Sindicat Alella Vinícola va aconseguir revaloritzar el preu dels vins originals d'Alella i consolidar-los en el mercat tant nacional com d'exportació a Europa i Amèrica, després que, des del segle XIX, la seva imitació fraudulenta n'havia mermat

¹ Una primera versió d'aquest treball fou presentada al Seminari d'Homenatge a Francesc Valls "Producció i comercialització de vins i aiguardents a Catalunya (segles XVIII-XXI)", que va tenir lloc a la Universitat de Barcelona el 23-24 de gener de 2020. Agraïm als participants en aquest seminari els seus comentaris i suggeriments, així com també als dos avaluadors anònims de l'editorial. També agraïm a Samuel Garcia les facilitats donades per a la consulta de l'arxiu Alella Vinícola, així com també a Rafael Barnadas per a la consulta del seu fons documental privat. El treball s'ha realitzat en el marc dels projectes RTI2018-093970-B-C33: MCIU/AEI/FEDER, EU i PGC2018-095529-B-100, finançats pel Govern d'Espanya, i dels grups d'investigació 2017SGR1466, finançat per la Generalitat de Catalunya, i PROMETEO/2020/083, finançat per la Generalitat Valenciana.

el prestigi. En definitiva, aquesta cooperativa s'erigí en el principal instrument de defensa del vi d'Alella abans de la creació de la Denominació d'Origen.

Paraules clau: associacionisme agrari, cellers cooperatius, vins de qualitat, denominacions d'origen, Alella

Resumen: Fundado en 1906, el Sindicato Alella Vinícola fue no sólo uno de las primeras bodegas cooperativas que se crearon en Cataluña, sino también la única orientada a producir vinos de calidad, embotellados y de marca, una estrategia totalmente excepcional en Cataluña y también en Europa en esta época. En este trabajo se explica el porqué de esta iniciativa tan excepcional en una cooperativa y su trayectoria hasta 1936. Durante este periodo el Sindicato Alella Vinícola logró revalorizar el precio de los vinos originales de Alella, así como consolidarlos en el mercado tanto nacional como de exportación a Europa y América, después de que, desde el siglo XIX, su imitación fraudulenta había reducido su prestigio. En definitiva, esta cooperativa se erigió en el principal instrumento de defensa del vino de Alella antes de la creación de la Denominación de Origen.

Palabras clave: asociacionismo agrario, bodegas cooperativas, vinos de calidad, denominaciones de origen, Alella

Abstract: Founded in 1906, the Alella Winemaking Cooperative was not only one of the first cooperative wineries to be created in Catalonia, but also the only one aimed at producing quality bottled and branded wines, a totally exceptional strategy in Catalonia and also in Europe at this time. This study explains what led to this exceptional initiative by a wine production cooperative and its trajectory up until 1936. During this period, the Alella Winemaking Cooperative increased the value of original Alella wines and consolidated the brand in the national and export markets of Europe and America, after fraudulent imitation in the 19th century had reduced its prestige. In short, this cooperative became the main instrument for the protection of Alella wine before the creation of the Regional Appellation.

Keywords: agrarian associations, wine cooperatives, quality wines, regional appellations, Alella

1. Introducció

Els cellers cooperatius van començar la seva difusió a Catalunya en els primers anys del segle xx. La primera iniciativa va tenir lloc a Barberà de la Conca en la darrera dècada del segle XIX i va consolidar-se amb la construcció d'un primer celler cooperatiu l'any 1901.² Tot i que l'exemple d'aquest primer celler s'escampà i va donar lloc a algunes iniciatives per elaborar vi en comú en cellers llogats,³ la creació de cellers cooperatius no va començar a arrelar fins al cap ben bé d'una dècada, amb la construcció dels cellers cooperatius d'Alió, Blancafort, el Vendrell, Cabra del Camp, Sarral, l'Espluga de Francolí, Marçà i el Pla de Santa Maria, i la seva difusió s'accelerà en els anys de la Primera Guerra Mundial, essent en 1919 i 1920 quan se n'inaugurà un major nombre.⁴ En aquesta evolució hi ha una excepció remarcable, la del celler cooperatiu d'Allella, fundat el 1906; però com veurem, aquesta iniciativa tenia unes particularitats que la fan molt diferent d'aquest moviment cooperatiu vitivinícola que es desenvolupà a Catalunya durant el primer terç del segle xx.

La difusió dels cellers cooperatius es produí en un context de sobreproducció de vi estructural, que donava lloc a periòdiques crisis de malvenda.⁵ En aquest context, es tractava d'una iniciativa per fer front a l'escassa remuneració que suposava per als vinyaters la venda de vi. L'elaboració conjunta del vi en el celler cooperatiu havia de permetre millores en la productivitat, amb l'obtenció de més vi per quantitat de raïm per mitjà de premses més eficients, i facilitar la capacitat d'emmagatzemar, sense haver de vendre en el moment que els preus del vi eren més baixos. Al mateix temps, el celler cooperatiu havia de permetre elaborar el vi de forma més acurada, gràcies a la contractació d'un enòleg, i les instal·lacions possibilitaven una millor conservació, donant lloc a un producte més homogeni i de més qualitat.

Tanmateix, l'increment de la qualitat del vi que es produïa en les cooperatives va ser força limitada. La majoria de cellers cooperatius produïen vi de taula que venien a l'engròs a comerciants majoristes, a vegades a subhasta.⁶ Tant a Catalunya com a altres indrets, les iniciatives de les cooperatives per comercialitzar al detall i embotellar van ser excepcionals, i encara més per fer una política de marca.⁷ El resultat fou que, almenys fins a dates relativament recents, els cellers cooperatius —com en general

2 FUGUET i MAYAYO (1994).

3 RENDÉ (1923), p. 23. Vegeu també GARRIDO (2021).

4 PLANAS (2016a).

5 PUJOL ANDREU (1984).

6 SAUMELL (2002).

7 MEDINA-ALBALADEJO i PLANAS (2020).

qualsevol productor de vi— van produir principalment vi barat i de poca qualitat, que es venia al consumidor final sense embotellar.⁸

En aquest context, el Sindicat Alella Vinícola és un cas excepcional. Fundat el 1906, va elaborar des dels seus inicis vi de qualitat, amb criaça, embotellat i política de marca, i va funcionar com a cooperativa fins al 1998, en què la cooperativa va dis-soldre's i les instal·lacions van ser adquirides per una empresa privada. És a dir que la cooperativa va deixar d'existir precisament en el moment en què s'estava consolidant a Catalunya l'anomenat «cicle del vi de qualitat».⁹

Aquesta excepcionalitat ja fou destacada molt aviat: el 1917 un observador qual·lificat ja manifestava que

el Sindicat d'Alella s'allunya un bon xic del tipus de celler cooperatiu generalitzat en el nostre país i en l'estranger. A l'"Alella Vinícola" es fa criaça del vi i sa venda al detall, tenint per tant ses operacions un caràcter molt complexe; els altres cellers tenen per norma produir vins sans, ben constituïts, millor que els que elaboren els no associats, però sense arribar a crear una marca especial.¹⁰

En efecte, va ser l'única cooperativa que, des d'un inici, va produir i comercialit-zar vins de qualitat a Catalunya. Aquest objectiu va fer necessari una forma d'organit-zació especial, amb solucions originals per resoldre múltiples problemes, «convirtiéndola en un interesante modelo de contabilidad muy admirada por los técnicos».¹¹ A Espanya, durant el primer terç del segle xx, les cooperatives vinícoles que van emprendre amb èxit amb una orientació semblant van ser totalment excepcionals. El principal cas conegut, a més de la cooperativa d'Alella, és el de la cooperativa La Primera de la Ribera, de Peñafiel (Valladolid), creada el 1927, que donaria lloc a la marca Protos i es convertiria en una de les principals empreses vinícoles de la Ribera del Duero (des del 1995 com a societat limitada).

La singularitat d'aquesta cooperativa va més enllà de les fronteres espanyo·les. L'any 1927, el president de l'Associació dels vitivinicultors alemanys, Dr. Müller, considerava que els seus vins «están al nivel de los mejores y más reputados del mundo», i que

como a entidad y com a bodega cooperativa de cosecheros, Alella Vinícola es un ejem·plar tan puro, tan perfecto y tan extenso en su acción cooperativa, que creemos en verdad sería en vano buscar su equivalente en España, en Francia o en Italia, ya que solamente recordamos algo semejante quizás, entre las que existen en Hungría.¹²

8 FERNÁNDEZ (2012); FERNÁNDEZ i SIMPSON (2017); GARRIDO (2022).

9 COLOMÉ, PLANAS i VALLS-JUNYENT (2015).

10 CAMPLONCH (1917), p. 196-197.

11 MIR (1943), p. 157.

12 Citat a J.M.B. «Alella Vinícola. Bodega Cooperativa fundada en 1906». *Revista Ibérica*, 706 (1927).

Feia referència a la regió de Tokay, una de les primeres al món en establir una denominació d'origen. El president de l'Associació dels vitivinicultors alemanys s'havia desplaçat a Barcelona amb una comissió de tècnics enviada pel govern alemany, amb motiu de l'Exposició Hotelera i de l'Alimentació que es celebrà a Barcelona l'any 1927, en la qual els vins de la cooperativa d'Alella s'exposaren al *stand* de la casa comercial Vidal Ribas, que era el seu principal representant a la ciutat de Barcelona. Dos anys després, a l'Exposició Universal de Barcelona, els vins del Sindicat Alella Vinícola van obtenir un gran premi, «el único otorgado a vinos españoles por el pleno del jurado internacional».¹³



Stand de la casa comercial Vidal Ribas, amb els productes del Sindicat Alella Vinícola en un lloc destacat, en l'Exposició Hotelera i de l'Alimentació de Barcelona de l'any 1927. Fotografia: Arxiu Alella Vinícola.

A França i altres països europeus la producció de vi de qualitat des de les cooperatives era aleshores molt poc freqüent. Sabem que a la Borgonya van aparèixer un grup de cooperatives productores de vi d'alta qualitat de manera gairebé simultània a la d'Alella; però a diferència d'aquesta, no van embotellar el vi fins bastant més tard.¹⁴

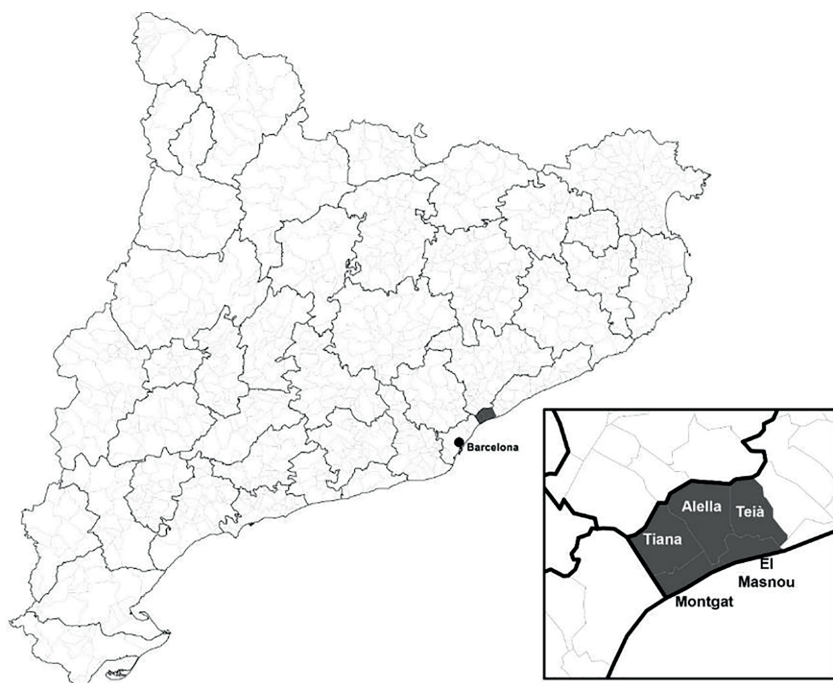
La singularitat d'Alella té a veure amb l'objectiu original de la fundació d'aquest celler cooperatiu. Com altres que s'havien creat al començament del segle xx, havia sorgit com a resposta a la crisi vinícola del començament del segle xx,

¹³ Alella Vinícola. Bodega cooperativa, fundada en 1906, sense data.

¹⁴ CLIQUE (1931).

arran de la distorsió dels mercats que provocà la crisi fil·loxèrica i la sobreproducció estructural que es desencadenà. En aquest cas, però, era una iniciativa per revaloritzar el preu del vi d'Alella en base a les seves qualitats específiques. Gràcies a les característiques del seu sòl i del clima, així com la proximitat del mar i la inclinació de les vinyes en el pendent dels terrenys, a poca altura sobre el nivell marítim, l'àrea d'Alella gaudia d'unes condicions especials per a la maduració i conservació del raïm.¹⁵ La composició del sòl, poc adequada per obtenir productivitats altes, era en canvi ideal per produir vins de qualitat, d'una graduació alcohòlica i acidesa alta. El director del laboratori químic de l'Institut Agrícola Català de Sant Isidre, deia que el vi d'Alella era «el más típico y especial de los que cosechan en Cataluña» i destacava la seva idoneïtat tant com a vi jove com per a la criança: «Bien elaborado es ya un vino fino y aromático desde el primer año, constituyendo un excelente vino de mesa; mas al mismo tiempo, poco hay que guardarlo para adquirir las propiedades de un vino generoso».¹⁶ La localització d'Alella propera al gran mercat barceloní (17 km) també afavorí el seu èxit comercial.

Mapa 1. Localització de la regió vinícola d'Alella



Font: Elaboració pròpia.

¹⁵ LLOBET (1956), p. 3-6.

¹⁶ JAIME RAVENTÓS. «Alella. Su comarca y sus vinos. El Sindicato». *Revista del Instituto Agrícola Catalán de San Isidro*, 20 de juliol de 1908.

Durant les darreres dècades del segle XIX es van difondre a moltes regions vitícoles les imitacions de vins de qualitat per capturar mercats de més alt valor, la qual cosa va donar lloc a protestes dels productors de les regions afectades i a la reclamació de regulacions legals per evitar-les, com ara les declaracions de collites i guies de circulació de vi, o la creació de denominacions d'origen controlades.¹⁷ L'absència d'aquests instruments legals explica aquesta iniciativa tan original d'Alella. Les denominacions d'origen, que a França es van començar a difondre a partir de 1908, foren reconegudes per primera vegada a Espanya amb l'Estatut del Vi, aprovat com a decret el 8 de setembre de 1932 i sancionat amb una llei el 26 de maig de l'any següent.

Ja aleshores, una de les denominacions d'origen que contemplava la llei era la d'Alella. Però la creació del Consell Regulador de la D.O. Alella no es va produir fins al 13 de maig de 1953, i el reglament del Consell Regulador no s'aprovà fins al 1956. Fins aleshores, com veurem, la protecció dels vins originals d'Alella va quedar limitada fonamentalment a l'acció del Sindicat Alella Vinícola. En aquest treball expliquem la trajectòria d'aquest celler cooperatiu durant el primer terç del segle XX i els problemes que va haver d'afrontar per consolidar-se.

2. La crisi dels vins d'Alella i la fundació del Sindicat Alella Vinícola

Els vins d'Alella tenien una anomenada que es remuntava a l'època romana, i en els segles XVIII i XIX s'exportaven a Llatinoamèrica, tot i que, atesa la proximitat de la ciutat de Barcelona, era a la capital catalana on trobaven el seu principal mercat. La seva davallada es produí durant la crisi de la fil·loxera, que arribà a Alella l'any 1886 i va afectar amb la màxima intensitat la vinya local el 1894, en què l'Ajuntament va adreçar una memòria a la Diputació de Barcelona sol·licitant el perdó de les contribucions.

Segons aquesta memòria, signada a Alella el 15 d'octubre de 1894, de les mil quatre-cents mojadades de terra de conreu que hi havia al terme municipal, més de mil eren de vinya, que abans de l'atac de la fil·loxera produïen per terme mig unes deu mil cargues de vi, de les quals vuit mil es venien a diferents punts d'Espanya i Amèrica com a mínim a 35 pessetes per carga. Les vinyes del terme d'Alella aleshores es trobaven ja

yermas en varios puntos y, en general, están a punto de ser arrancadas todas las cepas que van quedando sin vida a causa del progreso fabuloso que está haciendo el destructor insecto, hasta el extremo de que en esta última cosecha sólo se han recogido escasamente dos mil cargas de vino, que apenas bastan para el consumo de la población, y sin esperanzas de que la cosecha del próximo año vaya en aumento, antes al contrario.

¹⁷ SIMPSON (2005); SIMPSON (2011), p. 107-153; MELONI i SWINNEN (2013) i (2018).

Les autoritats locals deien que les trenta mojudes plantades de vinya americana serien les úniques que produirien en la següent collita. Però la crisi vinícola es manifestava no només en la caiguda de la producció —que l'any 1894 deixaria desproveït el consum local si es venia vi a l'exterior— sinó també en la caiguda de preus, «razón por la cual los labradores se han resistido a venderlo».¹⁸

Això es produïa perquè durant la segona meitat del segle XIX s'abusà de la imitació fraudulenta dels vins d'Alella i la caiguda de la producció encara accentuà aquestes pràctiques que afectaven al seu prestigi. Aquesta comercialització fraudulenta va culminar l'any 1905, en què

mientras se estaban vendiendo y exportando ingentes cantidades de vino con el nombre de Alella, los cosecheros de dicha localidad se encontraban arruinados por no poder vender sus cosechas, los cuales, cuando la necesidad les obligaba, tenían que enajenarlo a precios verdaderamente irrisorios.¹⁹

Fou aleshores, quan un grup dels principals propietaris d'Alella van decidir reaccionar i promoure la creació de la cooperativa. Segons afirmava un dels seus fundadors,

l'objectiu que'ns proposarem al constituirnos en cooperativa d'elaboració i venda dels nostres vins fou únicament lo de restituirlos hi lo seu crèdit greument amenassat, boi assegurant la seva fàcil colocació en lo mercat, pera lograr que'l cultiu de la vinya, l'únic adequat al terror d'Alella, tornés a ser remunerador y fins a lograr que aquesta remuneració fos la máxima possible.²⁰

El 30 de desembre de 1905 s'adreçaven als propietaris d'Alella per fer-los partícips de la iniciativa i convèncer-los de

la imperiosa necesidad de transformar el siempre relativamente débil esfuerzo individual en potente y fecunda acción colectiva, que nos permita recuperar por medio de una elaboración perfecta y abundante, puesta al amparo de una marca seria y respetable, el buen nombre y precio que tuvieron un día los famosos vinos de esta comarca.²¹

El 7 de juny de 1906 van convocar una reunió a la seu de l'Institut Agrícola Català de Sant Isidre (IACSI), l'associació que agrupava els grans propietaris rurals

18 MUNTADAS (2001), p. 11-14.

19 MIR (1943), p. 156. Segons una nota apareguda a *La Vanguardia*, quan es fundà la cooperativa els viticultors d'Alella havien de malvendre els 6-8 mil hectolitres que produïen, quan només a Barcelona es consumien anualment uns 15-20 mil hectolitres de vi d'Alella (*La Vanguardia*, 31 de maig de 1908). De la mateixa manera, no era vi d'Alella una gran part de les exportacions de vi amb aquesta denominació.

20 *Memoria llegida per lo secretari de lo Sindicat Agricol d'Alella en Joseph M. Barnadas en l'assemblea general de socis celebrada lo dia 27 d'agost de 1911*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana-Borrás, Mestres y C^a, 2012, p. 12.

21 Manuscrit preparat per Josep M. Barnadas per ser imprès i signat amb data del 8 de gener de 1906 pel marquès d'Alella, Trinitat Rius i Torres, Agustí Manaut, Baldomer de Calderó, Joan Grifols i Miquel Salellas (Arxiu particular de Rafael Barnadas).

de Catalunya, i uns dies després, el 22 de juny, ja sol·licitaven l'autorització del Governador Civil de Barcelona per constituir l'entitat, que tindria lloc a Alella el 15 de juliol de 1906, en un acte al qual assistiren «la casi totalitat de propietaris y aparcers de la comarca». En aquest acte, un dels fundadors afirmà que «ja era hora de que “el fill l·legítim de nostras vinyes” se posés al lloch que li correspón en el mercat, sortint d'una vegada y pera sempre del ostracisme á que'l tenen condemnat caldos borts que usurpan indignament son nom».²²

La cooperativa s'acollí a la Llei de Sindicats Agrícoles aprovada només uns mesos abans, el 28 de gener de 1906. Era el primer celler cooperatiu de Catalunya que s'acollia a aquesta Llei, la qual ofería a les entitats agrícoles uns avantatges importants, com ara l'exempció dels impostos de timbre i drets reals en la constitució (article 6), el reintegrament dels drets de duanes en la importació de màquines i altres elements de les indústries agrícoles (article 7) i el reconeixement de la seva personalitat jurídica per adquirir tota classe de béns (article 3). Aquesta darrera condició era essencial quan s'havia de recórrer al crèdit, cosa imprescindible per a la construcció del celler cooperatiu.

Tanmateix, la cooperativa no va obtenir el reconeixement com a sindicat agrícola fins al 1913 (set anys més tard de la seva constitució!) i només gràcies a la via judicial, atès que el Ministeri d'Hisenda es resistí a atorgar-li la condició de sindicat agrícola. Es donava la paradoxa que aquesta negativa es produïa després d'haver rebut la visita del Director General d'Agricultura, Luis de Marichalar, i que el Ministeri de Foment destaqués el sindicat d'Alella «para que pueda servir de ejemplo y ser imitado» en una de les seves *Hojas Divulgadoras*.²³ De fet, el Ministeri de Foment va respondre afirmativament a la sol·licitud de la cooperativa d'Alella, però quan l'expedient arribava al Ministeri d'Hisenda, que havia d'aplicar els beneficis de la Llei, la resposta era negativa, fins i tot quan el Ministre d'Hisenda, Augusto González Besada, havia aprovat la mateixa sol·licitud quan estava al càrrec del Ministeri de Foment.²⁴

Per aconseguir l'aprovació, el 1909 la cooperativa va efectuar modificacions al seu reglament «en el sentido de atribuir á cada socio el importe de sus aportaciones de uvas, suprimiendo la facultad de la Asamblea de otorgar subvenciones a los Consejeros».²⁵ Però un cop efectuats els canvis va obtenir el mateix resultat: l'aprovació per part del Ministeri de Foment i la denegació per part del Ministeri d'Hisenda, fonamentant-se en el caràcter mercantil del sindicat. Segons la Dirección General de Timbre,

²² *L'Art del Pagès*, segona quinzena d'agost 1906.

²³ MINISTERIO DE FOMENTO, DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA, INDUSTRIA Y COMERCIO. *Hojas Divulgadoras*, 25 de juny de 1908. Aquesta publicació justificava la publicació d'un article monogràfic sobre la cooperativa d'Alella perquè «hay obras agrícolas sociales tan interesantes y cuya labor puede influir de una manera tan positiva en la prosperidad del país, que bien merecen que se le dedique una gran atención».

²⁴ SEVERINO AZNAR. «Andanzas de un Sindicato», *El Cultivador Moderno*, novembre de 1913.

²⁵ *El Progreso Agrícola y Pecuario*, 31 de novembre de 1913.

al consignarse como se consignaba en uno de sus artículos que cada año el importe líquido de las aportaciones de uva, una vez deducido el 10 por 100 que se destinaba al fondo cooperativo, se distribuía proporcionalmente entre sus socios, era indudable que continuaba reconociéndose el derecho de éstos a percibir las utilidades que reportaba el desenvolvimiento del negocio, y por lo tanto el Sindicato se separaba de los principios de la cooperación y mutualidad en que debía basarse para gozar de protección legal.²⁶

Aquests arguments van portar al diputat a Corts Josep Zulueta a interpel·lar el Ministre d'Hisenda en seu parlamentària, tot exclamant-se que la negativa es fonamentés en el seu caràcter mercantil:

El Sindicato se propone comprar, vender, elaborar productos agrícolas para obtener beneficio. Este es un acto mercantil, y o se borra en absoluto la Ley de Sindicatos Agrícolas, o se ha de reconocer que todo Sindicato agrícola, en el mero hecho de existir, tiene un carácter mercantil.²⁷

El secretari del Sindicat, Josep M. Barnadas, que també va ser un dels principals fundadors de la Unió de Vinyaters de Catalunya (UVC), ho denunciava en un dels primers números del seu òrgan de premsa:

Ab la imputació gratuïta, falsa i arbitrària de mercantilisme, arrebassen no solament los drets legítimament adquirits per los nostres companys d'Allella, sino qu'esborren airadament més de la meytat de l'article primer de la Lley [de Sindicats Agrícoles] y matan iniquament son esperit fonamental, al sentar com á principi, que, tocar beneficis materials originats per la pràctica de la acció sindical, converteix aquesta acció en mercantil i en consecuencia la posa fora dels beneficis de la Lley. ¡Quin sarcasme! Si en l'associació no ha de trobarhi'l pagés beneficis materials y tangibles, qu'en últim resultat son augments de la riquesa patria per augment del valor de la propietat rural, ¿qués proposá'l legislador al concebir y el gobernant al promulgar la Lley de Sindicats agrícols?.²⁸

Davant de l'actitud inamovible per part del Ministeri d'Hisenda, la cooperativa d'Allella va acabar per interposar un recurs contenciós-administratiu contra la nova denegació (Reial Ordre 15 abril 1911), que dos anys després va ser finalment revocada amb una sentència del Tribunal Suprem, segons la qual «no puede entenderse que esa distribución proporcional representa una utilidad distinta ó extraña al fin primordial que determinó á los asociados para constituirse en Sindicato», i que segons l'article 326

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ Intervenció del diputat Josep Zulueta a les Corts, 13 de maig de 1911, citada a MUNTADAS (2001), p. 58. Uns anys després, Josep Zulueta fundaria una cooperativa que, en un altre sector, el lleter, seria paragonable a la cooperativa d'Allella, en orientar la seva estratègia des d'un inici a la qualitat, el valor afegit i la marca. Vegeu VILADOMIU (2016).

²⁸ J.M.B. «Toch d'atenció», *El Vinyater*, maig de 1911.

del Codi de Comerç no es podien considerar mercantils les vendes que feien propietaris i pagesos dels fruits de les seves collites.²⁹

Segons Josep M. Barnadas, aquest fou «el primer recurs guanyat per un Sindicat agrícola espanyol en contra de les implacables RROO denegatories que posaren en perill el salvador moviment col·lectivista iniciat entre'ls agricultors d'Espanya al començar del nostre segle xx».³⁰ En efecte, la sentència establiria jurisprudència; però per a la cooperativa d'Alella el veredicté era molt important, perquè a més d'obtenir les exempcions d'impostos (drets reials, timbre, utilitats) li permetia un reconeixement de la seva personalitat jurídica, i «sense aquesta personalitat ben definida, augmenten considerablement les naturals dificultats a tota operació de crèdit, fent la quasi impossible».³¹

Darrera d'aquest enfrontament entre el Sindicat Alella Vinícola i el Ministeri d'Hisenda, certament molt cridaner però no totalment excepcional, s'hi pot veure la falta de compromís del govern espanyol a l'hora d'impulsar el cooperativisme agrari al començament del segle xx.³² I també s'hi endevinen els dubtes que per a l'administració governamental oferia una cooperativa que, pel seu caràcter empresarial, no responia als paràmetres habituals del cooperativisme que havia estimulat la promulgació de la Llei de Sindicats Agrícoles.

3. El grup dirigent i els cooperativistes

Constituït el 15 de juliol de 1906, el Sindicat Alella Vinícola va ser la segona cooperativa a Catalunya que va disposar d'un celler en propietat després del de Barberà de la Conca, que inicià la vinificació en comú l'any 1894 i construï el celler l'any 1901. Però el d'Alella tenia poc a veure amb aquella iniciativa primigènia. Els seus objectius no eren els mateixos i els promotors no eren rabassaires, sinó propietaris benestants de la localitat, amb el suport d'alguns ínclits representants de l'alta burgesia i de la noblesa catalana. Entre els fundadors hi trobem, per exemple, l'important comerciant navilier i diputat a Corts pel districte de Mataró, primer pel partit Conservador (1899) i després per la Lliga Regionalista (1903 i 1907), Salvador de la Trinitat Rius i Torres; el marquès d'Alella, Ferran Fabra i Puig, propietari de l'empresa tèxtil Fabra i Coats i que

²⁹ Sentència de la Sala tercera del Tribunal Suprem del 15 de novembre de 1913 (*El Progreso Agrícola y Pecuario*, 31 de desembre de 1913). Aquest argument havia estat defensat per Josep M. Barnadas en el congrés de la Federació Agrícola Catalano-Balear a Tarragona (FACB. *XII Congrés celebrat a la ciutat de Tarragona els dies 30 i 31 de maig i 1 de juny de l'any 1909*. Tarragona: Imprenta de Jaume Riera, 1910, p. 83-84).

³⁰ Memoria llegida per lo senyor secretari de lo Sindicat Agrícola d'Alella en Josep M. Barnadas en l'assamblea general de socis celebrada lo día 1er. de març de 1914. Barcelona: Imprenta Elzeviriana-Borrás, Mestres y C^a, 2014, p. 7.

³¹ *Ibidem*, p. 10.

³² GARRIDO (1994).

era aleshores el primer contribuent rústic d'Alella;³³ Josep M. de Bofarull i d'Olzinellas, propietari d'un antic mas d'Alella que passaria a denominar-se cal baró de Ribelles, d'acord amb la seva adscripció al cos de la noblesa de Barcelona; Pere G. Maristany i Oliver, comte de Lavern, que era fill del Masnou i un dels principals comerciants de vi de Catalunya, i que a més de diputat a Corts i senador, va ser president de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona (1908-1913), de la Federació Agrícola Catalana-Balear (1910-1912) i membre de la junta directiva de l'IACSI (1893-1897); l'advocat i polític Francesc Albó i Martí, que fou regidor a l'Ajuntament de Barcelona (1901) i diputat a Corts per Olot (1903 i 1905) per la Lliga Regionalista.³⁴

Alguns d'ells no sols van participar en la fundació de la cooperativa, sinó que van implicar-se en la seva gestió i foren membres del seu consell d'administració des d'un inici, com ara el baró de Ribelles, Francesc Albó i Salvador de la Trinitat Rius i Torres, o bé foren nomenats presidents honoraris, com ara el marquès d'Alella o el comte de Lavern. En la primera junta directiva també hi havia el propietari de can Calderó, una de les grans cases pairals d'Alella, just al costat de l'emplaçament del celler cooperatiu, que fou edificat en uns terrenys que van segregarse de la finca. Un altre ric propietari que també fou un dels màxims dirigents de la cooperativa, Josep Comulada, havia ofert gratuïtament un altre terreny que fou desestimat per criteris tècnics.³⁵

Consell d'administració del Sindicat Alella Vinícola (1906)

President: Josep M. de Bofarull i d'Olzinellas, baró de Ribelles

Vicepresident: Baldomer de Calderó Pujadas

Vocals: Francesc Albó Martí

Josep Comulada Tafall

Joan Grífol Cirera

Salvador de la Trinitat Rius i Torres

Miquel Salellas Ferrer

Secretari: Josep M. Barnadas Mestres

Síndic: Joan Barnadas Madurell

Aquest grup dirigent va tenir una llarga continuïtat al capdavant de la cooperativa. El baró de Ribelles va ser president fins a la seva defunció el 1929. El succeí en el càrrec Miquel Salellas, que havia estat vocal de la junta des de l'any 1906 i que va continuar com a president fins al 1956. Josep M. Barnadas Mestres, autèntica «ànima del Sindicat

³³ Arxiu Comarcal del Maresme, Repartiment de la contribució rústica i pecuària d'Alella de 1906, Fons 187, Caixa 70.

³⁴ Com a advocat, va encarregar-se de la defensa del Sindicat Alella Vinícola en el recurs contenciós-administratiu en contra del Ministeri d'Hisenda esmentat més amunt.

³⁵ Arxiu Alella Vinícola, Llibre d'actes del Sindicat Alella Vinícola núm. 1 (1906-1929): actes de 5 d'agost de 1906 i 23 de setembre de 1906.

d'Alella»,³⁶ va exercir el càrrec de secretari des del 1906 fins al 1936, i el seu fill, Josep Barnadas Parellada, ocupà el mateix càrrec des del 1939 fins al 1956. El càrrec de síndic, que encapçalava la Comissió Executiva que gestionava el dia a dia de la cooperativa en representació del Consell d'Administració, va ser ocupat sense interrupció per Joan Bernadas Madurell durant vint-i-cinc anys: 1906-1931. Tot i que anualment s'havien de renovar la meitat dels membres del Consell d'Administració, eren sistemàticament reelegits. Fins al 1912, no hi va haver pràcticament cap canvi,³⁷ i en els anys següents la continuïtat dels càrrecs fou remarcable: en la vicepresidència, que havia ocupat Joan Grífol Cirera des del 1908, després de la dimissió de Baldomer de Calderó, fins a la seva mort el 1913, es va produir un sol canvi: Josep Comulada Tafall (1914-28) va ser succeït per Eduard Rifà Anglada (1928-36). La meitat dels vocals de la junta (un total de vint-i-quatre al llarg dels primers cinquanta anys d'existència de la cooperativa) van exercir el càrrec durant més de deu anys seguits i alguns durant més de vint, i una cosa semblant s'observa també en el consell de vigilància.³⁸

Aquesta continuïtat dels dirigents va tenir, és clar, un parèntesi durant els anys de la Guerra Civil, atès que el juliol de 1936, «de cort [sic] amb el nou ordre social creat després de la revolta feixista iniciada el 19 [de juliol de 1936]»,³⁹ s'encarregà de la direcció de la cooperativa un altre grup dirigent. En l'assemblea general que ratificà la nova junta, el tècnic comptable que s'encarregà d'examinar l'administració de la cooperativa manifestà «que l'Administració del Sindicat agrícola "Alella Vinícola" ha estat portada amb un individualisme impropï en aquesta classe d'associacions».⁴⁰

D'acord amb la seva extracció social, alguns dels principals dirigents de la cooperativa fins al 1936, com ara Baldomer de Calderó, Josep M. Barnadas, Joan Bernadas, Eduard Rifà i Pere G. Maristany, eren membres de l'IACSI. Ja hem vist que fou a la seu d'aquesta entitat que agrupava els grans propietaris rurals de Catalunya on es celebrà el 7 de juny de 1906 la primera reunió organitzativa del Sindicat Alella Vinícola. L'any 1931 la cooperativa acabaria ingressant-hi com a soci col·lectiu, però ja des dels seus inicis s'havia adherit a la Federació Agrícola Catalana-Balear (FACB), una agrupació que havia estat promoguda directament des de l'IACSI. En el si d'aquesta

36 El mateix Josep M. Barnadas explicava que era per aquesta raó que en el Congrés Agrícola de Tarragona (1909) li havien encarregat la ponència sobre «Sindicats d'elaboració y venda de productes agrícols, especialment vins», tot i que «jo no soch l'ànima del Sindicat d'Alella, sino sencillament un entusiasta de la associació agrícola, que gustosament li presta son modest concurs» (FACB. *XII Congrés...*, p. 90).

37 Només es van produir dos canvis: el del vicepresident Baldomer de Calderó Pujadas, que va dimitir del càrrec el 1907 i el del vocal Salvador de la Trinitat Rius i Torres, que va deixar el càrrec el 1908 "per la impossibilitat d'atendre les obligacions de Conseller" (SINDICAT ALELLA VINÍCOLA, *Memòria 1912*, p. 7).

38 *Cincuentenario de la Fundación...*, p. 47-48.

39 Arxiu Alella Vinícola, Llibre d'actes del Sindicat Alella Vinícola núm. 2 (1929-1938): acta del 30 de juliol de 1936.

40 Arxiu Alella Vinícola, Llibre d'actes del Sindicat Alella Vinícola núm. 2 (1929-1938): acta del 15 de novembre de 1936. Com a resultat de les irregularitats advertides en aquesta investigació, en la mateixa assemblea fou expulsat de la cooperativa el secretari general, Josep M. Barnadas.

federació es constituí l'any 1910 la Unió de Vinyaters de Catalunya (UVC), de la qual Josep M. Barnadas fou un dels màxims impulsors i el seu administrador general.⁴¹ El Sindicat Alella Vinícola s'alineava clarament, doncs, amb l'associacionisme agrari promogut pels propietaris benestants.

La presència d'aquest nucli dirigent format per rics propietaris va permetre a la cooperativa superar alguns dels principals esculls que afrontaven aquestes entitats, com ara el finançament de la construcció del celler cooperatiu, que en el cas d'Alella va tenir l'inconvenient de la falta de reconeixement legal del sindicat, cosa que en els primers anys tampoc li va permetre beneficiar-se de les exempcions tributàries que proveïa la Llei de Sindicats Agrícoles. Quan va iniciar la construcció del celler cooperatiu, el Sindicat Alella Vinícola només disposava d'un fons de dues mil cinc-cents pessetes, gràcies a un donatiu del marquès d'Alella, i d'un préstec de cent mil pessetes de la Banca Carles-Tolrà i Manaut, gràcies a la intervenció personal d'un dels impulsors de la cooperativa, Agustí Manaut, que el 1906 era el segon contribuent rústic d'Alella. En agraïment, fou nomenat president honorari del Sindicat, al costat del marquès d'Alella i del comte de Lavern.⁴² Posteriorment, va rebre un préstec de cinquanta mil pessetes del baró de Ribelles, que exercia la presidència de la cooperativa, i un altre de quinze mil pessetes d'un altre dels seus màxims dirigents, Josep Comulada.⁴³ L'any 1918 el Sindicat Alella Vinícola va haver de fer una emissió de mil obligacions hipotecàries a un interès del 5 per cent i un període d'amortització de vint-i-cinc anys.⁴⁴

El finançament de la construcció del celler cooperatiu també era problemàtica en les cooperatives que produïen vi comú, fet que explica que la presència de propietaris benestants al capdavant d'aquestes cooperatives no fos en absolut anòmala —i fins i tot el seu alineament amb l'IACSI i altres organitzacions que promovien aquests propietaris— encara que la major part dels cooperativistes fossin molt petits propietaris i parcers.⁴⁵ En el cas de la cooperativa d'Alella, però, s'hi afegia la necessitat d'elaborar vins de criança i, per tant, almenys durant els primers anys, s'havia de posposar la liquidació de la venda de les collites, que els propietaris més benestants van acceptar «hasta haber cobrado los que tenían más necesidad de ello».⁴⁶ La presència d'aquests rics propietaris també va facilitar la comercialització dels vins tant a Barce-

41 PLANAS (2006), p. 107-116, 142-146. Josep M. Barnadas va ser un actiu propagandista del cooperativisme vitivinícola i va presentar ponències sobre aquest tema en els congressos agrícoles de la FACB a Manacor (1907) i Tarragona (1909). En aquest últim hi argumentà la necessitat que els cellers cooperatius elaboressin un vi de marca per tal d'aprofitar tots els avantatges de l'associació (FACB. *XII Congrès...*, p. 81-98).

42 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1912*, p. 7.

43 *Cincuentenario de la Fundación...*, p. 23. Josep Comulada va ser vocal de la junta (1906-1913) i després vicepresident del Sindicat Alella Vinícola (1914-1928).

44 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1918*, p. 11.

45 PLANAS (2020).

46 *Cincuentenario de la Fundación...*, p. 22.

lona com als mercats d'exportació, gràcies a la seva xarxa de contactes tant personals com empresarials.

El gruix dels socis cooperativistes eren, en canvi, parcers i petits propietaris, perquè a Alella «la propiedad y las cosechas están fraccionadas en múltiples y pequeños lotes»,⁴⁷ fraccionament que accentuava l'ús general del contracte de parceria. Però en contrast amb la continuïtat del grup dirigent, la majoria de socis van tenir molt poca continuïtat en la cooperativa (gràfics 1 i 2). Tal com explicava la primera memòria del Sindicat, la cinquantena de socis fundadors eren aquells «que's consideraren preparats econòmicament pera resistir els sacrificis que sempre impliquen la fundació de qualsevol negoci»; però altres vinyaters de la localitat amb menor capacitat econòmica «se mostraren descontentos de que no se'ls deixés franc l'ingrés, alegant que lo que's pretenía era dejarlos fora». I la cooperativa es va veure obligada a acceptar-los, incrementant-se fins a cent divuit el nombre de socis cooperativistes i fins a 843 mil ceps associats.⁴⁸ Molts dels socis que van adherir-s'hi en un primer moment van donar-se de baixa durant els primers anys, perquè no podien esperar les liquidacions més enllà d'un any i, en canvi, «la criança dels vins exigeix sa estància en celler per més de dos anys».⁴⁹ L'any 1911 el nombre de cooperativistes s'havia reduït a setanta-quatre, amb uns 600 mil ceps associats,⁵⁰ i l'any 1918 el nombre de socis era de seixanta-u, amb 461 mil ceps associats.

Aquestes xifres s'han de rebaixar lleugerament quan considerem el nombre de socis que efectivament portaven el raïm a la cooperativa. En el Gràfic 1 podem veure com el centenar de socis que aportaren raïm a la cooperativa l'any 1907 es va reduir molt ràpidament a la meitat, i aquest nombre només va créixer molt lleugerament en els anys trenta. El Gràfic 2 mostra que, dels cent quatre socis que van aportar raïm el 1907, només catorze continuaven fent-ho el 1935, i que més de la meitat (67) van formar part de la cooperativa durant menys de deu anys. Si considerem el nombre de socis que hi aportaven el raïm el 1935, un total de cinquanta-quatre, més de la meitat (27) ho feien des de feia menys de deu anys, cosa que mostra novament que la rotació de socis era molt elevada. Del total de cooperativistes que van aportar-hi raïm entre 1907 i 1935 (160), cent vuit es van donar de baixa abans de 1935: en vint-i-tres casos per defunció, en deu per venda de les vinyes o canvi de conreu, i en setanta-cinc casos la baixa fou voluntària.⁵¹

47 *Sindicato "Alella Vinícola"*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana, 1919, p. 4.

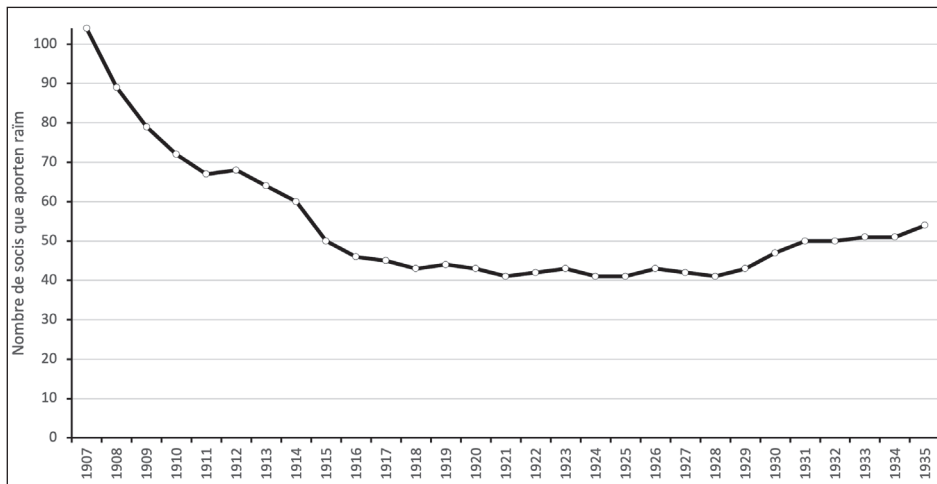
48 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1912*, p. 8. Raul M. Mir (1943, p. 157) afirmava que el Sindicat Alella Vinícola no havia «cerrado jamás sus puertas a ninguna demanda de ingreso».

49 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1918*, p. 9.

50 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1912*, p. 8.

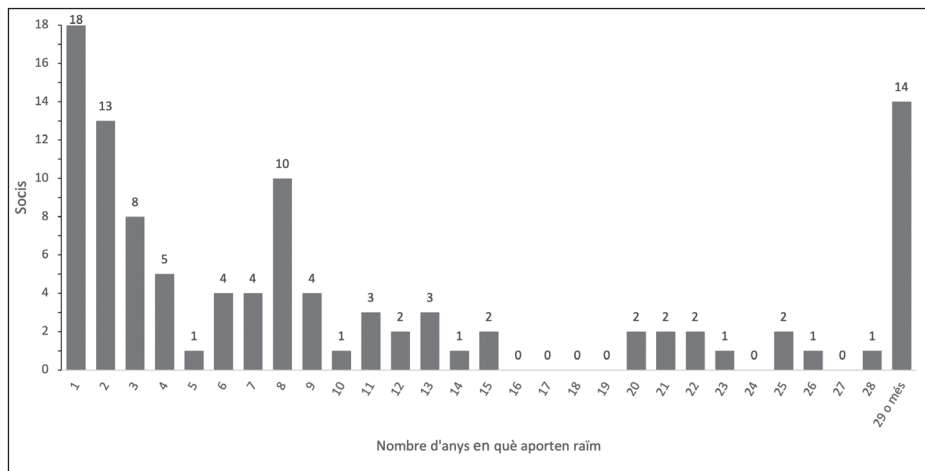
51 *Cincuentenario de la Fundación...*, p. 49-53.

Gràfic 1. Nombre de socis que van aportar raïm al Sindicat Alella Vinícola, 1907-1935



Font: Elaboració pròpia a partir de *Cincuentenario de la Fundació de la Bodega Cooperativa Alella Vinícola 1906-1956*, Alella, 1956, p. 49-53.

Gràfic 2. Nombre d'anys durant els quals els 104 socis que van aportar raïm al Sindicat Alella Vinícola el seu primer anys de funcionament (1907) van continuar fent-ho



Font: vegeu gràfic 1.

4. La producció i comercialització dels vins

Un cop constituïda, la cooperativa va començar a funcionar amb cinquanta-quatre socis i un total de 513 mil ceps associats, més de la meitat dels que hi havia aleshores al terme municipal d'Alella.⁵² La verema d'aquell any es va haver d'elaborar encara en cellers particulars, atès que l'arquitecte que havia d'encarregar-se de projectar la construcció del celler cooperatiu no va rebre l'encàrrec fins al setembre de 1906, el projecte arquitectònic no es va signar fins al novembre de 1906, i les obres de construcció del celler cooperatiu no van acabar-se fins al novembre de 1907.⁵³ La verema de 1907 ja va ser processada en les noves instal·lacions, amb maquinària moderna i adequada per a la producció de vins de qualitat. Però les operacions de venda no van començar fins al 1908, i el primer balanç i repartiment de productes no s'aprovà fins a l'agost de 1909.

La capacitat del celler cooperatiu era inicialment d'uns deu mil hectolitres, tot i que el projecte preveia la seva ampliació fins a triplicar aquesta capacitat.⁵⁴ Els socis de la cooperativa havien d'aportar-hi tot el raïm que produïen els milers de ceps pels que estiguessin associats i que fossin conformes als tipus adoptats pel consell d'administració.⁵⁵ El raïm havia de passar una determinació qualitativa, en la qual es consideraven no només el grau d'alcohol i l'acidesa, sinó també les varietats, tot reduint el valor d'aquelles no conegudes en el país. S'establien tres qualitats: la primera, per a les varietats de garnatxa blanca, garnatxa negra i picapoll, per a les quals s'assignava un 10% d'augment del valor; la qualitat corrent, per a les varietats de xarel·lo, sumoll, mantua, macabeu i alguna altra d'ús corrent per elaborar els vins d'Alella; finalment, la qualitat denominada especial, per a les varietats de recent introducció o bé no utilitzades de forma general per produir els vins d'Alella (en més d'una tercera part), o bé per a raïm desmollat, a causa de ceps malalts, de pluges o per qualsevol altra causa.⁵⁶ El raïm que era considerat defectuós o veremat abans del que havia determinat l'enòleg de la cooperativa podia ser rebutjat.⁵⁷

52 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1912*, p. 8.

53 El projecte de construcció del celler cooperatiu fou encarregat a l'arquitecte Jeroni Martorell, sens dubte perquè Josep M. Barnadas, que era escultor, ja havia col·laborat amb ell en alguns encàrrecs.

54 RAUL M. MIR. «El Sindicato Agrícola de Alella». *Resumen de Agricultura*, agost de 1909. El projecte d'ampliació va haver d'esperar encara quaranta anys. Signat el desembre de 1939 pel mateix Jeroni Martorell, les obres no s'executaren immediatament. L'any 1947 es va reformular el projecte arquitectònic i les obres d'ampliació no van acabar-se fins al 1950. Vegeu BARNADAS RIBAS (2013).

55 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Estatutos y Reglamento interior*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana de Borrás y Mestres, 1910, art. 24.

56 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Estatutos...* Vegeu també RAUL M. MIR. «El Sindicato Agrícola de Alella». *Resumen de Agricultura*, juliol de 1909.

57 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Estatutos...*, art. 24.

Abans de fundar-se la cooperativa, a Alella es barrejaven varietats blanques i negres i es produïen només vins rosats, sense regularitat en els tipus ni en el color.⁵⁸ El Sindicat Alella Vinícola va començar a produir vins homogenis, tant blancs com negres i tant abocats com secs,

por la sola intervención en el proceso biológico de las fermentaciones con miras a la obtención de vinos de la más alta calidad, siendo notable la absoluta carencia de aparatos correctores (pasteurizadores, filtros, etc., etc.) que resultan innecesarios por la inicial robustez y sanidad de los vinos.⁵⁹

Evitava, doncs, la introducció de substàncies químiques en les fermentacions, tot aprofitant “la favorable circumstancia o privilegio de que en Alella se verifiquen aquellas por la acción de una flora fermentativa local excepcionalmente vigorosa y característica”.⁶⁰ Molt aviat la cooperativa va diversificar la seva gama de vins per tal d'oferir als seus clients «des del vi aperitiu que es consum ans dels entremesos, a la copeta de fine champagne o de licor que es serveixen després del cafè, boi passant per totes les games de vins que reclama el menú més intel·ligent i pericialment concebut».⁶¹

Des d'un inici, el Sindicat Alella Vinícola va comercialitzar la major part del seu vi embotellat, o bé amb garrafes de deu, vint i trenta litres (forrades amb tela i amb una capa de suro entre la tela i el vidre) que portaven clarament el distintiu de la marca i una cuidada presentació. L'any 1919 comercialitzava en caixes d'ampolles, barrils de seixanta i setanta-dos litres i pipes de fins a quatre-cents vuitanta litres tres tipus de vins corrents i quatre de selectes, a més d'un licor de mandarina (Taula 1). Tot i així, aviat el producte estrella va ser l'ampolla de vi blanc «Marfil». Encara que no fou registrada com a marca fins al 1928,⁶² ja es va començar a comercialitzar l'any 1910, i si bé fins al 1918 no arribava encara al 5% del total de les seves vendes, aquest percentatge va augmentar molt ràpidament fins a superar el 50% al començament dels anys 1930 (Taula 2).

Els dirigents de la cooperativa consideraven la creació del «Marfil» blanc com un dels seus majors èxits, en primer lloc «porque resuelve una de las más urgentes necesidades de la alta mesa española, que no dispone de blancos licorosos nacionales de gran crianza para substituir las grandes marcas bordelesas», i també perquè va fer-ho sense «la imitación servil, inmediata o remota, de aquellas marcas extranjeras mundialmente consagradas por la fama».⁶³

⁵⁸ Cincuentenario de la Fundación..., p. 27.

⁵⁹ MIR (1943), p. 157.

⁶⁰ Sindicato “Alella Vinícola”. Barcelona: Imprenta Elzeviriana, 1919, p. 14.

⁶¹ SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. Memòria 1918, p. 7.

⁶² MUNTADAS (2001), p. 86.

⁶³ Alella Vinícola (Sindicato Agrícola), 1929.

La cooperativa va crear també un Marfil negre (*tinto clarete*), de graduació alcohòlica semblant al blanc (14° de mitjana), l'èxit del qual «desvaneció definitivament la legendària imputació de que en Alella eran imposibles la elaboració y crianza de los blancos y los tintos». ⁶⁴

Taula 1. Productes comercialitzats pel Sindicat Alella Vinícola, 1919

| Nomenclatura especial de la casa | Caixa 12 amp. | Caixa 12 amp. (1/2) | Caixa 24 amp. | Barril 60 l | Barril 72 l | 1/4 Pipa 120 l | 1/2 Pipa 240 l | Pipa 480 l |
|----------------------------------|---------------|---------------------|---------------|-------------|-------------|----------------|----------------|------------|
| Vins corrents | | | | | | | | |
| Lacre Blanco (blanco seco) | 23,7 | 33,5 | 46,9 | 105,0 | 118,0 | 170,0 | 316,0 | 620,0 |
| Lacre Rojo (rosado extra-fino) | 23,7 | 33,5 | 46,9 | 105,0 | 118,0 | 170,0 | 316,0 | 620,0 |
| Lacre Burdeos (tinto clarete) | 23,7 | 33,5 | 46,9 | 105,0 | 118,0 | 170,0 | 316,0 | 620,0 |
| Vins selectes | | | | | | | | |
| Lacre Marfil (blanco abocado) | 28,0 | 45,5 | 55,5 | 132,0 | 150,0 | 225,0 | 427,0 | 843,0 |
| Lacre Turquí (rançete, 1908) | 34,0 | 52,0 | 65,0 | 168,0 | 185,0 | 294,0 | 566,0 | 1.120,0 |
| Lacre Violeta (gran dulce, 1912) | 34,0 | 52,0 | 65,0 | 168,0 | 185,0 | 294,0 | 566,0 | 1.120,0 |
| Lacre Esmeralda (rançio dulce) | 34,0 | 52,0 | 65,0 | 168,0 | 185,0 | 294,0 | 566,0 | 1.120,0 |
| Lacre Gualda (gran seco) | 48,0 | 68,0 | 93,0 | 236,0 | 270,0 | 433,0 | 843,0 | 1.675,0 |
| Licor Mandarina | 58,0 | | | | | | | |

Font: *Sindicato "Alella Vinicola"*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana, 1919, p. 19.

⁶⁴ Alella Vinícola. Bodega cooperativa, fundada en 1906, sense data. Els vins «Marfil» del Sindicat Alella Vinícola van ser els únics que van aconseguir la totalitat dels punts assequibles en el concurs de vins espanyols del II Congrés Internacional de la Vinya i el Vi celebrat a Barcelona l'any 1929.

Taula 2. Vendes de vi del Sindicat Alella Vinícola, 1910-1935

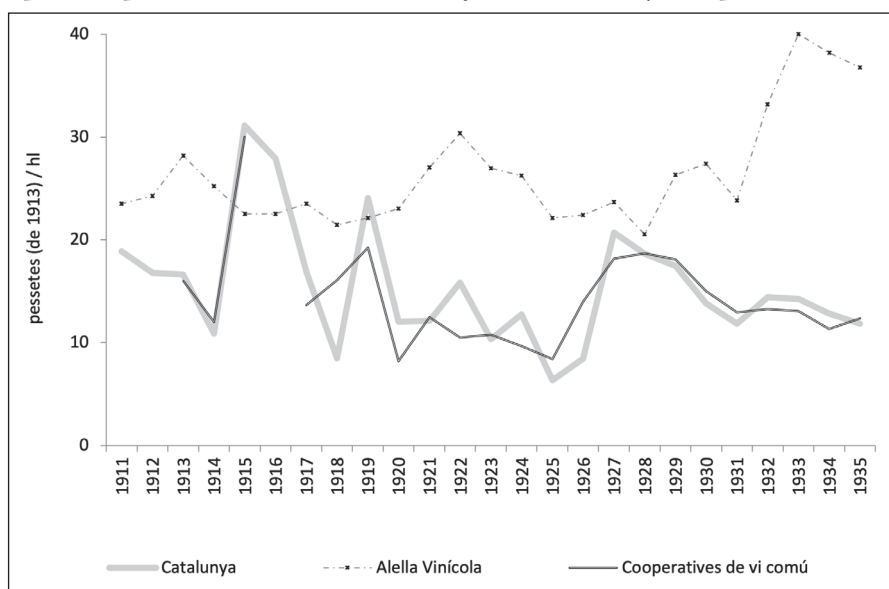
| | Hectolitres | Pessetes corrents | Ptes./hl | % Marfil |
|------|-------------|----------------------|----------|----------|
| 1910 | 3.473 | 57.953,60 | 16,68 | |
| 1911 | 4.221 | 96.797,49 | 22,93 | |
| 1912 | 2.852 | 75.661,35 | 26,52 | 1,0 |
| 1913 | 1.932 | 61.771,80 | 31,97 | 2,0 |
| 1914 | 1.842 | 50.774,19 | 27,56 | |
| 1915 | 1.856 | 51.422,67 | 27,70 | 3,2 |
| 1916 | 4.089 | 116.044,19 | 28,37 | 1,2 |
| 1917 | 3.940 | 135.634,27 | 34,42 | 1,4 |
| 1918 | 2.310 | 90.112,51 | 39,00 | 4,8 |
| 1919 | 2.129 | 80.663,19 | 37,88 | 6,9 |
| 1920 | 4.193 | 194.129,88 | 46,29 | 7,8 |
| 1921 | 3.790 | 187.763,61 | 49,54 | 8,9 |
| 1922 | 2.191 | 109.774,26 | 50,10 | 12,1 |
| 1923 | 2.075 | 93.190,68 | 44,91 | |
| 1924 | 2.403 | 109.465,74 | 45,55 | |
| 1925 | 3.552 | 144.122,55 | 40,57 | 16,3 |
| 1926 | 2.974 | 115.791,40 | 38,93 | 13,2 |
| 1927 | 3.839 | 154.872,43 | 40,34 | 16,4 |
| 1928 | 5.354 | 166.817,94 | 31,00 | |
| 1929 | 2.972 | 123.261,95 | 41,47 | 37,8 |
| 1930 | 2.711 | 138.924,25 | 51,24 | 51,1 |
| 1931 | 2.222 | 139.074,99 | 62,59 | 52,5 |
| 1932 | 1.933 | 117.850,54 | 60,96 | 54,9 |
| 1933 | 2.133 | 148.839,66 | 69,77 | 59,0 |
| 1934 | 2.049 | 143.980,37 | 70,26 | 59,3 |
| 1935 | 1.858 | 132.932,50 | 71,54 | 61,3 |

Font: *Cincuentenario de la Fundació de la Bodega Cooperativa Alella Vinícola 1906-1956*, Alella, 1956, p. 56-57.

Com es veu a la Taula 2, les vendes de la cooperativa van créixer ràpidament. En els tres primers balanços es van repartir un total de 171.465 pessetes i el valor net del vi que hi havia aleshores en el celler es calculava en 69 mil pessetes. Tenint en compte que el volum total del vi produït fins aleshores era d'uns vuit mil hectolitres (a les quals s'havien de restar uns vuit-cents hectolitres de mermes), el preu mitjà obtingut

era de 21,92 pessetes per hectolitre, equivalent a 6,27 pessetes per quintar de raïm, un preu que es considerava molt acceptable: «¿Quin pagés d'Alella s'hauria negat l'any 1906 —es preguntava el Secretari general de la cooperativa— a firmar un contracte de venda dels seus rahims, per cinc anys y á aquest preu?»⁶⁵ Però el preu mitjà del vi venut per la cooperativa va seguir augmentant en els següents balanços fins a superar les 40 pessetes per hectolitre (en termes nominals) en els anys 1920 (Taula 2). El Gràfic 3, que fa servir pessetes constants de 1913, mostra que era un preu molt més elevat que el que obtenien com a mitjana els majoritaris cellers cooperatius productors de vi comú i també del que obtenien com a mitjana el conjunt de viticultors catalans, fossin o no socis de cooperatives (amb l'única excepció dels anys 1915 i 1916, com a conseqüència de la disminució generalitzada de la producció a causa d'un atac de mildiu).⁶⁶

Gràfic 3. Preus mitjans del vi venut pel Sindicat Alella Vinícola, per set cellers cooperatius productors de vi comú i al conjunt de Catalunya (en pessetes de 1913)



Font: Elaboració pròpia a partir de: COLOMÉ, GARCÍA, PLANAS i VALLS-JUNYENT (2013) sobre Catalunya; *Cincuentenario de la Fundació de la Bodega Cooperativa Alella Vinícola 1906-1956*. Alella: 1956, p. 56-57, sobre el Sindicat Alella Vinícola; sobre les cooperatives de vi comú, SAUMELL (2002) dona dades sobre les de Banyeres del Penedès, les Cabanyes, Moja i el Vendrell; SAUMELL (2003) sobre Llorenç del Penedès; VALLÈS (2014) sobre Espluga de Francolí; i MARTOS (1995) sobre Ripollet.

65 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1912*, p. 14.

66 Els tests no paramètrics utilitzats per GARRIDO (2022) suggereixen que, si es considera períodes llargs, no hi ha evidències estadístiques que els preus de venda dels cellers cooperatius productors de vi comú i els preus de venda del conjunt de vi comú produït a Catalunya fossin diferents. Evidentment (Gràfic 1), els preus a què el Sindicat Alella Vinícola venia els seus productes sí que eren molt diferents.



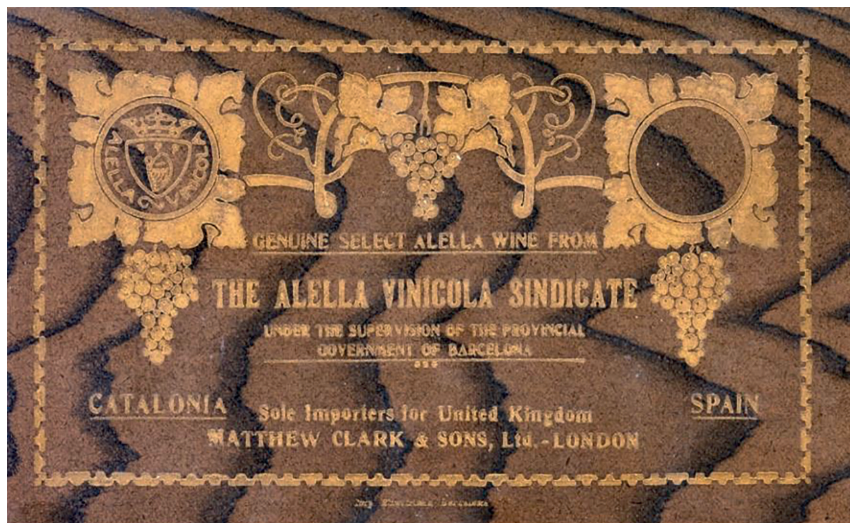
El Sindicat Alella Vinícola durant la preparació d'una comanda a Londres a finals dels anys 1920.
Fotografia: Arxiu Alella Vinícola.

El Sindicat Alella Vinícola no va crear una xarxa de venda directa al detall, perquè el volum de les vendes no li permetia mantenir una organització comercial, ni tan sols per al seu mercat de Barcelona. De la comercialització se n'encarregaven diverses cases comercials que tenien la representació exclusiva dels seus vins a les seves respectives àrees comercials. A través de diversos representants, el Sindicat va començar a exportar al Regne Unit, Llatinoamèrica (Cuba, Puerto Rico, Mèxic, Equador, Colòmbia, Bolívia, Argentina), a l'Àfrica espanyola (Fernando Poo) i fins i tot als Estats Units, mercats en els quals va consolidar una sòlida reputació.⁶⁷ L'any 1919 els seus principals representants eren Mignaquy y C^a (Buenos Aires) a l'Argentina, José Casanovas (Brusel·les) a Bèlgica, Compañía Proveedora Cubana S.A. (la Habana) a Cuba, la Compañía Transatlántica a Fernando Poo, Hesseling Hermanos y C^a (Arnhem) als Països Baixos, Frontera Guardiola y C^a (Londres) a l'Índia anglesa, Matthew Clark & Sons Ltd. (Londres) a Anglaterra, que va ser el seu representant a Londres des del 1913 i durant més de vint anys, i M. Ripoll y C^a Succ. (Mèjico) a Mèxic.⁶⁸ L'any 1933, un cop aixecada la Llei Seca, el Sindicat va registrar la seva marca i la paraula «Marfil» als Estats Units, com ja ho estava a Espanya, i va impulsar l'exportació dels seus vins per mitjà d'un contracte amb la societat Maduro, Güell y Álvarez, als quals

⁶⁷ SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1912*, p. 12-13.

⁶⁸ *Sindicato "Alella Vinicola"*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana, 1919, p. 18.

la cooperativa donava la representació exclusiva als Estats Units, la zona del Canal de Panamà, les illes de Puerto Rico i Hawaii, i el territori d'Alaska durant dotze anys, amb la possibilitat de pròrrogues anuals indefinides, i després hi afegiria també els mercats de Canadà, Mèxic i Cuba.⁶⁹



Etiqueta de la casa comercial Matthew Clark & Sons Ltd. de Londres, que des de l'any 1913 va tenir la representació exclusiva dels vins del Sindicat Alella Vinícola a la Gran Bretanya.

Fotografia: Arxiu Alella Vinícola.

A més d'elaborar i comercialitzar els vins, la cooperativa subministrava als socis adobs, sofre i sulfat de coure per al conreu de la vinya (a preus de cost i amb garantia de qualitat), i també els proporcionava crèdit en forma de bestretes en el repartiment de les liquidacions. En l'exercici 1917-18, el subministrament de fertilitzants i productes anticriptogàmics sumà 3.890 pessetes, i les bestretes 15.625 pessetes. Aquest any, degut a l'encariment de les subsistències, la cooperativa va crear un economat perquè els socis i els operaris poguessin proveir-se de productes de consum domèstic. També va participar en una iniciativa per crear un sindicat comarcal per a la destil·lació de brises, per tal d'aprofitar aquest subproducte de l'elaboració dels vins, que no va reeixir.⁷⁰

A la vigília de la Guerra Civil (durant la qual molts dels seus dirigents foren perseguits i les aportacions de raïm a la cooperativa van caure a menys una sisena part), l'actiu total de la cooperativa, que l'any 1909 importava 397.907 pessetes, superava el milió de pessetes (1.011.781 pessetes), de les quals més de la meitat corresponien al valor del vi existent al celler (8.286 hectolitres) de les collites dels anys anteriors

⁶⁹ Arxiu Alella Vinícola, Llibre d'actes del Sindicat Alella Vinícola núm. 2 (1929-1938): actes de 24 d'octubre de 1933 i 22 de gener de 1934.

⁷⁰ SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1918*, p. 6.

(534.267 pessetes), una tercera part era capital fix (edifici social, utilitatge i la marca cooperativa) i material inventariable (333.050 pessetes); i la resta a les disponibilitats en efectiu, valors, dipòsits bancaris i saldos a favor (144.464 pessetes).⁷¹

5. Una cooperativa precursora de la Denominació d'Origen Alella

Quan l'any 1956 el Sindicat Alella Vinícola va celebrar el cinquantenari de la seva fundació, els seus dirigents manifestaven amb orgull que la cooperativa havia complert l'objectiu que es proposaven:

una marca que caracterice, ampare y garantice nuestros vinos [...]. Tal anhelo, es hoy una realidad. Nuestro nombre social, nuestras marcas registradas, la denominación de nuestros vinos, son uno de los más positivos y valiosos resultados logrados por la labor de medio siglo [...] en nuestra marca se acumula el prestigio, el crédito conseguido y la tradición histórica de cincuenta años de actuación honrada para dar fe y testimonio de una labor eficiente y de una calidad soberbia.⁷²

La cooperativa havia de destinar pocs recursos a publicitar els seus productes: «su prestigio creciente, su calidad reconocida y si igualdad exacta son y han sido siempre su mejor anuncio».⁷³ S'havia convertit per als viticultors de la comarca en

el organismo que les asegura la indispensable valorización de sus vinos y con ello el nombre de Alella, conocido por todo el mundo, vuelve a tener todo su prestigio, toda su gloria y todo su valor, cuando ampara, protege y dignifica los vinos de nuestras cepas alellenses.⁷⁴

Segurament, per aconseguir aquest objectiu no era imprescindible la creació d'una cooperativa. Tal com explicaven els seus dirigents, la revalorització dels vins d'Alella es podria haver aconseguit també amb la creació d'una «entidad industrial que, beneficiando la ventaja de residir en Alella, pusiese en el mercado una cantidad ilimitada de vino de *confeción*, rotulado con aquel nombre».⁷⁵ Aquesta opció hauria deixat als petits viticultors d'Alella com a mers subministradors de la matèria primera, sense beneficiar-se del valor afegit de l'elaboració del vi. D'altra banda, la creació d'una cooperativa acreditava la procedència dels raïms, atès que només podia elaborar la producció dels socis. De manera que, tot i que en el moment de la seva fundació algunes

71 SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Resumen del Balance hasta 31 de julio de 1935 y Reparto de productos concernientes al ejercicio 1934-35 presentados por el Consejo Administrativo del Sindicato*. Alella, 31 de juliol de 1935.

72 *Cincuentenario de la Fundación...*, p. 30.

73 *Ibidem*, p. 32.

74 *Ibidem*, p. 12.

75 *Alella Vinicola (Sindicato Agrícola)*, 1929.

veus desaconsellaven la creació d'una cooperativa,⁷⁶ aquesta va ser finalment l'opció escollida. Tenint en compte que la regió vitícola d'Alella era d'extensió molt reduïda i les vinyes de baixa productivitat (25-30 hl/ha),⁷⁷ la creació de la «marca» implicava que l'orientació productiva vers els vins de qualitat fos adoptada per un bon nombre de viticultors d'Alella i dels municipis veïns (Tiana, Montgat, el Masnou, Teià).⁷⁸

L'èxit d'aquesta iniciativa no va resultar fàcil, perquè la defensa dels vins d'origen va suposar lluitar contra nombrosos interessos creats. El fet d'haver de recórrer al Tribunal Suprem per aconseguir el reconeixement legal de la cooperativa és un exemple d'aquesta lluita, «no tanto [por] la acción limitadísima que el Sindicato hiciera en Alella, como el temor de que su alto ejemplo liberador pudiera cundir y propagarse a otras regiones vitícolas de mucha mayor extensión e importancia».⁷⁹

El Sindicat Alella Vinícola va participar activament en les campanyes que reclamaven que el Govern espanyol regulés el mercat vinícola, que a Catalunya va encapçalar la UVC. Aquesta organització fou creada amb l'objectiu de combatre la falsificació de vins, i des de la seva primera assemblea, celebrada a Barcelona l'any 1912, va defensar la declaració de collites i les guies de circulació. Com hem vist, l'iniciador i secretari del Sindicat (1906-1936), Josep M. Barnadas, va ser també un dels fundadors i administrador general de la UVC, cosa que es destacava des de la cooperativa dient que un dels seus membres havia col·laborat intensament «en la labor de la Unión [de Viticultores de Cataluña] persiguiendo la falsificación y estudiando a fondo la cuestión para llevarla ordenadamente y por partes a la discusión de sus Asambleas anuales».⁸⁰

L'any 1913 Josep M. Barnadas va reclamar la reforma de la Llei d'Alcohols per tal de protegir l'alcohol vínic i diferenciar-lo dels alcohols d'altres procedències.⁸¹ El 1918 el Sindicat Alella Vinícola va presentar un informe en defensa d'aquestes mesures davant del projecte presentat a les Corts pel Ministre de Foment, «en el sentit d'impossibilitar el falsejament d'origen dels vins circulants, car perjudica greument el crèdit i els interessos vinícols d'Alella, principalment els dels productors que no frueixin dels beneficis cooperatius del Sindicat».⁸² El Govern espanyol no va recollir aquelles propostes i cinc anys més tard, en una conjuntura encara més crítica per al

⁷⁶ *Cincuentenario de la Fundación...*, p. 15.

⁷⁷ *Sindicato "Alella Vinícola"*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana, 1919, p. 4.

⁷⁸ Segons argumentava Josep M. Barnadas, «hem de tenir garantit el 80 per 100 de la producció general, per lo menos, perquè els que estan fora [de la cooperativa] s'aprofiten de les esforços nostres y ens priven d'augmentar els preus» (*FACB. XII Congrés...*, p. 92).

⁷⁹ «Declaración de cosecha y «guías de circulación del vino». *Informe elevado a la Dirección General de Agricultura y Montes por el Sindicato Agrícola Oficial "Alella Vinícola"*, Alella, desembre de 1923, p. 4.

⁸⁰ *Ibidem*.

⁸¹ J.M.B. «El impuesto sobre los alcoholes». *La Liga Agraria*, 18 de desembre de 1913.

⁸² SINDICAT ALELLA VINÍCOLA. *Memòria 1918*, p. 6.

mercat de vins, el Sindicat Alella Vinícola va elevar a la Direcció General d'Agricultura un altre informe defensant les mesures de Registre i Moviment de Vins. Però aquestes mesures de regulació del mercat vinícola van haver d'esperar fins a l'aprovació de l'Estatut del Vi de 1932, i no van arribar a implementar-se efectivament abans de l'esclat de la Guerra Civil.

En l'àmbit local, el Sindicat Alella Vinícola tampoc ho va tenir fàcil. Durant els primers anys, els enfrontaments amb l'Ajuntament d'Alella foren recurrents, com es pot comprovar en la correspondència entre el secretari, Josep M. Barnadas, i el president de la cooperativa, el baró de Ribelles. En una de les cartes, sense datar, s'afirma que «l'alcalde és un enemich declarat del Sindicat» i se li atribueixen les següents actuacions:

Negació absoluta de tot apoyo oficial. Propagació directa i indirectament de tota mena de difamacions, contra l'institució i contra'ls seus individus. Atropellos contra los individuos de la Junta (Tesorero i Secretari) que motivaren lo tenir que aixecar-se queixa al Sr. Governador. Atropello durant les obres; crema de sacs al peu de la bastida, de nit i ab petroleo; violació de domicili per en Mariano, e informe de la comandància de Somaten fals, injuriós i denigrant per a lo Consell. [...] vagues inconcebibles en lo període de verema, en que los mateixos vaguistes feien gala de l'apoyo que'ls tenia ofert les autoritats del poble; excitacions a los parcers per a que se neguessin a portar la verema dels amos al Sindicat i a los carreters per que moguessin bronquina. Venjança contra los empleats municipals que no se prestaran a fer lo que ell volia contra el Sindicat (destitució del Secretari, Auxiliar i Agutzil).⁸³

Aquest alcalde, el constructor d'obres Josep Aymar Puig, va governar el consistori d'Alella des del 1902 fins al 1923, i després també durant la Segona República, en què fou elegit en una candidatura d'ERC. En les seves desavinences amb la cooperativa hi havia sens dubte un rerefons polític, atès que alguns dels principals dirigents del Sindicat Alella Vinícola eren afins al regionalisme conservador.⁸⁴ Un d'ells, el síndic de la cooperativa Joan Bernadas Madurell fou, a més, alcalde d'Alella durant la dictadura del general Primo de Rivera, després que Josep Aymar fos destituït del càrrec. Tanmateix, és molt probable que en aquest enfrontament també hi tingués a veure l'intent per part de la cooperativa de posar fre a la comercialització de vins d'inferior qualitat i de procedències diverses que portaven a terme alguns comerciants locals, cosa que suposava enfrontar-se a uns interessos creats. Precisament, en una ponència al Congrés Agrícola de Tarragona, Josep M. Barnadas explicava que per crear un celler cooperatiu «haureu de lluitar amb els interessos creats y aquestos haurán d'aixecarse contra vosaltres».⁸⁵

83 Citat a MUNTADAS (2001), p. 60-61.

84 Entre els dirigents del Sindicat Alella Vinícola que foren membres de la Lliga Regionalista hi havia el secretari (1906-1939), Josep M. Barnadas, el síndic (1906-1931), Joan Bernadas, i els vocals de la junta directiva Francesc Albó (1906-1919) i Salvador de la Trinitat Rius i Torres (1906-1908), aquests dos últims diputats a Corts.

85 FACB. *XII Congrés...*, p. 96.

Fos quina fos la causa, l'enfrontament va passar a majors. La correspondència entre Josep M. Barnadas i el baró de Ribelles parla de

altercado en el Sindicato con el matón del Alcalde. Citación al juzgado municipal del secretario. Robo de almendras y cortar alambres delante casa Secretario [...] A los individuos del somatén les manifiesta que como tales no son responsables de lo que hagan y que además les ampara él y los que tiene detrás. Por lo tanto desde hoy ya no hay seguridad para las personas y propietarios del Sindicato que las personas de 100 individuos, que son la mayor parte del pueblo y propietarios, amenazando un conflicto grave a la población por no poder aguantar más la injusta indignación de estas si siguen las injustas provocaciones de aquel.⁸⁶

L'any 1908 els dirigents del Sindicat Alella Vinícola van presentar una reclamació contra l'alcalde i dos regidors de l'Ajuntament. La denúncia, presentada per vint-i-set veïns d'Alella encapçalats per un dels màxims dirigents de la cooperativa, Josep Comulada, reclamava la incapacitació dels regidors per diverses irregularitats administratives, en el cas de l'alcalde en la realització d'unes obres públiques. El 13 de maig de 1908 la Comissió Provincial de Barcelona va acceptar la reclamació i dictaminà la destitució dels regidors;⁸⁷ però Josep Aymar va comptar amb el suport popular, perquè en les següents eleccions fou reelegit i continuà en el càrrec fins al 2 d'octubre de 1923, en què de nou fou destituït, ara per les autoritats de la dictadura.⁸⁸

Fou precisament durant el període de la dictadura de Primo de Rivera quan el consistori d'Alella va estar per primera vegada en sintonia amb el Sindicat Alella Vinícola. Segons Josep M. Barnadas, l'Ajuntament d'Alella no va introduir cap mesura per a la protecció de la producció vinícola local

hasta que fue nombrado el actual Ayuntamiento, que íntegramente procede de Unión Patriótica. Los anteriores, sin excepción alguna, exteriorizando verbalmente un gran deseo de remediar tan grave mal, se inhibieron siempre de intentarlo siquiera, so color o pretexto de que la legislación se lo impedía; cuando en realidad, lo que verdaderamente se lo impedía, eran muy visibles y estrechos lazos de camaradería política con los intereses creados en oposición a los de Alella.⁸⁹

En canvi, una de les principals preocupacions del consistori de la Unió Patriòtica va ser la protecció de la producció vinícola local, i a tal efecte va introduir un arbitri

⁸⁶ Citat a MUNTADAS (2001), p. 62.

⁸⁷ *Boletín Oficial de la Provincia de Barcelona*, 28 de maig de 1908. Es dona la circumstància curiosa que entre els regidors interins nomenats pel Governador Civil de Barcelona per ocupar les vacants hi havia el pare de l'alcalde, Josep Aymar Pareras, que ja havia estat regidor del consistori a finals del segle XIX (Arxiu General de la Delegació del Govern espanyol a Catalunya, Fons Antics, lligall 10, 150).

⁸⁸ En un opuscle que l'alcalde va publicar per defensar la seva obra de govern al llarg dels més de vint anys al capdavant del consistori, atribuïa la destitució de l'any 1908 a «la insidia de algunos vecinos» (JOSÉ AYMAR PUIG. *Sucinta exposición de los hechos relacionados con mi gestión como Alcalde de Alella desde el año 1902 hasta el día 2 de Octubre de 1923*. Barcelona: Imp. Amat, 1923, p. 6. Agraïm a Àlex Asensio l'accés a aquest document).

⁸⁹ *La Unión* (Mataró), 17 de desembre de 1927.

de «identificació i moviment de vins» per combatre la competència deslleial amb els vins d'origen Alella. No és cap casualitat que aquest consistori estigués encapçalat per Joan Bernadas Madurell, que amb el càrrec de síndic del Sindicat Alella Vinícola (i en absència del baró de Ribelles degut al seu delicat estat de salut), en els anys 1920 s'havia convertit en el «president efectiu» de la cooperativa.⁹⁰ Es tractava d'una iniciativa d'àmbit local d'acord amb el que, des de feia ja alguns anys, venia defensant la UVC amb l'objectiu de combatre l'adulteració dels vins en el conjunt d'Espanya, però que fins als anys 1930 no tindria cap aplicació.⁹¹ Aquest arbitri, que va estar en vigor entre 1927 i 1930, i que després s'intentà reintroduir l'any 1942, gravava la introducció a Alella de vins foranis i garantia l'origen del vi a través de guies de comercialització. La recaptació obtinguda era destinada a la defensa del prestigi del vi original d'Alella. Segons Josep M. Barnadas, un cop establert l'impost, els seus efectes foren immediats:

No ha ya ingresado más vino forastero en las bodegas de Alella; los cosecheros comerciantes compran actualmente en Alella mismo lo que antes compraban fuera, para cubrir las deficiencias de la cosecha propia, y, como consecuencia inmediata, la cotización del vino de este pueblo no está ya sujeta como antes a la de otras comarcas que le hicieron competencia ruinosa.⁹²

Aquesta iniciativa fou sorprenentment impugnada davant de la delegació d'Hisenda pel president del Sindicat d'Agricultors d'Alella, una entitat creada el 1920, que el 1926 s'adherí a l'IACSI i l'any 1932 entraria a formar part de la Federació de Sindicats Agrícoles del Litoral.⁹³ Segons explicava Josep M. Barnadas, la impugnació havia estat una iniciativa personal del seu president que, quan aquest fet va ser descobert, va ser expulsat immediatament del sindicat, tot i que l'expresident continuà amb la iniciativa per mitjà d'una recollida de signatures.⁹⁴ En qualsevol cas, aquest incident posa de manifest que els objectius de revalorització del vi original d'Alella comptaven amb enemics més o menys declarats en el mateix àmbit local, i que fins a l'establiment de la Denominació Original del Vi d'Alella aquesta lluita va ser protagonitzada pel Sindicat Alella Vinícola.⁹⁵

90 *La Unión* (Mataró), 16 de desembre de 1926. Encara que el baró de Ribelles va continuar com a president del Sindicat Alella Vinícola fins a la seva mort el gener de 1929, en una reunió del Consell d'Administració de 1922 ja es comunicà el «delicado estado de salud en que se halla el Sr. Presidente M. D. Barón de Ribelles, la cual ha de privarle durante largo tiempo de ejercer la efectividad de su misión presidencial»: Arxiu Alella Vinícola, Llibre d'actes del Sindicat Alella Vinícola núm. 1 (1906-1929): acta de 20 de juny de 1922.

91 PLANAS (2017).

92 *La Unión* (Mataró), 17 de desembre de 1927.

93 POMÉS (1991), p. 98. Es dona la circumstància que el Sindicat Alella Vinícola va sol·licitar l'adhesió a la Federació de Sindicats Agrícoles del Litoral al mateix temps que el Sindicat d'Agricultors d'Alella; però no fou admès, segurament per les seves característiques singulars que el diferenciaven de la resta de sindicats agrícoles (*Litoral Agrícola*, 1 de setembre de 1932 i 1 d'octubre de 1932).

94 *La Unión* (Mataró), 17 de desembre de 1927.

95 Aquesta lluita va transcendir també l'àmbit local, tal com posen de manifest les acusacions públiques que es van crear l'any 1911 a la premsa de Barcelona el president de l'Associació de Magatzemistes de Vi de Barcelona i el president del Sindicat Alella Vinícola. Vegeu *La Vanguardia*, 18 d'octubre de 1911 i 27 d'octubre de 1911.

6. Conclusió

El Sindicat Alella Vinícola va ser el primer celler cooperatiu a Espanya que va emprendre, ja des dels seus inicis, la producció de vi de qualitat. El seu objectiu era revaloritzar el vi original d'Alella, el prestigi del qual havia quedat afectat per les imitacions fraudulentes que se n'efectuaven ja abans de la crisi fil·loxèrica, però que la caiguda de la producció a causa de la plaga va accentuar. La persecució de l'adulteració dels vins i de la seva comercialització fraudulenta va ser poc efectiva fins a la creació de les denominacions d'origen, de manera que, durant cinquanta anys (1906-1956) la cooperativa es convertí en el principal instrument de defensa dels vins originals d'Alella.

Algunes circumstàncies van contribuir a fer relativament efectiva aquesta revalorització del vi d'Alella. En primer lloc, hi va contribuir l'especificitat de les condicions físiques d'aquesta regió vitícola i, especialment, la seva reduïda extensió. Encara avui és una de les denominacions d'origen més petites de Catalunya, tot i que en els últims anys s'ha ampliat especialment cap als municipis limítrofs del Vallès Oriental. Aquesta dimensió reduïda i el fet que, a causa de les crisis de malvenda del vi, un bon nombre de viticultors s'adherissin des d'un inici al Sindicat Alella Vinícola, va permetre associar el vi d'Alella amb la producció de la cooperativa, que era l'única empresa que embotellava vi d'Alella, i va revaloritzar-ne el preu encara que alguns viticultores no s'hi adherissin. L'èxit comercial de la cooperativa també va estar afavorit per la localització propera al gran mercat barceloní; però com hem vist el seu mercat no es va reduir en absolut a la ciutat de Barcelona, sinó que va obrir-se també a l'exportació a Europa i Amèrica.

Aquestes circumstàncies que van contribuir a l'èxit del Sindicat Alella Vinícola, juntament amb l'encert dels seus dirigents, també expliquen que el seu exemple no constituís fàcilment un model a imitar. Hem començat aquestes pàgines al·ludint a l'excepcionalitat del Sindicat Alella Vinícola, tant a Espanya com a Europa. Certament a la regió vitícola d'Alella van concórrer algunes circumstàncies que van fer d'aquesta cooperativa un cas singular i força irrepètible.

INTERCOOPERACIÓ? LA RELACIÓ ENTRE LES COOPERATIVES DE CONSUM I DE PRODUCCIÓ VITIVINÍCOLA EN LA COMERCIALIZACIÓ DEL VI A CATALUNYA DURANT EL SEGLE XX¹

Francisco J. Medina-Albaladejo

Universitat de València

Resum: Un dels set principis que estableix la International Co-operative Alliance (ICA) per definir els valors propis del moviment cooperativista és la intercooperació entre cooperatives, que permet l'enfortiment d'aquest fenomen mitjançant el treball conjunt de les entitats. No obstant això, en el cas català, a l'igual que a la resta d'Espanya, sembla que no va existir una relació fluïda entre cooperatives agràries i de consum. Aquest treball té com a objectiu comprovar la validesa d'aquesta hipòtesi mitjançant l'estudi de la relació de les cooperatives de consum i de producció vitivinícola a Catalunya durant el segle xx, analitzant el paper exercit per les primeres en la comercialització del vi i intentant determinar les raons que no hi va haver una cooperació més profunda entre els dos tipus d'entitats. Amb aquest objectiu, es porta a terme una sèrie d'anàlisis de casos, a partir de l'estudi de fonts primàries, d'algunes de les principals cooperatives de consum barcelonines i de dos cellers cooperatius.

¹ Aquest estudi s'ha realitzat en el marc dels projectes de recerca del Ministeri de Ciència i Innovació HAR2016-76814-C2-1-P, PID2019-109336GB-I00, i PID2020-113793GB-I00 (AEI/FEDER, EU), i de la Generalitat Valenciana (PROMETEO/2020/083). Agraïxo les observacions efectuades per Jordi Planas, els dos avaluadors anònims de l'editorial i els participants en el Seminari d'Homenatge a Francesc Valls Junyent (Universitat de Barcelona, 23-24/1/2020), que han contribuït a millorar la versió final del treball.

Paraules clau: cooperatives de consum, cellers cooperatius, intercooperació, Catalunya, segle xx

Resumen: Uno de los siete principios que establece la International Co-operative Alliance (ICA) para definir los valores propios del movimiento cooperativo es la cooperación entre cooperativas, que permite el fortalecimiento de este fenómeno mediante el trabajo conjunto de las entidades. Sin embargo, en el caso catalán, al igual que en el resto de España, parece que no existía una relación fluida entre cooperativas agrarias y de consumo. Este trabajo tiene como objetivo comprobar la validez de dicha hipótesis mediante el estudio de la relación de las cooperativas de consumo y de producción vitivinícola en Catalunya durante el siglo xx, analizando el papel desempeñado por las primeras en la comercialización del vino e intentando determinar las razones de que no hubiera una cooperación más profunda entre ambos tipos de entidades. Para ello se llevan a cabo una serie de análisis de casos, a partir del estudio de fuentes primarias, de algunas de las principales cooperativas de consumo barcelonesas y de dos bodegas cooperativas.

Palabras clave: cooperativas de consumo, bodegas cooperativas, intercooperación, Cataluña, siglo xx

Abstract: One of the seven principles established by the International Co-operative Alliance (ICA) to define the values of the cooperative movement is cooperation between cooperatives, thus strengthening the movement by promoting collaboration amongst its participating members. However, in Catalonia, as in the rest of Spain, it seems that there has never been a fluid relationship between agricultural and consumer cooperatives. The aim of this study is to verify the validity of this hypothesis by studying the relationship between consumer cooperatives and wine cooperatives in Catalonia during the 20th century, analysing the role played by the former in the wine trade and trying to determine the lack of deeper cooperation between the two types of entity. To do so, the study analyses primary sources from some of the main consumer cooperatives in Barcelona and two wine cooperatives.

Keywords: consumer cooperatives, wine cooperatives, inter-cooperation, Catalonia, twentieth century

1. Introducció

El moviment cooperatiu es va originar el 1844 amb la fundació de la *Rochdale Equitable Pioneers Society*, la primera societat de consum de la història fundada a la localitat anglesa de Rochdale (comtat de Manchester), en el context de la Revolució Industrial. A partir d'aquesta primera experiència cooperativa es van establir els set principis que la International Co-operative Alliance (ICA), fundada el 1895, reconeix avui dia com essencials per posar en pràctica els valors del cooperativisme: associació voluntària i oberta; control democràtic dels socis; participació econòmica dels socis; autonomia i independència; educació, formació i informació; sentiment de comunitat; i col·laboració entre cooperatives. En referència a aquest darrer aspecte, la ICA assenyalava que: «Las cooperativas sirven de forma más efectiva a sus miembros y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales».²

No obstant això, l'estudi històric del cooperativisme mostra que no sempre s'han pogut aplicar aquests principis. És el cas de les cooperatives de consum i els cellers cooperatius a Catalunya: tot i que a la província de Tarragona i de Barcelona la presència del cooperativisme vitivinícola va ser important i que el vi era un dels principals aliments que distribuïen les cooperatives de consum barcelonines entre els seus associats, la relació entre ambdós tipus de cooperatives en la comercialització del vi va ser poc fluïda. Aquesta manca d'intercooperació no va ajudar a la conformació d'un moviment associatiu més fort a la zona, ja que els va privar dels beneficis mutus que suposava aquesta col·laboració, com ara els avantatges en la compra de subministraments o en la construcció de canals de distribució propis per a la comercialització dels productes vínics.

Alguns treballs sobre el cooperativisme agrari català han observat les seves relacions amb el cooperativisme de consum. En la seva anàlisi del sindicalisme agrari a la comarca de la Segarra (Lleida), Ramon ja destacava la creació per part d'aquestes entitats de seccions de consum destinades principalment a la compra d'inputs agraris per als seus associats, però també alguns productes bàsics de consum humà com ara faves, patates, arròs, mongetes, sal, farina o pastes per a sopa.³ En el seu estudi sobre el cooperativisme vitivinícola a la comarca d'Igualada, Planas també esmenta la creació

² <<https://www.ica.coop/es/cooperativas/identidad-alianza-cooperativa-internacional>> (consulta de 31 de juliol de 2020).

³ RAMON (1999), p. 175. La participació de les cooperatives agràries en la distribució alimentària va ser un fet força habitual en països escandinaus com Finlàndia o Dinamarca, de forta empremta agrària i implantació cooperativa. A Gran Bretanya també existien cooperatives de consum agràries (MANSFIELD, 2012). Als més de 20 milions de cooperativistes de consum que tenia Europa en els albars de la Segona Guerra Mundial, l'INTERNATIONAL LABOUR OFFICE (1944) calculava que s'hi podien afegir més de 5 milions de socis d'entitats catalogades com agràries que també exercien funcions de caràcter distributiu, de manera que el fenomen tenia una importància remarcable.

en els sindicats agrícoles de seccions pròpies del cooperativisme de consum, i, al mateix temps, descriu els diversos -tot i que infructuosos- intents d'integració entre ambdós tipus de cooperativisme.⁴ La seva diferent naturalesa explica que no s'acabessin realitzant les fusions, especialment per la presència en els sindicats agrícoles de propietaris que no estaven en absolut familiaritzats amb els principis del cooperativisme. En canvi, en el cooperativisme rabassaire, la interrelació entre el cooperativisme agrari i de consum va ser més estreta,⁵ i en els anys trenta la Unió de Rabassaires va arribar a intentar controlar la producció i distribució vinícola des dels cellers cooperatius, en col·laboració amb les cooperatives de consum.⁶

Però l'esclat de la Guerra Civil va aturar aquestes iniciatives, que no sembla que s'haguessin produït en un marc de cooperació generalitzat. En aquest treball es pretén comprovar la validesa d'aquesta hipòtesi mitjançant l'estudi de la relació de les cooperatives de consum i de producció vitivinícola a Catalunya al llarg del segle xx, analitzant el paper exercit per les primeres en la comercialització del vi. El principal objectiu d'aquest exercici és la resposta a la següent pregunta: si els avantatges de la intercooperació podien ser nombrosos per a ambdós tipus d'entitats, per què no van cooperar? Amb aquest objectiu, es durà a terme una sèrie d'anàlisis de casos a partir de l'estudi de fonts primàries d'algunes de les principals cooperatives de consum barcelonines i de dos cellers cooperatius.

El text s'estructura de la següent manera: després de la introducció, un segon apartat assenjala la importància del fenomen cooperatiu a Catalunya, tant de l'agrari com del de consum. En el tercer apartat s'analitza el paper de les cooperatives de consum en la comercialització del vi. En el quart apartat es fa un repàs dels principals models de comercialització que van posar en pràctica els cellers cooperatius catalans al llarg de segle xx. L'últim apartat se centra a determinar les causes de l'escassa cooperació entre els dos tipus de cooperatives, tot i els beneficis mutus que podien haver obtingut amb això.

2. El cooperativisme a Catalunya

A Espanya, el desenvolupament del cooperativisme va ser tardà i reduït en comparació amb altres països d'Europa. Les primeres entitats van ser cooperatives de consum i de producció creades durant la dècada de 1860 a la costa gironina i a Barcelona i a les comarques del seu entorn.⁷ A l'inici de la Primera Guerra Mundial la presència de

4 PLANAS (2013), p. 161-176.

5 POMÉS (2000); SOLER-BECERRO (2017).

6 PLANAS (2020).

7 MEDINA-ALBALADEJO i PUJOL-ANDREU (2014).

les cooperatives urbanes (consum, producció, de pescadors, crèdit, habitatge, distribució elèctrica i farmàcies) estava molt focalitzada en les regions més industrialitzades i urbanitzades. Destacava el cas de Catalunya, que el 1908 absorbia el 41,8% del total d'entitats espanyoles. Set anys més tard aquest percentatge s'havia reduït al 29,3%, amb la incorporació amb força d'altres zones com el País Basc, València o Astúries. Si se centra l'anàlisi únicament en les cooperatives de consum, l'any 1915 hi havia a Catalunya un total de 193 entitats operatives, amb un total de 29.451 socis, destacant especialment pel seu alt nombre les províncies de Barcelona (13.902) i Girona (10.548).⁸ L'impacte social abans de la Primera Guerra Mundial tot just va atènyer l'1% de la població espanyola, encara que aquest percentatge puja fins a gairebé 6% a Catalunya i a la província de Girona gairebé al 15%.⁹ És a dir, malgrat la seva incorporació tardana, el cas català no quedava lluny de països importants en el desenvolupament d'aquest moviment a nivell europeu com: Suïssa (13,8% el 1910); Finlàndia (11,9%); Alemanya (9,5%); Suècia (6,9%) o Itàlia (8,8%), encara que lluny del Regne Unit (22,6%) o Àustria (25,6%).¹⁰ La importància del cooperativisme a Catalunya es va mantenir en les següents dècades. El 33,8% del total de cooperatives no agràries es concentraven a Catalunya el 1933, essent la regió d'Espanya més important en aquest tipus d'entitats al costat del País Basc, tot i que la majoria d'aquestes es concentraven especialment a la província de Barcelona.¹¹

A finals de segle XIX, unes dècades més tard que el cooperativisme de consum, va començar a desenvolupar-se el cooperativisme agrari, que es convertiria en el predominant a Espanya. Com en el cas de les entitats no agràries, va tenir un desenvolupament molt inferior a altres països d'Europa.¹² Els sindicats agrícoles, que a partir de la promulgació de la Llei de 1906 foren la principal fórmula associativa del cooperativisme agrari, van augmentar de 433 (1907) a 1.530, vuit anys després.¹³ L'any 1923 eren més de 5.000 i agrupaven gairebé 400.000 titulars d'explotacions agrícoles,¹⁴ és a dir, al voltant del 12% de la població agrària espanyola.¹⁵ Aquestes xifres es van mantenir fins a la irrupció del conflicte bèl·lic de 1936. La importància de Catalunya en el

8 MUSEO SOCIAL (1915); MARTÍNEZ-RODRÍGUEZ (2010), p. 48-49.

9 L'impacte social s'ha calculat aplicant la següent metodologia: s'ha multiplicat el nombre de socis cooperativistes pel nombre de membres d'una família mitjana de l'època (quatre persones), i amb aquest resultat, es calcula el percentatge respecte la població total del país. El motiu d'utilitzar aquest mètode és que la majoria dels socis cooperativistes eren homes pares de família, per la qual cosa, tota la unitat familiar es beneficiava de l'activitat cooperativa. MEDINA-ALBALADEJO i PUJOL-ANDREU (2014).

10 MEDINA-ALBALADEJO i PUJOL-ANDREU (2014).

11 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1934).

12 FERNÁNDEZ (2014), p. 686.

13 GARRIDO (1996).

14 MUÑIZ (1923).

15 BELTRÁN (2012), p. 512.

cooperativisme agrari espanyol no era aquest cas de magnituds similars a les urbanes, però també hi tenia un pes destacat. Del total de 4.266 cooperatives agràries que tenia Espanya el 1933, Catalunya es col·locava en la segona posició amb 540 entitats, és a dir, un 12,7% del total, només per darrere de Castella i Lleó.¹⁶ Per tant, Catalunya va ser on més d'hora es va desenvolupar el moviment cooperatiu a Espanya, i on va tenir un desenvolupament posterior més intens.

En aquest context d'expansió del sindicalisme agrari van començar a desenvolupar-se els primers cellers cooperatius. L'origen del cooperativisme vinícola català es remunta a finals de segle XIX, estenent-se durant el primer terç de la següent centúria, especialment a la província de Tarragona.¹⁷ L'any 1935, 81 dels 116 cellers cooperatius espanyols es localitzaven a Catalunya, fet que suposava gairebé el 70% del total, encara que en les dècades següents el seu pes es va anar reduint per l'expansió d'aquest fenomen en altres regions com Castella la Manxa, Aragó o el País Valencià.¹⁸ Aquesta difusió va estar recolzada per les institucions de règim franquista, a l'empara de la Llei de Cooperació de 1942 i mitjançant la política de fundacions duta a terme per l'Organització Sindical i l'Institut Nacional de Colonització (INC), que suposava el lliurament de crèdits, subvencions a la instal·lació i bestretes amb baixos tipus d'interès. L'objectiu era la modernització tècnica del sector i la integració social del món rural, alhora que constituïen un instrument eficaç per a la intervenció d'excedents i la regulació de mercat.¹⁹

A finals dels anys 1970 a Espanya hi havia un total de 855 cellers cooperatius, que produïen més de el 60% del vi espanyol. A Catalunya destacava especialment la província de Tarragona, amb 118 cellers cooperatius que suposaven el 84% de la capacitat productiva total de la província. També era important la província de Barcelona, especialment la zona de la DO Penedès, amb un bon nombre de sindicats i cooperatives fundades durant els primers anys de segle XX.²⁰ Però aquí el fort desenvolupament de l'empresa privada va fer que únicament el 28% de la capacitat productiva d'aquesta província estigués protagonitzada per cellers cooperatius. El percentatge s'eleva al 44% a la DO Penedès, que és on es concentraven la major part d'aquestes entitats.²¹

En definitiva, Catalunya va ser la pionera en l'aparició del cooperativisme a Espanya, i on es va desenvolupar aquest fenomen de manera més primerenca i intensa al llarg de la segona meitat de segle XIX i les primeres dècades del XX. Això és així en el

16 MINISTERIO DE AGRICULTURA (1934).

17 PLANAS (2016a); GARRIDO (2021).

18 PLANAS i MEDINA-ALBALADEJO (2017), p. 11.

19 PAN-MONTOJO (2001); FERNÁNDEZ i SIMPSON (2017); MEDINA-ALBALADEJO (2016b); PLANAS i MEDINA-ALBALADEJO (2017).

20 SAUMELL (2002).

21 MEDINA-ALBALADEJO (2015b).

cas de les cooperatives de consum i producció, de caràcter més urbà, tot i que també hi va haver un important cooperativisme de tipus agrari, especialment en el sector vitivinícola a les províncies de Tarragona i Barcelona.²² A més, a Catalunya es va mantenir la importància del cooperativisme en la segona meitat del xx. Per tant, era el lloc on de manera més primerenca i intensa es podia haver desenvolupat la col·laboració entre cooperatives de diferents tipus.

3. Les cooperatives de consum i la comercialització del vi

El procés d'industrialització i d'urbanització experimentat a Europa durant els segles xix i xx va donar lloc a problemes socials que van generar la formació de noves organitzacions orientades a millorar les condicions de vida de la població. Entre elles van aparèixer les cooperatives de consum, associacions l'objectiu de les quals era millorar l'accés dels col·lectius obrers als productes de primera necessitat, especialment aliments, però també altres serveis educatius, assistencials, recreatius i culturals. Aquestes entitats van repartir beneficis entre els seus associats, van crear biblioteques, teatres, escoles i cafeteries, i van oferir ajudes temporals per pal·liar situacions de malaltia, invalidesa, mort, vaga o pèrdua del lloc de treball, desenvolupant el paper que més tard ocuparia l'Estat amb la configuració de les societats del benestar.²³

Tanmateix, la seva principal funció era el subministrament d'aliments per als seus associats. Entre aquests tenia una especial rellevància el cas de el vi. A principis de segle xx aquest producte encara era important en la dieta dels habitants de la Mediterrània, al costat dels altres dos aliments que completaven la històrica tríada d'aquest espai geogràfic: blat i oli d'oliva.²⁴ Les cooperatives de consum principalment distribuïen entre els seus associats aquest tipus d'aliments bàsics, als quals aplicaven generalment marges de benefici menors.²⁵ De fet, el vi era un dels productes que més protagonisme tenia en les existències i les vendes d'aquestes entitats. La Taula 1 mostra el percentatge que suposa el vi sobre el total d'existències i vendes de 22 cooperatives de consum barcelonines i gironines, així com la posició que ocupa aquest producte respecte la resta, entre 1898 i 1958. Entre aquestes entitats n'hi ha algunes de les més importants de Catalunya, com La Flor de Maig, La Vanguardia Obrera, L'Econòmica de Palafrugell o La Equitativa de Palamós. Els resultats són diversos, però en general es pot afirmar que al llarg de tot el període el vi va ser un dels principals productes que aquestes entitats distribuïen entre els seus socis, aconseguint en alguns casos més de la meitat de la valor

²² MEDINA-ALBALADEJO, AÑON, DíEZ-MINGUELA i LANA-BERASAIN (2021).

²³ MEDINA-ALBALADEJO i PUJOL-ANDREU (2021).

²⁴ CUSSÓ (2005); CALATAYUD, MEDINA-ALBALADEJO, NICOLAU i PUJOL-ANDREU (2018), MEDINA-ALBALADEJO i CALATAYUD (2020).

²⁵ MEDINA-ALBALADEJO i J. PUJOL-ANDREU (2014).

total de les seves existències i les seves vendes, especialment en les cooperatives d'una dimensió menor, que començaven la seva activitat distribuint principalment productes bàsics com el pa, vi o oli.

Taula 1. Importància dels vins i licors en el total de les existències i les vendes alimentàries de diferents cooperatives de consum catalanes, 1888-1958 (en valor)

| Existències | | | | | |
|----------------------------------|---------------|---------|-----------------------------|---------------|---------|
| Període | % existències | Posició | Període | % existències | Posició |
| La Rubinenca (Rubí) | | | El Reloj (Barcelona) | | |
| 1898-00 | 9,4 | 3 | 1888-91 | 62,5 | 1 |
| 1911-13 | 11,6 | 4 | 1898-00 | 40,6 | 1 |
| 1917-19 | 4,7 | 5 | 1911-13 | 60,6 | 1 |
| 1930-36 | 2,7 | 5 | 1917-19 | 61,3 | 1 |
| Mitjana | 7,1 | | Mitjana | 56,3 | |
| La Vanguardia Obrera (Barcelona) | | | Unió de Cooperadors (Súria) | | |
| 1926 | 41,1 | 1 | 1917-19 | 2,2 | 6 |
| 1933 | 53 | 1 | 1927-29 | 24,7 | 2 |
| 1949 | 31,8 | 1 | 1934-36 | 8,6 | 4 |
| Mitjana | 42 | | Mitjana | 11,8 | |
| Pau i Justícia (Barcelona) | | | La Flor de Mayo (Barcelona) | | |
| 1917-19 | 62,4 | 1 | 1888-91 | 94,1 | 1 |
| 1927-29 | 50,3 | 1 | | | |
| Mitjana | 56,4 | | | | |
| L'Econòmica (Palafrugell) | | | L'Andreuena (Barcelona) | | |
| 1934-37 | 5,7 | 3 | 1934 | *18,1 | 2 |

| Vendes | | | | | |
|------------------------------|----------|---------|---------------------------------|----------|---------|
| Període | % vendes | Posició | Període | % vendes | Posició |
| La Rubinenca (Rubí) | | | L'Econòmica (Palafrugell) | | |
| 1898 | 33,5 | 1 | 1934-37 | 5 | 3 |
| La Equitativa (Palamós) | | | Federació Comarcal Coop. (Vic) | | |
| 1901-06 | 17 | 2 | 1936 | 13,4 | 2 |
| La Formiga Mart. (Barcelona) | | | Coop. Mutua Pa i Quev. (Malliu) | | |
| 1949 | 14,8 | 3 | 1933 | 9,6 | 6 |
| 1958 | 9,2 | 2 | La Lllaneras (Mataró) | | |
| Mitjana | 8 | | 1902 | **74,5 | 1 |

| Vendes | | | | | |
|---------------------------------|----------|---------|----------------------------------|----------|---------|
| Període | % vendes | Posició | Període | % vendes | Posició |
| Amigos del Masevá (Mataró) | | | La Mataronense (Mataró) | | |
| 1902 | **64 | 1 | 1902 | **74 | 1 |
| La Puertorriqueña (Mataró) | | | La Obrera Tianense (Tiana) | | |
| 1902 | **74,3 | 1 | 1902 | **30,7 | 2 |
| La Unión (Premià de Mar) | | | La Alianza (Premià de Mar) | | |
| 1902 | **38,6 | 2 | 1902 | **82,1 | 1 |
| La Obrera (Premià de Mar) | | | La Económica Masn. (El Masnou) | | |
| 1902 | **71,5 | 1 | 1902 | **63 | 1 |
| La Fraternidad (Premià de Dalt) | | | La Vanguardia Obrera (Barcelona) | | |
| 1902 | | 1 | 1926 | 24,5 | 1 |
| | | | 1933 | ***36,4 | 1 |
| | | | 1949 | 18,8 | 2 |
| | | | Mitjana | 26,6 | |

* Inclou l'oli d'oliva.

** Dades expressades en volum, no en valor.

*** Les dades d'aquest any es refereixen a beneficis, no a vendes.

Fonts: Arxiu Nacional de Catalunya (ANC), ANC1-88, Cooperativa La Rubinenca, 14.2 (1) *Inventaris i balanços*; Arxiu Municipal de Barcelona (AMB), Pau i Justícia, AMDSM3-191, *Inventaris i balanços*; Cooperativa La Formiga Martinenca, C. 82-Vol. 111, C. 84-Vol. 121 *Llibre de mercaderies*, 1949, 1958; Arxiu Municipal de Súria (AMS), Unió de Cooperadors de Súria, *Inventaris i balanços*; Arxiu de la Fundació Roca i Galés (AFRG), ANC2-103, Cooperativa El Reloj, *Llibre per als comptes generals*; Arxiu del Govern Civil de la Província de Barcelona (AGCB), La Flor de Mayo, *Estat de Comptes*; La Vanguardia Obrera, *Estat de Comptes*; *Revista Cooperativa Catalana*, 49, 1903, p. 202; *El Cooperador Cooperatista*, 38, 1917, p.157; JUANOLA BOERA (1990), p. 55-56, 59-60, 64-65; CASANOVAS PRATS (1998), p. 52, (2004), p. 59; CASTAÑO (1979), p. 40.

Per exemple, l'any 1898 La Rubinenca va comercialitzar 76.812 litres de vi entre els seus associats, essent el producte que més ingressos va generar a l'entitat; el 1902 L'Econòmica del Masnou va comercialitzar 65.000 litres, L'Obrera de Tiana 56.300 litres, La Fraternitat de Premià de Dalt 44.520 litres i L'Aliança de la mateixa localitat 42.000 litres; mentre que el 1906 L'Equitativa de Palamós va comercialitzar 352.883 litres, essent el segon producte més venut després del pa.²⁶ Per tant, aquestes entitats distribuïen un volum de vi gens menyspreable entre els seus associats.

No obstant això, són pocs els casos coneguts de col·laboració per al subministrament d'aquest producte entre cooperatives de consum i cellers cooperatius, tot i que

²⁶ Les fonts d'aquestes dades es troben a la Taula 1.

era un dels principals principis cooperatius emanats de l'experiència de Rochdale. A la Taula 2 es pot observar els tipus de vins que va adquirir la cooperativa de consum barcelonina La Formiga Martinenca, el seu valor i l'empresa proveïdora l'any 1958. El principal producte que aquesta entitat distribuïa era vi negre, que suposava gairebé el 60% de les compres, però també vi blanc o conyac. Tots aquests productes van ser subministrats íntegrament per comerciants particulars o societats mercantils, no per cooperatives. Aquesta circumstància no es produïa únicament amb el vi, sinó que era comú en tots els productes adquirits per la cooperativa.

Taula 2. Compres de vins i licors de la cooperativa de consum La Formiga Martinenca (Barcelona), 1958 (en pessetes)

| Producte | Empresa | Compres | % | Rànquing empresa | Compres | % |
|---------------|--------------------|----------------|------------|--------------------------|---------|------|
| Vi negre 11° | Vinos Padró SL | 33.273 | 30,8 | Vinos Padró SL | 70.907 | 65,6 |
| Vi negre 12° | Vinos Padró SL | 27.774 | 25,7 | Manuel Barceló | 26.149 | 24,2 |
| Conyac | Manuel Barceló | 26.149 | 24,2 | Jaime Rovira | 4.380 | 4,1 |
| Diversos | Jaime Rovira | 4.380 | 4,1 | Alcoholes Montplet | 2.638 | 2,4 |
| Vi blanc 12° | Vinos Padró SL | 3.648 | 3,4 | Vermouth Tiziano | 1.608 | 1,5 |
| Vi blanc 11° | Vinos Padró SL | 3.498 | 3,2 | Pablo Casas | 1.356 | 1,3 |
| Vi negre 13° | Vinos Padró SL | 2.714 | 2,5 | Montana Perucchi | 1.093 | 1 |
| Alcohol | Alcoholes Montplet | 2.638 | 2,4 | Rànquing producte | | |
| MoscateLL | Pablo Casas | 1.356 | 1,3 | Vi negre | 63.761 | 59 |
| Vermut | Montana Perucchi | 1.093 | 1 | Conyac | 26.149 | 24,2 |
| Diversos | Vermouth Tiziano | 760 | 0,7 | Vi blanc | 7.146 | 6,6 |
| Vermut | Vermouth Tiziano | 424 | 0,4 | Diversos | 5.140 | 4,8 |
| Vi negre dolç | Vermouth Tiziano | 224 | 0,2 | Alcohol | 2.638 | 2,4 |
| Vi ranci | Vermouth Tiziano | 200 | 0,2 | Vermut | 1.517 | 1,4 |
| | | | | MoscateLL | 1.356 | 1,3 |
| | | | | Vi negre dolç | 224 | 0,2 |
| | | | | Vi ranci | 200 | 0,2 |
| Total | | 108.130 | 100 | | | |

Fonts: Arxiu Municipal de Barcelona (AMB), cooperativa La Formiga Martinenca, C. 84-Vol. 121, *Llibre de registre i control de mercaderies*, 1958.

Destaca especialment Vins Padró SL, un celler familiar fundat l'any 1886 a Bràfim (Tarragona),²⁷ el que porta a pensar que les cooperatives de consum no sempre es proveïen en els mercats locals. També va ser important l'empresa Monplet, un magatzem d'alcohols de caràcter familiar fundat el 1889 a Barcelona, que posteriorment es convertiria en una important distribuïdora d'aquest tipus de productes.²⁸ Montana Perucchi, celler fundat el 1876 a Badalona, era una altra de les empreses proveïdores.²⁹ Però entre aquestes no hi havia cap celler cooperatiu.

La Formiga Martinenca no és l'únic cas en què es pot comprovar la manca de relació entre cooperatives. El balanç de L'Equitativa de Palamós mostra com el 1906 no hi havia ni una sola cooperativa entre els creditors als quals se'ls havia de fer pagaments per tot tipus de subministraments i que apareixen en el passiu de l'entitat.³⁰ Una situació similar s'aprecia a la Unió de Cooperadors de Súrria entre 1917 i 1920,³¹ o a La Rubinenca. Després d'analitzar tots els proveïdors d'aquesta última entitat entre 1931 i 1939 es pot determinar que la presència de cooperatives era pràcticament testimonial, amb 9 societats d'aquest tipus d'un total de 110 proveïdors, i unes compres el valor de les quals se situava entre el 0,5 i el 2% del total. Principalment eren adquisicions a altres cooperatives de consum o a través d'organitzacions cooperatives, i únicament apareixen dos sindicats agrícoles, un dels quals de la mateixa localitat de Rubí. Les entitats eren: la Cooperativa d'Arts Gràfiques (Barcelona), una cooperativa de consum indefinida (Barcelona), la Cooperativa Egara (Terrassa), la Federació de Cooperatives de Catalunya (Barcelona), la Fàbrica de Sabó Coop (Barcelona), la Fàbrica de Pastes per a Sopa Coop (Barcelona), la Unió Cooperatista Barcelonesa (Barcelona), el Sindicat Agrícola de Cervera (Lleida), i el Sindicat Agrícola de Rubí. La majoria dels proveïdors eren comerciants particulars, gairebé un 74%, i unes quantes societats mercantils com ara Artiach SA, Freixenet SA, Nestlé SA, Cafés Marcilla o Industrial Licorera SA. Gairebé el 60% dels seus proveïdors es localitzaven a la ciutat de Barcelona.³²

Tot això no vol dir que no existís cap interrelació entre ambdós tipus de cooperativisme, encara que fos molt puntual com s'ha vist en el cas de La Rubinenca, o que no fos un objectiu a assolir per part del moviment cooperatiu. Com s'ha dit, a Espanya el moviment va tenir poca incidència fins dates força tardanes, però finalment aquesta mena d'iniciatives van aparèixer a Catalunya primer, i més tard a País Basc, València i Madrid. Les activitats de coordinació del moviment cooperatiu es van iniciar a Ca-

27 <http://www.vinspadro.com/?inc=historia&idioma=cat>.

28 <http://www.monplet.es>.

29 <http://www.perucchi.es/es/index.html>.

30 *El Cooperador Cooperatista*, 38, 1907, p. 157.

31 Arxiu Municipal de Súrria (AMS), Unió de Cooperadors de Súrria, *Inventaris i balanços*.

32 Arxiu Nacional de Catalunya (ANC), ANC1-88 Cooperativa La Rubinenca, 14.2 (1) *Inventaris i balanços*.

talunya, amb la fundació de la *Revista Cooperativa Catalana* el 1899, aglutinant 37 cooperatives. Aquesta tasca es va veure reforçada amb la creació de dues noves entitats: la Cambra Regional de Cooperatives de Catalunya i Balears, amb 94 cooperatives associades, i l'Oficina de Relacions Comercials (ORC), depenent de la Cambra Regional i amb 41 cooperatives associades. Aquesta darrera entitat tenia com a finalitat la compra en comú dels productes que comercialitzaven les cooperatives associades, per distribuir després a aquestes entitats els productes adquirits en millors condicions econòmiques.³³ No obstant això, aquesta iniciativa va fracassar especialment per dos motius: perquè moltes cooperatives associades eren de dimensions reduïdes i, en conseqüència, les seves compres eren poc importants, i perquè el sistema de pagaments que utilitzava la ORC, diferit al lliurament del producte, bloquejava fàcilment la seva activitat quan les entitats associades no feien front a les seves obligacions o les retardaven en excés. La Cambra Regional i la ORC van acabar dissolent-se l'any 1918, i només es va mantenir la primera forma de coordinació després de reconvertir la Cambra Regional en la Federació de Cooperatives de Catalunya.³⁴

En el marc d'aquestes organitzacions es van realitzar intents de millorar la col·laboració entre les cooperatives de consum i les entitats agràries, al mateix temps que es fomentaven les compres en comú per tal de reduir els costos dels subministraments per a les cooperatives de consum. Per exemple, el 1899 apareixia a la premsa cooperativa catalana la següent crida en el marc de la ponència dedicada a les relacions comercials dins el I Congrés Catalano-Balear de cooperació:

Asimismo la ponencia tiene el gusto de proponer al Congreso se acuerde: Que, en igualdad de circunstancias, las Cooperativas de consumo se proveerán de los géneros que fabriquen ó elaboren las de producción; así como se servirán de los capitales que puedan facilitarles las de crédito, siempre que el tipo de interés no exceda del que tengan establecido otras entidades. Estas son las relaciones que opina pueden establecerse por ahora entre las diversas Cooperativas, pues el día que fuera realizable la fundación de una Cooperativa central de compra-venta, entonces podría darse mayor extensión.³⁵

De fet, el 1905 apareixien anuncis publicitaris a la premsa cooperativa oferint a les entitats associades l'opció d'adquirir, a través de la Cambra Regional, vi del Penedès a la Cooperativa de Cervelló (Barcelona) o fesols a la Cambra Agrícola de Valls (Tarragona). No obstant això, en la reunió del Comitè Comarcal de Barcelona diversos integrants van denunciar l'escassa voluntat dels responsables de les comissions de com-

³³ *Revista Cooperativa Catalana*, 3, 1899, p. 45.

³⁴ MEDINA-ALBALADEJO i PUJOL-ANDREU (2014).

³⁵ *Revista Cooperativa Catalana*, 3, 1899, p. 45.

pra de les cooperatives de consum d'utilitzar la Cambra Regional com a mitjancera per subministrar dels productes, amb testimonis com aquest:

[...] el gerente de una de las más importantes Cooperativas Inglesas á venido aquí hacer compras y las de aquí no saben hacer nada más que en vez de entre todas hacer las compras en gran escala á las fuentes de producción, lo que hacemos es ir individualmente á engordar al acaparador ó almacenista.³⁶

L'any següent va aparèixer l'opció d'adquirir patates a les cooperatives productores de la comarca de Berga, o vi al celler cooperatiu de Rubí.³⁷ Però semblen acords puntuals i amb un impacte força limitat, que demostren els intents per crear consciència de la necessitat de cooperar dins del moviment, amb un impacte escàs. Finalment hi va haver acords per a compres en comú en alguns productes,³⁸ i el 1920 es crearà a Barcelona la primera cooperativa de segon grau: la Unió de Cooperatives per a la Fabricació de Pastes per a Sopa. En la dècada següent es crearan altres entitats d'aquest tipus, com ara la Fàbrica de Sabó Productes Coop, la Fàbrica d'Aigües Carbòniques Productes Coop i la Fàbrica de Xocolata Productes Coop, la fusió de les quals donarà lloc a la creació de Productes Coop el 1934.³⁹ S'ha de tenir en compte que en aquestes primeres organitzacions que aglutinaven bona part del cooperativisme de consum, la presència d'associacions agràries era gairebé testimonial, segurament per la seva diferent naturalesa i orientació ideològica, així com per la creació d'organitzacions pròpies, com veurem més endavant. Entre les entitats adherides al I Congrés Catalano-Balear de Cooperatives, celebrat a Barcelona el juny de 1899, amb prou feines apareixien entitats agràries. Només hi consten la Cooperativa Agrícola de Sant Fruitós de Bages (Barcelona), la Junta Comarcal de les Societats Agrícoles Federades de la Província de Lleida i la Societat d'Agricultors de Rodonyà (Tarragona), d'un total de 48 entitats que hi van assistir, i cal tenir en compte que de les quatre ponències temàtiques en què s'organitzava el congrés una estava dedicades a cooperació agrícola.⁴⁰ La situació no va ser molt diferent en el I Congrés Nacional de Cooperatives celebrat a Barcelona el desembre de 1913, on les entitats agràries també van ser escasses. Únicament hi havia els sindicats agrícoles de Pedro Abad (Còrdova), Banyoles (Girona), les Borges Blanques (Lleida), Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona), Avià (Barcelona), Tortosa (Tarragona), Calonge (Girona), Vila-real (Castelló), Alcalà de Xivert (Castelló), Uncastillo (Saragossa), Ciudad Rodrigo (Salamanca), València, Logronyo, Saragossa, Redecilla

36 *El Cooperador Cooperatista*, 8, 1905, p. 6.

37 *El Cooperador Cooperatista*, 31, 1906, p. 104.

38 *El Cooperatista*, 13, 1912, p. 100.

39 MARTÍNEZ-RODRÍGUEZ (2010), p. 58.

40 *Revista Cooperativa Catalana*, 3, 1899, p. 41-42.

(Burgos), Artà (Illes Balears), Olite (Navarra) i Migelturra (Ciudad Real).⁴¹ És a dir, no arribaven a una vintena en un congrés en què hi van assistir 255 entitats, i cal tenir en compte que a Espanya ja existien en aquestes dates al voltant de 1.500 cooperatives agrícoles, de les quals 163 a Catalunya.⁴²

En els anys 1920 va continuar plantejant-se la necessitat que ambdós tipus d'entitats col·laboressin, com ho demostren els debats sobre aquest tema en els congressos de cooperació. Però les diferències entre unes i altres van dificultar-ho. Per exemple, Planas ha mostrar les reticències que les cooperatives de consum tenien envers els sindicats agrícoles degut al caràcter conservador d'aquests, i també els intents infructuosos de la Federació de Cooperatives de Catalunya de crear en algunes comarques cooperatives agrícoles que fossin més afins ideològicament amb l'objectiu d'integrar-les en la seva organització.⁴³

Cal destacar finalment l'intent de promoure la intercooperació entre el cooperativisme vitivinícola i cooperativisme de consum que va promoure la Unió de Rabassaires en els anys trenta. Com s'ha dit més amunt, el cooperativisme agrari d'esquerres era més proper al cooperativisme de consum, i el sindicat Unió de Rabassaire, que en els anys trenta agrupava aquestes cooperatives, va adquirir un major protagonisme dins del moviment cooperatiu i l'any 1935 va arribar a promoure la creació d'una Central Vinícola Cooperativa com a cooperativa de segon grau, que havia de centralitzar la comercialització de part de la producció dels cellers cooperatius associats. Amb aquest objectiu va col·laborar amb la Federació de Cooperatives de Catalunya, on s'aglutinaven la major part de les cooperatives de consum catalanes, per tal que aquestes es proïessin de vi a través de la Central Vinícola Cooperativa. No obstant això, l'escàs interès dels cellers cooperatius per adherir-se al projecte i l'arribada del conflicte bèl·lic el 1936 va frustrar aquest intent d'intercooperació.⁴⁴

4. Model de comercialització dels cellers cooperatius

Els cellers cooperatius catalans es van caracteritzar per subministrar vi a diversos tipus de destinataris. A nivell local els compradors eren directament els socis i consumidors mitjançant l'obertura de magatzems propis en les localitats on s'allotjaven aquestes entitats o en altres municipis propers. No obstant això, aquest canal suposava uns percentatges molt reduïts pel que fa al total de les vendes.⁴⁵ Més substanciosos eren els contractes de distribució amb corredors o minoristes d'altres localitats de la zona

41 *El Cooperatista*, 62, 1913, p. 503-504.

42 GARRIDO (1996), p. 25.

43 PLANAS (2022).

44 PLANAS (2020), p. 223-225.

45 MEDINA-ALBALADEJO i PLANAS (2020).

per a la distribució al detall, així com cellers privats als quals se'ls subministrava vi-base a granel, tot establint-se una relació de dependència entre els cellers cooperatius i aquestes empreses privades, de manera que per molts cellers cooperatius aquest va convertir-se en el seu principal canal de comercialització del vi. A la resta d'Espanya, la comercialització es realitzava mitjançant la signatura de contractes de venda, ja sigui a empreses que posteriorment embotellaven i comercialitzaven els vins, com a distribuïdors que venien el producte en el seu àmbit d'actuació, però la importància d'aquestes vendes era molt menor.

S'ha de tenir en compte que el major obstacle al qual es van haver d'enfrontar aquestes entitats a l'hora de vendre el seu producte va ser el de la saturació de mercat i els baixos preus, problema endèmic del sector a Espanya durant diversos moments de segle xx. Això va fer que en múltiples ocasions els cellers cooperatius catalans van assegurar les seves vendes subministrant vi-base a granel a les empreses productores inscrites en la seva pròpia àrea d'influència, les quals després embotellaven i comercialitzaven amb marca pròpia. A més, les juntes rectores dels cellers cooperatius es veien obligades a vendre el vi en el mateix any que es produïa, per tal d'alliberar espai d'emmagatzematge per al producte que resultés de la següent collita. Això els feia tenir pressa per comercialitzar el vi en un context de mercat saturat, cosa que els feia perdre capacitat de negociació i els obligava a acceptar preus reduïts. L'opció de vendre gairebé tota la collita a les grans societats mercantils donava seguretat als cellers cooperatius, ja que resolien de manera senzilla els problemes anteriorment esmentats en un context d'elevada incertesa.

Una mostra d'això es pot observar a les Taules 3 i 4, on apareix la distribució de dos cellers cooperatius de Tarragona i Barcelona a finals dels anys 1970. La cooperativa de les Cabanyes del Penedès i la de Montblanc tenien entre els seus clients fixos fortes empreses privades de la zona de el Penedès dedicades a l'elaboració de vins i caves embotellats, com ara René Barbier, Santacana Roig, Cellers Montblanc, Parés Baltà, Pere Alsina, vins i caves Marquès de Monistrol o Joan Font Guasch.

**Taula 3. Distribució de les vendes del Celler Cooperatiu de Montblanc
(Tarragona), 1977-1978**

| Empresa | Localitat | Província | Volum | Valor | Preu | % valor |
|-------------------------|---------------------|-------------|------------------|-------------------|-------------|----------------|
| Juan Font Guasch | Vilafranca del P. | Barcelona | 730.250 | 11.298.528 | 15,5 | 33,9 |
| Pedro Alsina | Ca l'Avi (Subirats) | Barcelona | 300.710 | 6.266.666 | 20,8 | 18,8 |
| Marqués de Monistrol SA | Sant Sadurní d'A. | Barcelona | 238.380 | 5.037.124 | 21,1 | 15,1 |
| Hermanos Olivé SL | Sant Quintí de M. | Barcelona | 210.490 | 1.769.447 | 8,4 | 5,3 |
| J.M. Tetas Vendrell | Vilafranca del P. | Barcelona | 117.883 | 1.690.938 | 14,3 | 5,1 |
| Martín Soler Soler | Puigdàlber | Barcelona | 79.150 | 1.395.553 | 17,6 | 4,2 |
| Carlos Sàbat | La Granada | Barcelona | 81.605 | 1.305.252 | 16 | 3,9 |
| Simó y Cía. | Martorell | Barcelona | 80.845 | 1.174.770 | 14,5 | 3,5 |
| Unión Agraria Coop. | Reus | Tarragona | 47.780 | 1.057.111 | 22,1 | 3,2 |
| Vinícola Cornellensa | Cornellà de Ll. | Barcelona | 61.355 | 850.165 | 13,9 | 2,5 |
| Socis | Montblanc | Tarragona | 34.316 | 677.741 | 19,8 | 2 |
| Botiga coop. (detall) | Montblanc | Tarragona | 22.108 | 449.904 | 20,4 | 1,3 |
| Bodegas Bouza H. | Padrón | A Coruña | 23.460 | 369.495 | 15,8 | 1,1 |
| Guardia Civil | Montblanc | Tarragona | 31 | 264 | 8,5 | 0 |
| | C1 | C4 | Volum | Valor | Preu | % valor |
| Total | 33,9 | 73,1 | 2.028.363 | 33.342.956 | 16,4 | 100 |

C1: Percentatge del total de vendes que va destinat al principal comprador de la cooperativa.

C4: Percentatge del total de vendes que va destinat als quatre principals compradors de la cooperativa.

Fonts: Archivo General de la Administración (AGA), (14) 001.004, *Balances de cooperativas*.

Taula 4. Distribució de les vendes del Celler Cooperatiu de les Cabanyes (Barcelona), 1970

| Empresa | Volum | Valor | Preu | % valor |
|------------------------|------------------|------------------|-----------|-------------|
| René Barbier | 322.069 | 1.715.494 | 5,3 | 19,3 |
| J. López Bertrán | 192.611 | 1.241.831 | 6,4 | 13,9 |
| S. Santacana Roig | 186.409 | 1.073.879 | 5,8 | 12,1 |
| Alejandro Olivé | 229.873 | 977.196 | 4,3 | 11,0 |
| Domingo Olivella | 166.082 | 909.884 | 5,5 | 10,2 |
| Bodegas Montblanch | 184.315 | 763.049 | 4,1 | 8,6 |
| Luís Marcé y Cía | 77.704 | 339.645 | 4,4 | 3,8 |
| José Oliver | 53.122 | 262.639 | 4,9 | 2,9 |
| Pedro Galimany | 52.284 | 257.085 | 4,9 | 2,9 |
| José Just Soler | 67.771 | 253.056 | 3,7 | 2,8 |
| Parés Baltá SA | 40.048 | 202.242 | 5,1 | 2,3 |
| R. y A. Castells | 41.169 | 197.688 | 4,8 | 2,2 |
| Juan Solé Montané | 28.240 | 133.840 | 4,7 | 1,5 |
| Salvador Planas | 27.992 | 121.440 | 4,3 | 1,4 |
| Vinos Bové | 26.658 | 117.302 | 4,4 | 1,3 |
| Aragonesa Vinícola | 24.921 | 108.729 | 4,4 | 1,2 |
| Alcoholera catalana | 26.658 | 138.449 | 4,2 | 1,6 |
| Juan Sardá | 17.429 | 85.699 | 4,9 | 1,0 |
| Tienda coop. (detalle) | 956 | 6.209 | 6,5 | 0,1 |
| Total | 1.772.761 | 8.905.356 | 5 | 100 |
| | | | C1 | 19,3 |
| | | | C4 | 56,2 |

C1: Percentatge del total de vendes que va destinat al principal comprador de la cooperativa.

C4: Percentatge del total de vendes que va destinat als quatre principals compradors de la cooperativa.

Fonts: Archivo General de la Administración (AGA), (14) 001.004, *Balances de cooperativas*.

De fet, si mesurem el grau de concentració de les seves vendes mitjançant els indicadors C1 i C4, veiem que en ambdós casos el major comprador (Joan Font Guasch i René Barbier) suposaven entre un 20 i més del 30% del total del valor del vi comercialitzat. Aquest percentatge creix fins al 55-75% en el cas dels quatre principals compradors. Per tant, en aquests casos s'estaria produint una situació d'oligopsoni respecte unes poques societats mercantils circumscrites a l'àrea on operaven aquestes cooperatives. A més, no hi ha presència de cap cooperativa de consum entre els seus clients, i les

vendes al detall als seus associats i altres clients mitjançant canals de distribució propis són pràcticament testimonials.

La literatura sobre el tema també ha destacat aquesta circumstància amb diversos estudis de cas. Destaca especialment el treball de Saumell, que va analitzar el model cooperatiu al Penedès i el seu impacte en la regió a través de l'estudi dels dos grans centres productors cooperatius de la zona, Covides (Cooperativa Vinícola del Penedès) i Cevipe (Centre Vinícola de el Penedès).⁴⁶ La primera es va constituir com la gran cooperativa comarcal de la zona, mentre que la segona és un cas de cooperativa de segon grau. Aquestes societats elaboraven vi íntegrament a granel i acaparaven a bona part de la superfície de vinya de la comarca. Encara que havien de conviure amb un sector empresarial fort i es van veure immerses en un sistema de dependència pel que fa a les grans empreses de la comarca, les quals actuaven en situació d'oligopoli i aplicaven «preus polítics» pel vi comprat, que després destinaven al seu embotellat i envellit per comercialitzar més tard en els mercats nacionals o a l'exterior. Aquesta estratègia consistia en la fixació d'uns preus lleugerament superiors als de mercat per part de les empreses cavistes, assegurant així el subministrament de vi-base. Des dels seus inicis, els cellers cooperatius catalans van trobar-se amb una situació d'oligopoli comercial, amb entitats com Freixenet o Codorniu que concentraven el 90% de les vendes del cava, o Torres, René Barbier i Masia Bach amb el 80% de les vendes de vi tranquil. Algunes dades dels casos estudiats per aquest autor confirmen aquesta circumstància: Covides ha estat històricament una de les principals empreses subministradores de Freixenet, per la qual cosa no va iniciar l'embotellament de vins i caves fins al 1986, mentre que les cooperatives en altres zones d'Espanya ho van fer a la primera meitat de la dècada de 1970. A més, el 2002 Covides únicament va embotellar el 5,3% de la seva producció, tot i ser la vuitena empresa productora de vi de Catalunya.⁴⁷

Cevipe va néixer l'any 1981, englobant una sèrie de cooperatives del Penedès i de les comarques tarragonines de la Conca de Barberà i l'Alt Camp. Això va suposar que agrupés més del 60% de les explotacions agràries de la zona i gairebé el 40% del vi comercialitzat sota la DO Penedès, fet que l'ha convertit en la quarta empresa productora de vi de Catalunya. Malgrat això, Cevipe tenia el mateix problema que afectava les cooperatives que en formaven part, i és que les seves vendes eren a granel pràcticament en la seva totalitat.⁴⁸ Per tant, l'estratègia d'agrupar-se en una cooperativa de segon grau per accedir més adequadament al mercat no va acabar de tenir èxit, ja que el model de comercialització era similar a la de la resta de cooperatives.

46 SAUMELL (2004).

47 SAUMELL (2004).

48 SAUMELL (2004).

5. Intercooperació, associacions i ideologia

Un cop arribats a aquest punt cal que ens preguntem: ¿per què no hi va haver col·laboració entre cooperatives de consum i cooperatives vitivinícoles a Catalunya tot i ser dos fenòmens d'elevada intensitat localitzats en la mateixa àrea geogràfica i tenint en compte dels avantatges mutus que podien obtenir? És difícil respondre a aquesta pregunta per l'escassetat de fonts i d'evidències empíriques sòlides. No obstant això, podem plantejar algunes hipòtesis. És molt destacable que la majoria dels sindicats agrícoles no es van integrar a la Cambra Regional de Cooperatives de Catalunya i Balears, com ja s'ha pogut comprovar.

A Catalunya, tot i l'existència d'un cooperativisme agrari d'esquerres,⁴⁹ la majoria de cambres i sindicats agrícoles va quedar integrats en federacions impulsades pels propietaris benestants com la Federació Agrícola Catalano-Balear (FACB), promoguda directament l'Institut Agrícola Català de Sant Isidre al final del segle XIX. El 1910 aquesta organització ja comptava amb 142 entitats associades, xifra destacable si es té en compte que el 1915 funcionaven a Catalunya 163 sindicats agrícoles.⁵⁰ La FACB es constituí l'any 1899 a partir de l'impuls del congrés vitícola de 1898, que es va celebrar un mes abans del que va organitzar la Cambra Regional de Cooperatives, i la FACB va estar celebrant aquestes reunions fins al 1923. Aquesta estabilitat institucional contrasta amb el cas de la Cambra Regional, que després del seu primer congrés no en va tornar a celebrar un altre fins al 1913.⁵¹ A més, els cellers cooperatius es van integrar majoritàriament a la FACB. Per exemple, el 1916 s'hi va incorporar la Federació Agrícola de la Conca de Barberà, que integrava a 16 cellers cooperatius d'aquesta comarca pionera en l'associacionisme vitivinícola. Totes aquestes entitats estaven dirigides principalment per propietaris agrícoles, eren de caràcter interclassista i ideològicament se situaven entre el reformisme i el conservadorisme, predominant la petita i mitjana burgesia agrària de caràcter regeneracionista, liberal i laic.⁵²

Per tant, des de finals del segle XIX les entitats agràries i de consum es van integrar principalment en les seves respectives organitzacions cooperatives, i van desenvolupar la seva activitat gairebé sense contacte entre unes i altres. Tot això, malgrat els intents per part de la Cambra Regional per englobar el sindicalisme agrari. Com ja s'ha esmentat anteriorment, una de les quatre ponències del primer Congrés Catalano-Balear de Cooperació (1899) estava dedicada a la cooperació agrícola, incidint en la necessitat d'incentivar la creació d'aquest tipus d'associacions en el camp català.⁵³ Es

49 POMÉS (2000); SOLER-BECERRO (2017).

50 PLANAS (2008) i (2016b); GARRIDO (1996), p. 24.

51 PLANAS (2016b); MEDINA-ALBALADEJO i PUJOL-ANDREU (2014).

52 GARRIDO (1996), p. 60-61; SAUMELL (2002); PLANAS (2016b).

53 *Revista Cooperativa Catalana*, 3, 1899, p. 46.

feien crides perquè les cooperatives de consum compressin els seus subministraments alimentaris en les entitats agràries i es van dur a terme puntuals acords de col·laboració a través de la Cambra Regional.⁵⁴ De fet, en el primer número de la *Revista Cooperativa Catalana*, entre els propòsits establerts per la redacció apareixen fragments com el que segueix:

[...] No deteniéndose en la cooperación para el consumo, procurará extenderla al crédito y á la producción, y, atenta al constante mejoramiento de las clases trabajadoras todas, extenderá su acción, no ya sólo sobre los obreros de los grandes centros industriales, si que también sobre los trabajadores agrícolas, que tanto provecho pueden sacar de la cooperación [...].⁵⁵

O la crida «Pera 'ls pagesos. La cooperació en lo camp», on es convidava en català (tot i que el diari es publicava en castellà) als pagesos de Catalunya i Balears perquè cooperessin, independentment de la seva ideologia o militància política:

[...] Á n aqueix objecte, anirém donant á conèixer en la Revista de Cooperativa Catalana las més interessants aplicaci3n qu'ha fet lo poble italiá de la cooperaci3n agrícola, y las donarém á conèixer en la forma més clara y pràctica posible, á fi de que `ls nostres trevalladors del camps, sens que s'hi hagin de trencar `l cap, pugan implantarlas en lo nostre país [...].

[...] En hora bona que cadascú persegueixi `ls ideals que tinga per convenient y que militi en lo partit que `l hi sia més simpàtic; pero, aixó no ha d'èsser obstacle pera que tots plegats vos organiséu, anéu millorant la vostra sort y engrandint la vostra cultura.⁵⁶

En el mateix sentit s'expressa el preàmbul dels estatuts de la Cambra Regional, on es diu:

La Cámara Regional de Sociedades Cooperativas de Cataluña y Baleares viene a proporcionar a las Cooperativas de producción, agrícolas o de otra clase, el medio de que sus productos vayan directamente a los consumidores, facilitando el que entre éstos y aquéllas puedan repartirse los beneficios que, sin la cooperación, irían a parar a los bolsillos de los intermediarios.⁵⁷

Els mateixos estatuts establíen en el seu article 1r (d) que un dels objectius de l'organització era: «Encargarse de la venta de los artículos obtenidos o manufacturados

⁵⁴ *Revista Cooperativa Catalana*, 3, 1899, p. 45; *El Cooperador Cooperatista*, 8, 1905, p. 6; *El Cooperador Cooperatista*, 31, 1906, p. 104.

⁵⁵ *Revista Cooperativa Catalana*, 1, 1899, p. 3.

⁵⁶ *Revista Cooperativa Catalana*, 1, 1899, p. 13.

⁵⁷ CÁMARA REGIONAL DE SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CATALUÑA Y BALEARES (1917), p. 6.

por las Cooperativas de producción, siempre que lo soliciten [...]».⁵⁸ O en l'article 47, sobre l'existència d'una delegació d'unitat del moviment, que entre les seves funcions tenien: «[...] relacionar comercialmente a las Cooperativas Agrícolas con la Cámara Regional, para que ésta pueda constituir el mercado preferente de aquéllas [...]».⁵⁹ Encara que, com s'ha vist en apartats anteriors, aquesta col·laboració va tenir un abast molt limitat.

Aquests propòsits de la Cambra Regional van tenir poc èxit i, en canvi, a partir de 1917, va expandir-se el sindicalisme catòlico-agrari, que va tenir una incidència important en la formació de cooperatives agràries. De fet, a Espanya gran quantitat d'aquestes entitats es van fundar durant la dècada de 1910 incentivades per la conflictivitat social i l'acció de la Confederació Nacional Catòlica Agrària (CNCA), i Catalunya no en va ser una excepció, amb la creació de federacions que formaven part de l'esmentada organització, com ara la de Barcelona fundada el 1917, i el 1926 es va constituir la Unió de Sindicats Agrícoles Catòlics de Catalunya.⁶⁰ L'expansió del sindicalisme catòlico-agrari va ser un dels factors que expliquen que a Catalunya el nombre de sindicats agrícoles passés de 163 el 1915 a 558 el 1922 (de 1.500 a gairebé 5.000 en el conjunt d'Espanya).⁶¹ Aquests sindicats catòlics eren de tall encara més interclassista i integraven l'entramat oligàrquic-caciquil que utilitzava el cooperativisme com a estratègia per controlar a tots els actors socials del medi rural i mantenir les xarxes clientelars existents. Les jerarquies de l'Església catòlica van participar activament en moviment associatiu agrari, per tal d'aconseguir el suport del camperol pobre i evitar la difusió d'ideologies republicanes i socialistes. L'objectiu era aconseguir la pau social al camp.

Això va acabar generant una divisió ideològica en el cooperativisme agrari que va reflectir la conflictivitat de moment, no va ajudar a la cohesió social i tampoc al fet que el moviment tingués èxit en el seu funcionament i consolidació abans de la Guerra Civil. El dualisme cooperatiu i competència entre entitats laiques i catòliques va tenir conseqüències negatives per a la consolidació del cooperativisme agrari, com van destacar Planas i Valls-Junyent a partir de l'exemple de la Cooperativa Agrícola de Pierola, entitat formada per petits camperols i sense cap suport extern, i el Sindicat Catòlic Agrícola, creat uns anys més tard en la mateixa localitat i integrat en la Federació Catòlico-Agrària de Barcelona.⁶² Aquestes entitats agrupaven a poc més de 60 socis, i oferien serveis pràcticament duplicats en un municipi d'aproximadament un miler d'habitants. Això no va facilitar el finançament d'ambdues entitats, i a l'hora

58 CÁMARA REGIONAL DE SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CATALUÑA Y BALEARES (1917), p. 10.

59 CÁMARA REGIONAL DE SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CATALUÑA Y BALEARES (1917), p. 30.

60 PLANAS I VALLS-JUNYENT (2011a), p. 316.

61 GARRIDO (1996), p. 24.

62 PLANAS I VALLS-JUNYENT (2011a).

assolir economies d'escala en la compra d'inputs per a l'activitat agrària.⁶³ Per tant, molts sindicats agrícoles eren, pel que fa a les seves característiques i funcionament, entitats d'escassa solvència, capitalització i experiència cooperativa. De curta durada, es dedicaven únicament a la compra d'inputs per a l'ús dels seus associats i a facilitar-los crèdit, i no a la transformació industrial de la matèria primera ni a la comercialització del producte final, com en el cas dels cellers cooperatius.⁶⁴

Aquesta divisió ideològica i el resultant dualisme cooperatiu que Planas i Valls-Junyent van ressaltar com la principal causa de la debilitat de les cooperatives agràries catalanes abans de la Guerra Civil, tampoc va ajudar a la intercooperació entre els diferents tipus d'entitats. Els sindicats agrícoles van tenir poca relació amb les cooperatives de consum de caràcter urbà i obrer i que, moltes vegades, estaven lligades al socialisme o al republicanisme. Com a mostra d'això darrer es poden esmentar els casos d'algunes importants cooperatives de consum barcelonines. Per exemple, el 70% dels nous ingressats a la cooperativa Pau i Justícia en el període 1900–1934 eren treballadors industrials, miners, agraris o de la construcció. Aquest percentatge va ser del 57% a La Vanguardia Obrera (Barcelona) entre 1894 i 1930, el 75% a la Cooperativa de Súria (Barcelona, 1916–1938) i puja a el 93% en el cas de la societat El Respeto Mutuo.⁶⁵ Això va suposar que no s'aprofitessin els avantatges de la cooperació entre ambdós tipus de cooperatives.

El vi era un dels principals productes que subministraven les cooperatives de consum als seus associats, i els cellers cooperatius tenien una urgent necessitat de comercialitzar el vi el mateix any de la collita a causa de la seva escassa capacitat d'emmagatzematge i la incertesa existent en un mercat saturat. Però aquests van desenvolupar poc els canals de distribució propis i no van aprofitar les infraestructures que les cooperatives de consum podien haver oferir en les principals ciutats catalanes. Tampoc aquestes últimes van aprofitar els avantatges en costos que li podrien haver suposat els acords amb els cellers cooperatius per al subministrament de vi, malgrat les repetides crides a fer-ho publicades a la premsa cooperativa per la Cambra Regional. La fractura ideològica i la manca d'una organització que englobés el moviment cooperatiu de manera integral van constituir una barrera insalvable per a la cooperació entre entitats agràries i de consum.

Una bona mostra d'aquests problemes el trobem en la Unió de Rabassaires, que era favorable al cooperativisme però volia evitar que els petits pagesos s'haguessin de sotmetre al control dels propietaris, tal com succeïa aleshores en la majoria de cellers

63 PLANAS I VALLS-JUNYENT (2011a).

64 GARRIDO (1996); SAUMELL (2002); PLANAS (2003).

65 Arxiu de la Fundació Roca i Galés, La Vanguardia Obrera, *Registre de Socis*; Arxiu Municipal de Súria, Unió de Cooperadors de Súria, *Registre de Socis*; Arxiu Municipal de Barcelona, Cooperativa Pau i Justícia, *Registre de socis*; Arxiu Municipal de l'Hospitalet de Llobregat, Cooperativa El Respeto Mutuo, *Registre de Socis*.

cooperatius, que eren interclassistes i que estaven controlats pels propietaris. El seu creixement als anys 1930, fins a convertir-se en la principal associació agrària de la zona, li va permetre crear una entitat per centralitzar la producció i comercialització de vi i establir acords amb les cooperatives de consum a través de la Federació de Cooperatives de Catalunya. Però el resultat va tornar a ser un fracàs. Els cellers cooperatius existents ja funcionaven amb la seva pròpia dinàmica i no es van incorporar a un projecte dirigit per una organització de classe, el principal objectiu de la qual era la millora de la situació dels petits viticultors, i que tenia com a aliades en aquest projecte unes cooperatives de consum també orientades a la millora de la classe treballadora.⁶⁶

A partir dels anys 1940, ambdós models cooperatius van ser homogeneïtzats, perquè el Franquisme va enquadrar a aquestes entitats per mitjà de la Llei de Cooperació de 1942, després de ser depurades, reestructurades ideològicament i sotmeses al control de les institucions per tal de reforçar el control social. El règim franquista no va suposar un millor funcionament d'aquestes entitats, tot i la seva expansió en nombre gràcies a l'ajuda estatal.⁶⁷ El Franquisme va impulsar aquestes entitats com a instrument de control social⁶⁸ i, en el cas dels cellers cooperatius, de regulació d'un mercat vinícola amb un problema endèmic de sobreproducció.⁶⁹ Això va suposar l'eliminació de la divisió ideològica entre cooperatives, amb un Estat que va poder coordinar tot el moviment cooperatiu a través de l'Obra Sindical de Cooperació, que integrava a totes les entitats a Espanya ja fossin de treball, de producció, agràries, de consum o d'habitatge. No obstant això, la intercooperació tampoc es va produir en aquesta època pel menor dinamisme del cooperativisme de consum, molt afectat per l'acció del règim franquista i per la desídia d'unes institucions que controlaven les cooperatives i que les van utilitzar més com un mitjà de control que no pas com una eina per millorar els nivells de vida dels treballadors.

En contrast amb el que va succeir a Catalunya, són coneguts casos d'intercooperació en altres països d'Europa. Per exemple, hi ha nombrosos exemples de col·laboració entre cellers cooperatius i cooperatives de consum a Itàlia en la segona meitat de segle xx.⁷⁰ En aquest país el moviment cooperatiu va utilitzar les xarxes que van permetre als cellers cooperatius una distribució més eficient del seu producte i un millor accés als canals de comercialització. Això es va veure afavorit per la presència de potents cooperatives de consum associades a les dues grans associacions cooperatives de país, especialment la *Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue*, d'orientació socialis-

66 PLANAS (2020), p. 217, 223-225.

67 GÓMEZ HERRÁEZ (2003).

68 LANERO (2011); CABANA i DÍAZ-GEADA (2014); GÓMEZ HERRÁEZ (2003).

69 MEDINA-ALBALADEJO (2015a) (2016b); PLANAS i MEDINA-ALBALADEJO (2017).

70 *La Cooperazione Italiana*, 31 de desembre de 1951 i 21 de gener de 1953.

ta.⁷¹ Aquests acords van arribar fins i tot a tenir caràcter internacional, com l'aprovat entre la xarxa de cooperatives de consum parisenca Sodcoop i la *Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue* per introduir vi italià a través del seu sistema de distribució, implicant cellers com CIS (Brindisi, Puglia), Civ & Civ, Cantine Riunite, Cantine Sociali di Ronco (Forli, Emília-Romanya), altres tantes.⁷²

Aquestes societats van establir un eficaç sistema de distribució, que va permetre que els cellers cooperatius italians distribuïssin el seu producte pel conjunt del país en unes condicions molt avantatjoses i oferint preus molt competitius en el mercat. Hi havia una gran preocupació per la necessitat de conquerir mercats exteriors mitjançant activitats de promoció i per explorar noves fórmules de venda, com els supermercats, per tal de ser més competitius.⁷³ Precisament la fórmula que algunes cooperatives de consum estaven començant a implantar a Itàlia, especialment Coop.⁷⁴

Aquests acords de col·laboració responien a processos generals d'integració vertical del sector vitivinícola cooperatiu a Itàlia empresos per les associacions cooperatives que actuaven a nivell nacional. L'exemple més paradigmàtic és el de la *Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue*, que va impulsar en els anys 1950 i 1960 la creació de consorcis embotelladors de segon grau que integraven els cellers cooperatius a nivell regional i provincial (Cantine Riunite, Civ & Civ o Cevico, entre d'altres). En les dècades següents va apostar per la integració d'aquets consorcis en estructures de tercer grau a nivell nacional (el Gruppo Coltiva o el Gruppo Italiano Vini) i la creació d'entitats dedicades a altres processos industrials, com la destil·lació (Distercoop), al mateix temps que s'establien acords amb la xarxa de cooperatives de consum per a la distribució del producte, completant així el procés d'integració vertical de el sector vitivinícola cooperatiu.⁷⁵

6. Conclusions

Al llarg de segle xx, el cooperativisme a Catalunya va tenir un desenvolupament intens en les seves diferents modalitats, essent a Espanya la regió pionera i on més importància va assolir el moviment. No obstant això, en aquest treball s'ha pogut comprovar que les cooperatives vitivinícoles i de consum no van tenir una relació fluïda. Tot i estar localitzades a la mateixa zona geogràfica, dels beneficis mutus que haurien pogut

71 BATTILANI (1999); ZAMAGNI, BATTILANI i CASALI (2004); MENZANI i ZAMAGNI (2009), p. 112-115.

72 *La Cooperazione Italiana*, 31 de desembre de 1970.

73 *La Cooperazione Italiana*, 13 d'abril de 1972.

74 El major grup cooperatiu de consum d'Itàlia va néixer el 1967 resultat de la fusió de diversos consorcis interprovincials de la Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue. Era una cooperativa de tercer grau. BATTILANI (1999); FERRUCI (2006), p. 183-185; ZAMAGNI, BATTILANI i CASALI (2004); FORNASARI i ZAMAGNI (1997), p. 169.

75 MEDINA-ALBALADEJO (2016a); MEDINA-ALBALADEJO i MENZANI (2017).

aconseguir amb la intercooperació, i de ser aquest un dels principis essencials del cooperativisme, amb prou feines van relacionar-se. Les cooperatives de consum podien haver obtingut costos més reduïts en el proveïment del vi, que era un dels principals productes que distribuïen entre els seus associats, i els cellers cooperatius podien haver utilitzat una xarxa pròpia de distribució minorista a través de les cooperatives de consum. Res d'això es va aprofitar.

Les cooperatives de consum van tenir un paper significatiu en la comercialització del vi. Aquest producte estava entre els tres primers, juntament amb els cereals, els llegums i l'oli, que distribuïen entre els seus associats. Eren entitats formades principalment per treballadors industrials i artesans, per la qual cosa la seva principal tasca era la distribució de productes bàsics per a l'alimentació, amb l'objectiu de millorar els nivells de vida dels seus socis. No obstant això, no van aprofitar els avantatges que podia haver suposat la col·laboració amb les cooperatives vitivinícoles per proveir-se del vi.

Els cellers cooperatius tampoc van contribuir a la col·laboració entre cooperatives i van desenvolupar un model de vendes del vi a granel a les grans societats mercantils que després embotellaven i comercialitzaven el producte. Això va fer que s'establís una situació d'oligopsoni i de forta dependència respecte els seus principals compradors, a causa de l'elevat pes que tenien les compres dels quatre principals clients sobre el total de les vendes de la cooperativa, fet que deteriorava en forta mesura el seu poder de negociació. Els cellers cooperatius depenien d'aquestes societats mercantils per comercialitzar el seu producte ràpidament, el mateix any de la collita, evitant d'aquesta manera problemes d'emmagatzematge de cara a la següent collita, i els donava seguretat de poder vendre el seu producte en unes condicions acceptables davant de la incertesa en un sector amb un mercat saturat. Els cellers cooperatius no van ser capaços de desenvolupar un model propi de distribució comercial minorista, tot i que hauria estat molt més favorable als seus interessos, ni tampoc van col·laborar amb les cooperatives de consum per construir-lo a partir de la intercooperació.

Aquesta escassa col·laboració entre cooperatives va tenir la seva causa principal en la manca de cohesió social, la divisió ideològica i el dualisme cooperatiu que caracteritzava aquest fenomen. Les diferents característiques del cooperativisme agrari i de consum a Catalunya, i els seus antagonismes ideològics, van constituir una barrera que va evitar qualsevol tipus de col·laboració. El cooperativisme de consum era de caràcter obrer i socialista, mentre que l'agrari era majoritàriament conservador, catòlic i sota el control dels propietaris. Això va fer que no s'integressin en les mateixes organitzacions cooperatives, que podien haver constituït un espai de col·laboració. Mentre que el consum es va estructurar a partir de la Cambra Regional de Cooperatives de Catalunya i Balears, l'agrari ho va fer principalment al voltant de la Federació Agrícola Catalano-Balear i la Unió de Sindicats Agrícoles Catòlics de Catalunya, impulsada per l'Institut

Agrícola Català de Sant Isidre, la primera, i per l'Església catòlica, la segona. Això va accentuar encara més la manca de relació entre ambdós fenòmens, tot i els intents de la Cambra Regional per albergar a més entitats agràries al seu si. Als anys 1930, a Catalunya els sindicats agrícoles es van vertebrar en la Unió de Sindicats Agrícoles de Catalunya (USAC) i després en la Federació de Sindicats Agrícoles de Catalunya (FESAC), però tampoc van establir lligams amb el cooperativisme de consum.

Finalment, el Franquisme va acabar per homogeneïtzar el moviment cooperatiu, tot eliminant aquestes diferències ideològiques i integrant de manera forçosa les diferents cooperatives en el marc del sindicalisme vertical. No obstant, això tampoc va ajudar a la intercooperació, ja que les autoritats tenien més interès en utilitzar les cooperatives com un mitjà de control social de treballadors, agricultors i consumidors, que no pas en el veritable desenvolupament cooperatiu. És el contrari del que va passar a Itàlia, on la presència d'associacions cooperatives fortes i d'implantació nacional va afavorir la integració vertical del sector cooperatiu a nivell regional, i la cooperació entre cooperatives vitivinícoles i de consum va ser molt estesa.

LA INDÚSTRIA VINÍCOLA CATALANA EN EL LLARG CICLE DEL VI COMÚ, 1865-1996. UNA VISIÓ DE CONJUNT¹

Raimon Soler-Becerro

Centre d'Estudis Antoni de Capmany, Universitat de Barcelona

Resum: Aquest treball aborda l'evolució de la indústria vinícola catalana des de mitjan segle XIX fins a l'entrada d'Espanya a la Unió Europea a partir de la localització de les empreses del sector. Usant com a fonts diverses guies comercials i anuaris industrials, l'objectiu és mostrar on es van localitzar els principals nuclis del sector elaborador de vins i aiguardents a Catalunya en aquest llarg període, per assenyalar-ne les continuïtats i els canvis. Se'n destaca la pervivència d'un model basat en el gran comerciant situat en nuclis urbans amb bones infraestructures de transport i, al mateix temps, la irrupció de nous productes com el vermut o el vi escumós. Tot i aquests canvis, la gran transformació de la indústria vinícola no es produiria fins a la dècada de 1980.

Paraules clau: indústria vinícola, comerç de vi, empreses, geografia empresarial, Catalunya

¹ Aquest treball ha rebut el suport del Grup de Recerca *Economic History and Development* (Industry, Business and Sustainability) 2017SGR1466.

Resumen: Este trabajo aborda la evolución de la industria vinícola catalana desde mediados del siglo XIX hasta la entrada de España en la Unión Europea a partir de la localización de las empresas del sector. Usando como fuentes varias guías comerciales y anuarios industriales, el objetivo es mostrar donde se localizaron los principales núcleos del sector elaborador de vinos y aguardientes en Cataluña en este largo periodo, para señalar las continuidades y los cambios. Se destaca la pervivencia de un modelo basado en el gran comerciante situado en núcleos urbanos con buenas infraestructuras de transporte y, al mismo tiempo, la irrupción de nuevos productos como el vermut o el vino espumoso. A pesar de estos cambios, la gran transformación de la industria vinícola no se produciría hasta la década de 1980.

Palabras clave: industria vinícola, comercio de vino, empresas, geografía empresarial, Cataluña

Abstract: This study examines the evolution of the Catalan wine industry from the mid-nineteenth century until the accession of Spain into the European Union and from the point of view of the companies' location. Using various trade guides and industrial yearbooks as sources, the aim is to show where were the main centres in the wine and spirits sector in Catalonia were located during this long period, and to describe their continuities and changes. It highlights the survival of a model based on large traders located in urban areas with good transport infrastructure and, at the same time, the emergence of new products such as vermouth or sparkling wine. Despite these changes, the great transformation of the wine industry would not take place until the 1980s.

Keywords: wine industry, wine trade, firms, business geography, Catalonia

1. Introducció

Que la vitivinicultura ha tingut un paper rellevant, de primer ordre, en la configuració de la Catalunya contemporània està fora de dubte. Si a algú n'hi quedava un, només cal llegir el treball transcendent de Francesc Valls, *La Catalunya atlàntica*.² Si bé, el paper estratègic del sector vitivinícola en el procés de modernització aniria minvant a partir de mitjan segle XIX. Malgrat això, el conreu de la vinya, l'elaboració de vins i el seu comerç van continuar essent un sector rellevant en l'economia catalana com a mínim fins a la Guerra Civil (1936-1939). Poc abans de l'esclat d'aquesta, Manuel Galés afirmava que la producció vinícola era «la columna més puixant, el pern més sòlid i fonamental en la vida econòmica del nostre país.»³ En aquest sentit, disposem d'un bon coneixement del desenvolupament de l'agricultura vitivinícola del segle XIX i primer terç del XX, del comerç d'exportació o puntualment d'alguns sectors com són els de l'aiguardent al segle XVIII o el desenvolupament del sector del xampany o vi escumós des de finals del segle XIX fins a l'actualitat, o bé del cooperativisme vitivinícola.⁴

D'altra banda, disposem d'alguns intents de visió de conjunt de l'evolució del sector. Així, Klaus-Jürgen Nagel ofereix una síntesi global del desenvolupament de la vitivinicultura que abasta no només els aspectes econòmics sinó també els socials i polítics.⁵ Per la seva part, Josep Colomé, Jordi Planas i Francesc Valls en la introducció del llibre *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya* definien tres grans cicles de l'economia vitivinícola: el cicle de l'aiguardent, que s'estendria des de finals del segle XVII i es clouria poc temps després del final de la Guerra del Francès, cap al 1820; cicle que seria seguit pel que s'anomena del vi comú, que a partir de l'esgotament de l'anterior culminaria a finals del segle XIX, sota els efectes de la crisi de la fil·loxera i de les posteriors crisis de malvenda; finalment, defineixen el cicle del vi de qualitat, que sorgeix en bona part com a resposta a la situació crítica però que no es consumaria de fet fins als anys 70 del segle XX.⁶ Finalment, hem d'esmentar el treball de Llorenç Ferrer en el qual insisteix tant en l'existència de viticultures diferenciades a les àrees de Barcelona i Tarragona com en uns models de comercialització diferents: amb la presència de grans empreses a l'àrea de Tarragona i del Penedès front a un model de distribució més a la menuda basat en el paper dels taverners, model més propi de part de les comarques de Barcelona, especialment al Bages; Ferrer també analitza el paper

2 VALLS-JUNYENT (2004a).

3 GALÉS (1936), p. 8.

4 COLOMÉ i VALLS JUNYENT (1994); GIRALT RAVENTÓS (1990), (1993) i (1998a); MEDINA-ALBALADEJO (2015); PLANAS (2015) i (2016a); PUJOL (1984); VALLS-JUNYENT (2003c), (2004a), (2006), (2011) i (2015b).

5 MEES; NAGEL i PUHLE (2019), p. 213-458.

6 COLOMÉ, PLANAS i VALLS-JUNYENT (2015).

de les cooperatives i dels canvis que s'han produït a partir de la segona meitat del segle xx, amb el sorgiment de les marques, l'hegemonia del cava i el reforçament de les denominacions d'origen.⁷

Tot i amb això, no disposem d'una visió de l'evolució de la distribució de la indústria vinícola en el territori. Tal vegada sigui producte de la manca d'atenció que s'hi ha prestat des de l'àmbit de la història industrial i de l'empresa, que n'ha destacat el paper de l'aiguardent o bé la renovació que suposa el sector del vi escumós.⁸ Potser és el resultat de la mateixa manera sobre com s'elaborava i es comercialitzava el vi, fet sobre el qual insistiré en l'apartat següent, que comportava empreses poc capitalitzades i centrades més en el vessant comercial. Tal i com assenyala Juan Pan-Montojo, a partir de la dècada de 1960 es va produir una transformació general i accelerada del sector vinícola a Espanya, tot i que el mapa estava definit en els seus trets característics abans del desenvolupament d'aquella dècada.⁹ A Catalunya, aquesta transformació iniciada a mitjan dels anys seixanta del segle xx, es consolidaria en la dècada següent i es faria evident un cop Espanya va entrar a la Unió Europea, el 1986. D'aquesta forma, en aquest treball s'intentarà respondre a la pregunta sobre on s'ha localitzat la indústria vinícola entre els inicis de l'era del ferrocarril i l'ingrés espanyol a la UE.

El capítol s'organitza de la següent manera: en el següent apartat definiré què entenem aquí per indústria vinícola i en el següent quines fonts s'han utilitzat, continuarà amb un epígraf destinat a definir on es trobava localitzada la indústria des de mitjan segle XIX fins a la crisi de finals del segle XIX; un cinquè apartat analitzarà el desplegament territorial d'aquest sector durant el primer terç del segle XX i durant la immediata postguerra; el sisè, estarà destinat a analitzar com les transformacions de la indústria a partir de mitjan la dècada de 1960 fins a l'entrada d'Espanya al Mercat Comú Europeu van servir per intensificar una geografia empresarial que ja s'havia començat a definir en la dècada anterior a la Guerra Civil; finalment s'acabarà amb un apartat de conclusions.

2. Una indústria vinícola?

Avui en dia ningú no dubtaria a incloure el sector del vi i del cava dins de la indústria. És un sector agroalimentari que apareix amb tota normalitat en els informes sobre la indústria catalana que elabora regularment el Departament d'Empresa i Coneixement. En la Nomenclatura d'Activitats Econòmiques de la Comunitat Europea (NACE) les empreses que fan vinificació industrial, conservació i manipulació de vins no escumo-

⁷ FERRER-ALÓS (2019).

⁸ Com a exemple vegeu NADAL, BENAUL i SUDRIÀ (2012).

⁹ PAN-MONTOJO (2003), p. 330.

sos, elaboren cava i altres vins escumosos i fabriquen altres vins especials —com aperitiu a base de vi, vins medicinals, etc.— s'agrupen en l'epígraf 425 d'indústries del vi i begudes a base de vi. D'aquesta forma, quan actualment visitem un celler podem identificar-lo com una instal·lació industrial que integra des de la recepció de raïm —de vinyes pròpies o de pagesos que en venen el raïm— fins a la comercialització, passant per l'elaboració del vi, la cria i l'embotellament. Les tines d'acer amb fermentació controlada, ben visibles a l'exterior de la majoria de cellers poden contribuir a reforçar aquesta idea. Els fabricants d'aiguardents i licors, per la seva banda, apareixen al NACE sota els epígrafs 4242 i 4243.

Ara bé, això no ha estat sempre així perquè l'elaboració de vi ha estat durant segles molt vinculada als mateixos viticultors, mentre que la seva transformació en un producte més o menys estandarditzat ha quedat en mans de grans majoristes, comerciants o criadors. En aquest sentit, Juan Pan-Montojo ens recorda que, a diferència d'altres sectors de l'agro-transformació, identificar en què ha consistit la industrialització vinícola no és gens senzill a causa de tres motius fonamentals: a) no hi ha hagut una evolució general cap a la separació entre l'agricultura i la indústria; b) no s'hi ha estès un model empresarial i organitzatiu característic del sector vinícola, i c) no hi ha hagut un salt tecnològic radical en la manera de produir el vi.¹⁰ En aquest mateix sentit, tal i com assenyala Josep Pujol, el conreu de la vinya i la primera elaboració del vi a Catalunya estaven força integrats i, quan intervenien els grans empresaris del vi, ho feien per «someter a aquells productos a diversos tratamientos antes de su expedición, clarificándolos o realizando diversas clases de mezclas.»¹¹

Efectivament, eren els viticultors qui feien la primera elaboració del vi. Els grans propietaris disposaven d'equipaments —premses, bocois, tines— que els permetien elaborar la collita. Sovint els mateixos propietaris entraven la collita dels seus parcers. Els inventaris de les finques que es van confiscar l'any 1936 a 36 propietaris de Subirats (taula 1) ens mostren com molts d'ells tenien més d'una premsa, algunes d'elles mecanitzades o contínues i fins i tot hidràuliques. Dues terceres parts, però, eren de cargol. D'altra banda, pel que fa a l'emmagatzematge del vi la majoria disposaven de botes de vi però també destaquen les cups, els *foudres* i les tines, algunes de les quals de ciment. En la gran majoria dels casos no ens indica la capacitat. En aquells casos en què disposem d'alguna informació al respecte, apunten a una dimensió relativament gran. Així, Pilar de Ballester i Despujol, propietària d'unes 123 hectàrees a Subirats, la majoria de vinya, disposava de 101 botes de 8 cargues que sumaven en total 983 hectolitres, a més d'un cup de 50 cargues —61 hl— i un altre de 90 cargues —109 hl—. Francesc Olivella Valls, de Can Bas, propietari de 143 hectàrees, tenia una capacitat

¹⁰ PAN-MONTOJO (2003), p. 313-314.

¹¹ PUJOL ANDREU (2003), p. 255.

total de 5.977 hl distribuïts de la següent manera: 104 botes de 9 cargues, 11 botetes de 4, 2 foudres de fusta de 30 cargues, 6 foudres de 125, 2 més de 170, 1 de 225 i, finalment, 8 tines de ciment de 320 cargues cada una. En el cas dels viticultors més petits, especialment en el cas dels parcers i rabassaires, la possibilitat d'elaborar el vi a casa era més limitada. De tal manera, que sovint aquests portaven la collita a la casa dels propietaris per elaborar el vi, com en el cas d'alguns rabassaires que denunciaren Maria Prats, propietària de Can Mata de Garriga, als Hostalets de Pierola, per no haver-los deixat entrar el raïm a temps per trepitjar-lo i elaborar el vi, com tenien per costum.¹² El sorgiment i l'expansió del cooperativisme vinícola facilitaria, allà on s'instaurés un celler cooperatiu, les tasques d'elaboració per aquests petits propietaris i parcers. En alguns casos, si el propietari de les terres participava en el celler cooperatiu podia demanar als seus parcers que hi portessin el raïm i fer les parts un cop elaborat el vi: aquest era el cas de Ramon Cuscó Vallès, de la Granada, que estipularia en diversos contractes de parceria que s'havia de portar la collita al Sindicat Agrícola d'aquesta població del Penedès.¹³

Ara bé, un cop elaborat el vi, no eren els viticultors qui el comercialitzaven directament al consumidor sinó que mitjançant corredors o per venda directa, anava a parar a majoristes, comerciants o criadors de vi que eren qui en realitzaven les darreres operacions per preparar el vi adaptat als gustos del consumidor final. Un bon exemple ens l'ofereixen Josep Colomé i Llorenç Ferrer, que ens mostren com treballava August de Müller a mitjan segle XIX: en les ordres de facturar d'aquest comerciant tarragoní primer es descrivia el destí —Londres, Bordeus, Nova York, Montreal—, després s'especificava com s'havien de pintar i marcar les botes i, finalment, es detallava com s'havien de fer les barreges, amb una sofisticació i complexitat notables.¹⁴ En el cas que el vi anés a destil·lació, aquesta es podia fer també directament per part dels pagesos o bé en les grans destil·leries dels centres urbans. En tot cas, podem dir que en la cadena de productes bàsics hi havia diferents agents que realitzaven tasques específiques.¹⁵

12 SOLER-BECERRO (2019), p. 138.

13 SOLER-BECERRO (2019), p. 137.

14 COLOMÉ-FERRER i FERRER-ALÒS (2020), p. 37-40.

15 SIMPSON (2011), p. XXIII.

Taula 1. Equipament de propietaris amb finques confiscades a Subirats, 1936

| Tipus d'equipament | Nombre de propietaris | Quantitat |
|-----------------------------|-----------------------|-----------|
| Emmagatzematge | | |
| Bocoi | 7 | 46 |
| Bota | 35 | 1.655 |
| Boteta | 4 | 38 |
| Cup | 2 | 2 |
| Foudre de fusta | 4 | 11 |
| Tina | 6 | 37 |
| Tina de ciment | 5 | 22 |
| Tina de fusta | 4 | 26 |
| Premsat | | |
| Prensa | 1 | 1 |
| Prensa a motor | 1 | 1 |
| Prensa americana | 1 | 2 |
| Prensa contínua | 5 | 5 |
| Prensa contínua amb motor | 4 | 4 |
| Prensa de cargol | 25 | 56 |
| Prensa hidràulica | 3 | 3 |
| Prensa xixarra | 8 | 15 |
| Altra maquinària | | |
| Màquina de taponar ampolles | 1 | 1 |
| Nombre de propietaris | 36 | |

Fonts: Arxiu Municipal de Subirats (AMS), *Actes i inventaris de finques incautades*, Unitat d'Instal·lació 281.

Això no implica que els propietaris de grans cellers de criança, elaboració i exportació no poguessin ser, al seu torn, propietaris de vinyes. Així, Pere Grau Maristany, un dels grans comerciants de vi de Barcelona, també era un dels grans propietaris del municipi de Subirats, amb una masia i 109 hectàrees de terra al terme de Lavern i també disposava de vinyes a la zona d'Alella.¹⁶ Miguel Torres Vendrell, un dels fundadors de Torres i Cia., de Vilafranca posseïa unes 20 hectàrees de terra; la major part de les quals eren les que formaven l'heretat Cal Torres de la Fontallada, a Sant Pere Molanta —al municipi d'Olèrdola—, que van anar a parar a l'hereu Antoni Torres Casals; mentre, Juan Torres Casals, qui va ser el continuador de l'empresa i impulsor de la

¹⁶ AMS, *Refundició de l'amillarament i els seus apèndixs*, 1924, 2 vols., unitat d'instal·lació 356 i 359. Vegeu també el capítol sobre Alella Vinícola de Jordi Planas i Samuel Garrido en aquest mateix llibre.

destil·lació de brandis a penes si rebia un jornal de terra.¹⁷ Magí Pladellorens, un altre dels grans comerciants de vi de Sant Martí de Provençals, era el fill segon d'un antic rabassaire que s'havia iniciat en el negoci dels vins. Magí se'n va anar a l'actual barri de Barcelona i gràcies a la fortuna acumulada va acabar comprant al seu nebot el Mas Taió, la casa pairal dels Pladellorens; l'esposa de Magí Pladellorens, a més, tenia una heretat d'unes 30 hectàrees a Canyelles. Alguns d'aquests comerciants intentaven controlar la producció de raïm d'algunes zones, com ho va fer August de Müller, tal i com ens mostren Josep Colomé i Llorenç Ferrer en aquest mateix llibre. Però bàsicament, Maristany, Pladellorens, Torres o Müller i la major part dels industrials del vi treballaven amb caldos de tercers, elaborats inicialment a les cases de pagès; o si utilitzaven el seu vi, la seva primera elaboració estava desvinculada del celler on es criaven i s'elaboraven els vins que arribaven al consumidor final. Si que hi va haver algunes iniciatives de cellers que van integrar tot el procés, de manera similar a com ho fan actualment la major part d'empreses del sector. La més coneguda d'aquestes iniciatives és la que dugué a terme Manuel Raventós de Can Codorniu.¹⁸ Però n'hi va haver d'altres, com les del germans Pere i Ramon Bach Escofet, que amb els diners acumulats a la indústria van comprar la finca Can Estrada de Sant Esteve Sesrovires i hi van edificar un celler mansió, amb una cava de 95 metres de longitud per elaborar-hi vins de qualitat envel·lits.¹⁹ O bé, podríem citar el cas d'Alella Vinícola que és doblement excepcional per la seva orientació cap al vi de qualitat embotellat i per tractar-se de l'única cooperativa que va seguir aquesta estratègia abans de la Guerra Civil, que trobarem en el capítol de Jordi Planas i Samuel Garrido en aquest mateix llibre.

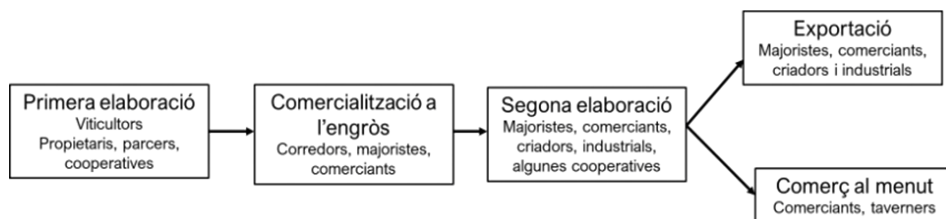
En definitiva, si ens fixem en la Figura 1, podríem esquematitzar el procés que seguia el vi a Catalunya durant el segle XIX i bona part del XX de la següent manera: el vi l'elaboraven els viticultors, que podien ser grans, petits o mitjans propietaris, parcers o rabassaires, alguns dels quals estaven agrupats en cooperatives; n'hi havia que transformaven el vi en aiguardent. Aquests viticultors entraven en contacte amb corredors de vins, majoristes o comerciants, els quals venien el vi a l'engròs als criadors i industrials, que, al seu torn, procedien a dur a terme les operacions de transformació abans esmentades o l'elaboració de licors i aiguardents; en aquest nivell també hi podien participar alguns dels majoristes i comerciants que participaven en la fase de comercialització a l'engròs. A finals del segle XIX s'afegirien al que hem anomenat com a segona elaboració els que produïen xampany o vi escumós i els fabricants de vermuts. Finalment, els grans elaboradors vendrien el seu vi o bé a l'exportació o bé a petits comerciants i taverners que operaven en el mercat interior.

17 ACAP, Districte notarial de Vilafranca del Penedès, 1342-1986, notari Josep Parés Castelltort, Vilafranca del Penedès, 19 de maig de 1910, escriptura 275, fols. 739 i ss.

18 PUJOL (1999) i VALLS-JUNYENT (2017).

19 SOLER-BECERRO (2019), p. 103.

Figura 1. Esquema de l'elaboració i comerç de productes vínics a Catalunya, segles XIX i XX



Font: elaboració pròpia.

3. Fonts i metodologia

En aquest capítol, ens centrarem en aquelles empreses que es dedicaven a la segona elaboració del vi que, al meu entendre, són aquelles que podríem equiparar amb els actuals cellers, caves i aquelles fàbriques de licors o vermutos que actualment es classifiquen en les categories industrials. D'aquesta manera, per donar resposta a la pregunta que ens hem plantejat a la introducció i un cop definides les característiques de les empreses sobre les que es volia centrar l'atenció, s'ha buscat algun tipus de font que ens ajudi a trobar algunes respostes i que ens permetés descendir al nivell municipal. D'entrada això descartava l'ús de l'estadística de la Contribució Industrial i de Comerç per diversos motius: només dona dades agregades per províncies, durant bona part del segle XX no hi cotitzaven les societats anònimes i les comanditàries per accions. I anar a consultar-les a nivell municipal hauria suposat una tasca titànica que sobrepassava la capacitat d'un autor individual. Per aquest motiu s'ha anat a buscar algunes guies que serien els equivalents als directoris d'empreses actuals. Inicialment es va pensar en la *Guía General de Catalunya* o en l'*Anuario General de España*, conegudes generalment com els anuaris Bailly-Ballière-Riera. Però les hem descartat, amb dues excepcions, perquè es fa difícil discriminar sobretot els comerciants de vi, dels quals, en la major part dels casos, no podíem distingir si es tractava de comerciants a l'engròs que manipulaven els vins o comerciants a la menuda o simples majoristes que no realitzaven cap operació sobre el vi. Tanmateix, com que el que es vol fer en aquest capítol és presentar una panoràmica des de mitjan segle XIX fins a la segona meitat del XX, hem acudit a dues guies generals per analitzar els anys 1865 i 1896, com a representatius del segle XIX. D'aquesta forma, hem anat recollint informació pels anys 1865, 1896, 1920, 1954 i 1985. Per poder disposar d'informació de la dimensió en termes de treballadors i no només en nombre d'empreses s'ha afegit un mapa de 1964. Finalment, per poder

valorar els efectes de la transformació i de la integració europea s'hi ha inclòs un mapa de 1996.

La primera de les guies que s'ha emprat és El *Indicador de España* que van publicar Viñas y Campí l'any 1865. En aquesta guia hem tingut en compte els fabricants d'aiguardents i licors i els *depósitos de vinos*, descartant aquells epígrafs que definien una activitat estrictament comercial com els magatzemistes o els comissionistes. El segon directori utilitzat pel segle XIX ha estat l'*Anuario Riera* de 1896, del qual hem inclòs tots els fabricants d'aiguardents i licors i els primers elaboradors de xampany o de vermutos que ja queden registrats en aquests anys, a més dels que constaven com *almacenistas, comerciantes* o *exportadores* de vins, on s'hi agrupaven els grans comerciants que responen a les característiques d'aquells que procedien a manipular el vi per adaptar-lo als gustos dels consumidors. Per al segle XX hem optat per usar els anuaris industrials de Catalunya que publicava la Cambra Oficial d'Indústria de Barcelona, fins al 1967, i la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació, després, les quals recullen les activitats industrials amb més precisió que els anuaris Riera. En aquest cas, per l'any 1954 s'ha contrastat amb el «Nomenclátor Vitivinícola de la Región Catalana» que va publicar la revista *Dionysos* —que editava el Museu del Vi de Vilafranca del Penedès— entre el 1954 i el 1955. S'ha completat la base de dades construïda amb el *Catàleg oficial d'industrials i exportadors de Catalunya* de l'any 1996.

Taula 2. Resum de les fonts utilitzades

| Any | Font | Informació |
|------|---|--|
| 1865 | Viñas y Campí (1865) | Nombre d'empreses |
| 1896 | <i>Guía General de Cataluña 1896</i> | Nombre d'empreses |
| 1920 | <i>Anuario Industrial de Cataluña. Año 1920</i> | Nombre d'empreses |
| 1954 | <i>Anuario Industrial de Cataluña. 1954</i> <i>Dionysos en la viticultura, las artes y las letras</i> (diversos anys) | Nombre d'empreses |
| 1964 | Pujol (1970) | Nombre d'empreses i nombre de treballadors |
| 1985 | <i>Anuario Industrial de Cataluña</i> | Nombre d'empreses |
| 1996 | <i>Catàleg Oficial d'Industrials i Exportadors de Catalunya 1996</i> | Nombre d'empreses |

Font: elaboració pròpia.

Aquestes fonts no deixen de presentar alguns problemes, dels quals s'ha de ser conscient. En primer lloc, només ofereixen el nom de l'empresa i, de vegades, l'adreça, però no ens informa de la seva dimensió. D'aquesta forma, els resultats només indi-

quen el nombre d'empreses que hi havia a cada municipi però no podem saber-ne la capacitat instal·lada, la producció, la facturació o el nombre de treballadors que ocupaven. Només hem pogut resoldre parcialment això per l'any 1964 (vegeu el mapa 3). En segon lloc, pot ser que les guies no recullin totes les empreses que elaboraven productes vínics. Això es pot accentuar en els anuaris industrials que, segurament, només inclouen aquelles empreses que s'inscrivien a la tarifa tercera de la Matrícula Industrial i de Comerç. Un altre dels problemes és que no registra amb precisió el cooperativisme vitivinícola i quan es fa, segurament ho és de manera irregular. D'altra banda, ha calgut harmonitzar el nom de les empreses que, de vegades, poden presentar-se amb errors o noms lleugerament diferents en cada un dels subsectors que es recullen. A més, s'ha depurat de la base de dades les empreses de Barcelona que eren simples seus socials i no duïen a terme cap activitat industrial efectiva com és el cas, per exemple, d'empreses com Castell del Remei, Codorniu, Bosch i Cia., o altres. Es tracta d'un fenomen que s'anirà accentuant amb el temps. Cal considerar que, malgrat aquesta feina de depuració, les xifres de Barcelona pateixen un biaix a l'alça. Després de tot el procés de depuració s'ha procedit a elaborar la base de dades que ha permès generar els mapes que s'aniran mostrant tenint en compte les empreses existents en cada municipi, independentment de si elaboraven un o més productes. D'aquesta forma una empresa només pot sortir una vegada en un municipi però pot sortir diverses vegades, si té sucursals que elaborin vins o licors en altres municipis.

4. La indústria vinícola catalana del segle XIX abans de la fil·loxera

L'especialització vitivinícola que es va viure a partir del segle XVIII en diverses comarques catalanes va afavorir la creació d'un sistema de relacions comercials en què els productes vínics van esdevenir un element clau perquè no només van abastir un mercat interior en creixement sinó que van trobar vies de sortida a l'exterior, essent l'aiguardent, primer, i el vi, després, els motors de l'exportació.²⁰ Des del segle XVIII no van ser els viticultors els que van liderar el procés de comercialització del vi sinó que aquest va ser protagonitzat per botiguers i comerciants, la major part dels quals no estaven especialitzats en la venda de vins i aiguardents. En la mesura que creixien les exportacions de productes vínics es van anar creant alguns grans centres comercials com Barcelona, Tarragona o Reus.²¹

Cap a mitjan segle XIX, l'estructuració d'un sector empresarial de la indústria vinícola ja estava consolidat i en aquest hi jugava un paper de primer ordre el port de Barcelona i, més concretament, l'antic poble de Sant Martí de Provençals que Nadal

²⁰ FRADERA (1987); VALLS-JUNYENT (2004a).

²¹ PAN-MONTOJO (2003), p. 318.

i Tafunell van qualificar de «capital vinatera i alcoholera», on s'hi instal·larien grans comerciants de vi com els Maristany o els Pladellorens, abans esmentats.²² S'ha de remarcar que el fet de disposar d'un port va ser el factor essencial perquè es concentressin en alguns nuclis un gran nombre d'exportadors, criadors de vi o fabricants d'aiguardent. D'aquesta forma, també destaquen pel 1865 les ciutats de Tarragona, amb 16 empreses, i Reus, amb 15. Aquest és el mateix patró que segueix Vilanova i la Geltrú, amb 11 empreses, malgrat que el comerç que s'hi desenvolupava es feia a la platja perquè el port no es va construir fins a mitjan segle xx. En general són empreses que encara no s'han especialitzat completament en la manipulació de vins. Així, es diu de Josep Lacoma, de Sant Martí de Provençals, que era «constructor de toneles de todas clases y fabricante de aguardiente de todas graduaciones. Tratante en vinos comunes y generosos, y aceites.»²³ O bé, quan es descriu l'activitat de Francesc Font, de Vilanova i la Geltrú, s'indica que té «fábrica de aguardientes y espíritus de todas clases. Comerciantes, navieros y comisionistas de compra y venta de vinos, aguardientes, harinas y toda clase de cereales.»²⁴ O en el cas d'August de Müller i Cia s'informa que són «comerciantes en toda clase de frutos y efectos del país y extranjeros; exportación de vinos y aguardientes; consignaciones de buques; comisiones de compra y venta», a més d'aclarir que era cònsul de Prússia i vicecònsul d'Holanda.²⁵ Un cas diferent, seria el de Figueres que amb 8 dipòsits de vi i 5 fàbriques d'aiguardent i 4 fàbriques d'aiguardent, superava Vilanova i la Geltrú. Cal recordar aquí, el partit judicial de Figueres era un dels que més superfície de vinya tenia plantada en aquells moments. En aquest cas, hem de suposar que, a banda d'abastir el mercat local, la proximitat amb França contribuï a l'existència d'aquest nombre relativament elevat d'empreses. Al mapa 1 destaca, en aquest any 1865, una elevada concentració d'empreses a les comarques de l'Alt Camp i la Conca de Barberà. Es tracta bàsicament de fabricants d'aiguardents, fet que confirmaria la hipòtesi defensada en aquest mateix llibre per Josep Colomé i Llorenç Ferrer, d'una àmplia extensió per aquestes comarques de la destil·lació d'aiguardents després de les guerres napoleòniques.

Va ser durant el darrer terç del segle XIX que es va donar un nou impuls als cellers particulars: de les 247 empreses que s'han registrat pel 1865, s'ha passat a 605 el 1896, ja en plena crisi de la fil·loxera (annex). Les empreses van reorientar el seu negoci i van tendir a especialitzar-se en productes vínics, encara que n'elaboressin de diversos tipus. Diferents factors podrien explicar aquesta transformació: el gir proteccionista que va suposar l'arancel de 1891, la transformació de l'impost sobre alcohols

²² NADAL i TAFUNELL (1992), p. 83-90.

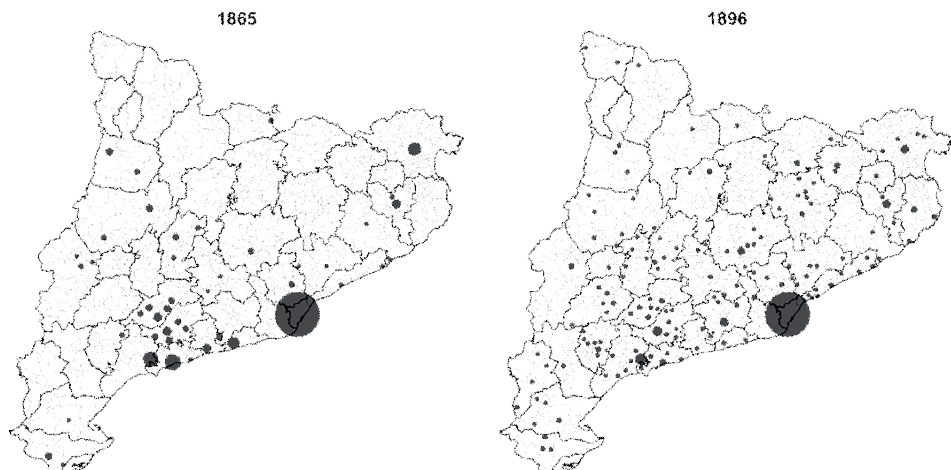
²³ VIÑAS Y CAMPÍ (1865), p. 881.

²⁴ VIÑAS Y CAMPÍ (1865), p. 399.

²⁵ VIÑAS Y CAMPÍ (1865), p. 886.

de 1887-1892 que discriminava els alcohols estrangers i, finalment, la disponibilitat de capital derivada de l'acumulació de l'època daurada de l'exportació de vi comú durant el període en què França es va veure més afectada per la fil·loxera.

Mapa 1. Distribució territorial de la indústria vinícola, 1865 i 1896



Fonts: Elaboració pròpia amb *Viñas y Campí* (1865) y *Anuario Riera. Guía General de Cataluña. Comercio, Industria, Profesiones, Artes y Oficios, Propiedad Urbana, Rústica y Pecuaria, Datos Estadísticos, Geográficos y descriptivos y Sección de Propaganda*. Barcelona: Centro de Propaganda Mercantil, 1896.

En aquest sentit, es manté el lideratge barceloní on hi trobem consolidades les grans empreses que elaboraven i comerciaven vi i altres productes vínics com Pere Grau Maristany o Magí Pladellorens, a més d'una munió d'altres comerciants i licoristes, la majoria encara situats al que encara era el municipi de Sant Martí de Provençals. Darrera Barcelona hi trobem situades ciutats com Reus, Valls i Badalona. Destaca la pèrdua de pes de Tarragona, que passaria de 16 empreses el 1865 a 12 el 1896, superada per nuclis com Figueres, Girona o Manresa. La transformació del sector es pot il·lustrar amb el fet que, per primer cop, hi trobem registrats elaboradors de nous productes com són els escumosos o dels vermuts. Entre els primers, dos reusencs com Ramon Sardà o Domingo Soberano i, evidentment, Manuel Raventós i Domènech de Sant Sadurní d'Anoia. Els elaboradors de vermut els localitzem a Barcelona i són d'origen italià: Dematteis y Percucchi, al barri de Sant Antoni (Eixample) i Flaminio Mezzalama, situat a Sant Martí de Provençals.

Potser un dels canvis més significatius és la pràctica desaparició de Vilanova i la Geltrú, caient d'11 a 4 empreses entre les dues dates. Aquest fet contrasta amb l'aparició de Vilafranca del Penedès com un dels nuclis vinícoles de referència. Aquest procés de substitució es devia produir amb un espai relativament curt de temps. Així, a l'estudi de l'Exposició Vinícola Nacional de 1877 s'afirmava respecte el partit ju-

dicial de Vilafranca del Penedès que «Las fábricas de Villanueva y Geltrú y las de Tarragona, preparan, destinándolos á los vinos de embarque, la casi totalidad de los que se elaboran en este partido»²⁶ Set anys més tard, però, la situació havia canviat i els comerciants vilafranquins ja són esmentats en l'enquesta del Consejo Superior de Agricultura, Industria y Comercio:

Las marcas que en esta provincia tienen más aceptación en los mercados son: en esta capital la de los Sres. Maristany y C^a y la de D. Magín Pla de Llorens para los vinos tintos de mesa y de embarque para la América del Sur; existiendo también algunas bastante acreditadas en las capitales de los partidos como son las de los Sres. Samà y Font de Villanueva y Geltrú; Baldiris, Miralles y Via en Vilafranca del Panadés y otros cuyos dueños se dirigen con preferencia a determinados mercados extranjeros y antillanos. Para los mercados nacionales, no se sabe que salgan vinos de esta provincia.²⁷

A Vilafranca no només hi trobem alguns fabricants d'aiguardents i anisats sinó també el que seran grans empreses vinícoles com les de Joan Baptista Berger, Torres i Cia., Martel y Cia., moltes d'elles formades per comerciants d'origen francès i suís, instal·lats en aquesta població per aprofitar les oportunitats que oferien l'abundància de matèria primera, els seus coneixements sobre els mercats i la bona comunicació amb Barcelona i Tarragona, gràcies al ferrocarril que havia arribat a la capital de l'Alt Penedès el 1865.²⁸

5. Crisis i represes: de l'inici de segle xx a la postguerra

Els darrers anys del segle XIX, doncs, marcarien l'inici d'una trajectòria que portaria la comarca de l'Alt Penedès a ostentar l'hegemonia dins la indústria de productes vínics a partir de la dècada dels 60, quan es comencin a fer evidents els canvis en els costums socials i en el consum de vins, caves o licors. D'aquesta forma, el progrés de Vilafranca del Penedès es veurà ràpidament acompanyat per l'expansió de la indústria de vins escumosos de Sant Sadurn d'Anoia i la seva expansió cap a tot l'Alt Penedès després de la Guerra Civil. El viratge proteccionista de finals de segle XIX o la Primera Guerra Mundial, que va afectar directament la Xampanya francesa, i després un nou reforçament proteccionista afavoriren tant el creixement de Codorniu com l'aparició de nous elaboradors al seu entorn.²⁹ De forma similar, també hi trobem l'expansió dels elabora-

²⁶ *Estudio sobre la Exposición Vinícola Nacional de 1877*. Madrid: Imprenta y Fundición de Manuel Tello. (1877), p. 291.

²⁷ GIRALT RAVENTÓS (1998b), p. 229.

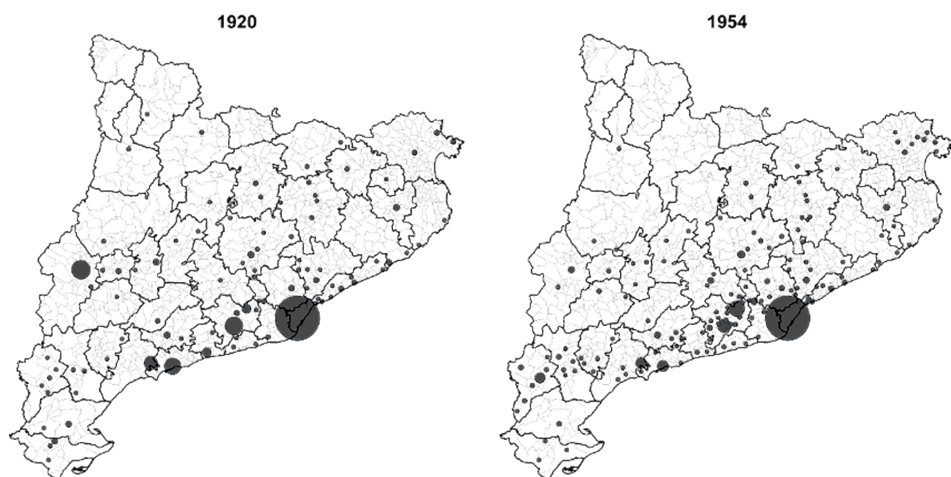
²⁸ Sobre els comerciants francesos establerts a Vilafranca del Penedès vegeu BORRELL (2019), p. 28-31. Sobre la importància dels mercats alemany i suís i la distribució de vi a la menuda en aquests països, vegeu el capítol de Miquel Gutiérrez en aquest mateix llibre.

²⁹ VALLS-JUNYENT (2011). Vegeu també el capítol sobre les exportacions de vins escumosos de Marc Badia, Pablo Delgado i Vicente Pinilla en aquest mateix llibre.

dors de vermut. Dues multinacionals d'aquesta beguda, com Martini & Rossi i Cinzano s'establiren al barri de Sant Martí de Provençals. En l'elaboració d'aquest producte també hi trobem altres italians com Leonardo Barbanzolo o els esmentats Percucchi, establerts a Barcelona. Però ja han sorgit elaboradors de vermut locals: Abril Germans d'Argentona, Mayner, Pla y Sugrañes, V. Crestín y Cia, Esteve y Volart S en C a Barcelona, la Societat Anònima Bages a Manresa, la SA Cisa al Masnou, els reusencs J.M. Casellas i Miró i Tarragó, D.B. Carbonell y Batlle de Sitges o Quinquer i Ventosa S en C en la seva sucursal de Vilafranca.

En el període anterior al conflicte de 1936 a 1939, a més de la consolidació del nucli vilafranquí destaca l'aparició d'un gran nombre d'empreses a la ciutat de Lleida el 1920 —superant lleugerament el nombre d'empreses vilafranquines—, un fet que no sabem exactament a què cal atribuir. En tot cas, durant les dues primeres dècades del segle xx es produeix una reestructuració passant de 605 a 403 empreses. És un fenomen generalitzat en molts punts de Catalunya i evident a la ciutat de Barcelona que passa a tenir 84 empreses el 1920, dada que contrasta amb les 139 de 1896. Ciutats com Reus o Badalona també veuran disminuir el nombre d'empreses dedicades a l'elaboració de vins o de licors.

Mapa 2. Distribució territorial de la indústria vinícola, 1920 i 1954



Fonts: Elaboració pròpia amb CÁMARA OFICIAL DE INDUSTRIA DE BARCELONA. *Anuario Industrial de Cataluña. Año 1920*. Barcelona; CÁMARA OFICIAL DE LA INDUSTRIA DE BARCELONA. *Anuario Industrial de Cataluña. 1954*. Barcelona. *Dionysos en la viticultura, las artes y las letras* (diversos números de 1954 i 1955).

En contrast, alguns nuclis vinícoles hauran aprofitat bé el període de reforçament aranzelari i les oportunitats que es van generar amb la Primera Guerra Mundial. Vilafranca passa de 17 empreses el 1896 a 29; a les abans esmentades Berger i Torres

hi hem d'afegir empreses que dominaran no només el comerç local sinó també una part relativament important de l'exportació catalana de vins: Jean Mory i Cia., Luthi, Zingg i Marcet, Josep M. Jové o Quinquet i Ventosa —precedent d'Aquila Rossa—. Tarragona reapareix en aquest període com a gran nucli vinícola amb empreses de llarga trajectòria com els fabricants d'alcohols i aiguardents, però també comerciant amb vins, Joan Vilà Granada i els seus fills o Requena i Fills, els Müller amb l'Exportadora Tarraconense i algunes empreses que també tenen magatzems a Vilafranca, com la ja esmentada Luthi, Zingg i Marcet. Aquesta empresa i alguna altra, com la Sociedad Vinícola de Tarragona eren, en realitat, sucursals d'empreses situades a Berna o Hamburg, respectivament.³⁰ El 1920 també apareix com un nucli destacat el Vendrell, no només amb un grup important d'aiguardenters sinó amb empreses vinícoles com les sucursals que hi van establir Arnó, Maristany i Cia. o l'Exportadora Agrícola Española SA.

Taula 3. Societats mercantils vinícoles constituïdes a la província de Barcelona, 1886-1935

| Nombre d'empreses | 1886-1900 | 1901-1910 | 1911-1920 | 1921-1935 | Total |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| Barcelona | 111 | 46 | 70 | 36 | 263 |
| Vilafranca del Penedès | 5 | 5 | 16 | 6 | 32 |
| Manresa | 4 | 1 | 2 | 1 | 8 |
| Vilanova i la Geltrú | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| Badalona | 4 | 3 | | | 7 |
| Sant Sadurní d'Anoia | | 1 | | 4 | 5 |
| Sabadell | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| Resta de municipis | 12 | 6 | 13 | 12 | 43 |
| Total | 140 | 65 | 104 | 61 | 370 |

Fonts: Elaboració pròpia amb *Base de Dades Empreses i Empresaris a la Catalunya del segle XIX del Centre d'Estudis Antoni de Capmany* i amb CÁMARA DE COMERCIO Y NAVEGACIÓN (1912-1919). *Memoria comercial del año...* (dels anys 1912 a 1919). BARCELONA; CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO Y NAVEGACIÓN. *Comercio y navegación (años 1921 a 1936)*. Barcelona.

La constitució de societats mercantils, tot i que exclou les empreses individuals, ens pot servir com un bon indicador de les expectatives generades en tot aquest període. En aquest cas ens hem de limitar a la província de Barcelona. Podem observar-hi clarament dos períodes en la constitució d'empreses vinícoles. El primer, estaria marcat encara pel cicle expansiu del comerç de vins anterior a l'arribada de la fil·loxera a Catalunya, amb la creació de 140 societats mercantils, tot i que el nombre d'empreses que es

³⁰ Informació obtinguda de *Base de Dades Empreses i Empresaris a la Catalunya del segle XIX del Centre d'Estudis Antoni de Capmany*.

van anar constituint va decreixer progressivament entre 1886 i 1910. La segona dècada del segle xx, en canvi, va ser un període en què s'evidencien les expectatives generades per la Primera Guerra Mundial. Així, si en la primera dècada només es formen 65 societats mercantils, en la dècada següent el nombre puja fins a 104. L'impacte del conflicte mundial és evident: només en el quinquenni que va de 1916 a 1920 es van crear 60 societats mercantils, justament el període amb més constitucions de tota la sèrie. Les dècades de 1920 i 1930, en canvi, van suposar una moderació clara de les expectatives de manera que el nombre d'empreses cau notòriament, sobretot a partir de la crisi de finals dels anys 20 i en el període de la Segona República. Dos municipis destaquen per sobre de la resta quant a la constitució de societats mercantils: Barcelona i Vilafranca del Penedès. En aquest darrer cas, la meitat de les empreses que s'hi van constituir ho van fer en el període de 1911 a 1920.

El sistema autàrquic instaurat després de la Guerra Civil, tant perjudicial per als sectors que depenien de matèries primeres exteriors, hauria afavorit una ràpida recuperació del sector industrial de productes vínics. Així, el 1954 recollim l'existència de 674 empreses. És en aquest període que es fa patent el que ja s'apuntava poc abans de 1936, com és la consolidació del sector de vins escumosos a l'entorn de la vila de Sant Sadurní d'Anoia. Així, al mapa 2, veiem com, després de Barcelona, aquesta població de l'Alt Penedès ocupa una segona posició amb 43 indústries vinícoles, seguida per Vilafranca del Penedès, on continuarien predominant els grans criadors-exportadors.

Certament, el període que va del 1940 al 1960 és el de la gran expansió de la indústria cavista.³¹ Tot i que el clúster de Sant Sadurní va rebre un impuls fonamental durant la Primera Guerra Mundial, cal assenyalar que entre 1935 i 1950 el nombre d'empreses que elaboraven vins escumosos es va doblar. Amb l'afegit, però, que en l'àmbit del que després seria la Denominació d'Origen Penedès s'hi havien anat creant una constel·lació d'empreses que el 1960 ja representaven el 70% de totes les elaboradores de vi escumós de Catalunya.³²

Darrere els nuclis de Vilafranca i de Sant Sadurní, hi apareixen els ja tradicionals de Tarragona i Reus, amb importants concentracions de criadors-exportadors de vi, però també d'aiguardents i anisats o vermuts —especialment en el cas de Reus—, i a més hi trobem alguns altres nuclis com Gandesa, l'Hospitalet de Llobregat, Martorell, Badalona —que es manté estancada en 11 empreses d'aiguardents i anisats—, Lleida o Valls —on també predominen els anisats—, ciutats que tenen 10 empreses o més.

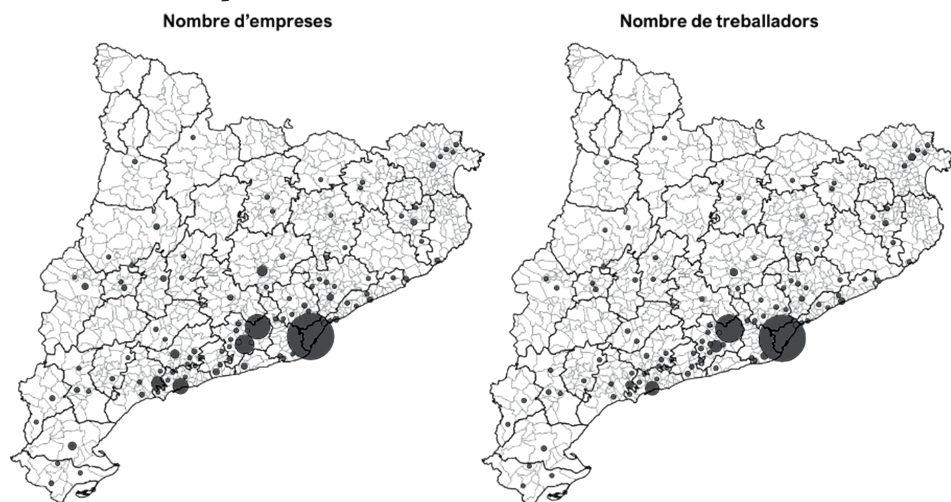
31 LLOBET (1959), p. 468.

32 VALLS-JUNYENT (2011), p. 113-120.

6. La gran transformació de la indústria vinícola

En els mapes de 1954 i de 1964 estem veient la fotografia d'una indústria vinícola que està a punt de patir una transformació fonamental, que a partir del mitjan dels anys 60 del segle xx començarà a virar cap a un nou tipus d'empresa vinícola. En el cas de les empreses elaboradores de vi o d'escumós, es tracta sobretot de la integració cap enrere de l'elaboració de vi, efectuant el premsat del raïm propi o de tercers. En el cas de la indústria licorera es tracta sobretot de la disminució del sector dels anisats esdevenint hegemònic dins dels licors el sector de l'elaboració destil·lats de consum que s'han tornat més populars: ginebra, rom, whisky... , alguns dels quals ja es produïen amb anterioritat però amb el desenvolupament, la modernització i l'arribada massiva de turistes a partir dels anys 60 tindran més demanda.

Mapa 3. La dimensió de la indústria vinícola el 1964



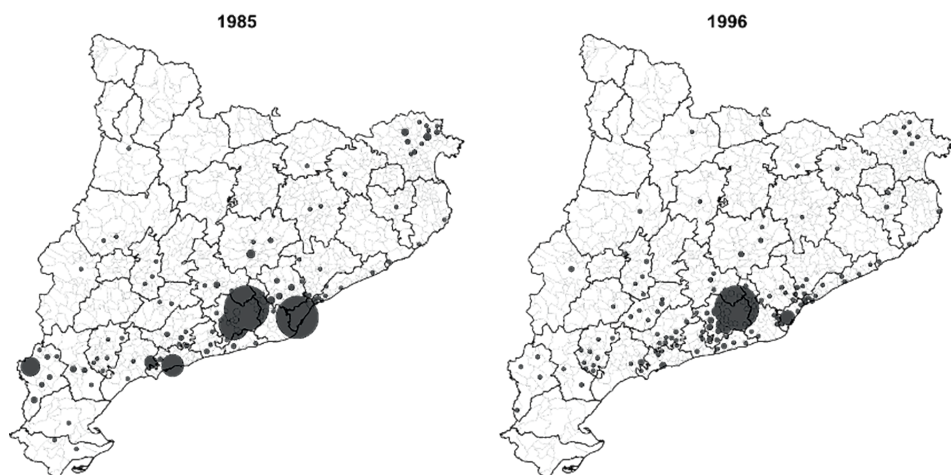
Font: Elaboració pròpia amb PUJOL MARIGOT (1970).

Tot i que la font és diferent dels anuaris industrials, el mapa de 1964 presenta encara un dibuix molt similar al de 1954, pel que fa al nombre d'empreses. En aquest cas disposem de dades de treballadors que ens permeten afegir alguns matisos. Així, mentre que en el nombre d'empreses, el panorama és molt similar al de deu anys abans, si ens fixem en el nombre de treballadors ocupats per la indústria de begudes espirituoses, per seguir la denominació seguida per la font, s'hi observen alguns aspectes rellevants. Així, Barcelona continua destacant per sobre de la resta, amb 1.496 treballadors ocupats en el sector. L'altre gran nucli que hi apareix és Sant Sadurní, amb 828 empleats, una quantitat molt similar als 890 que estimava Salvador Llobet pel 1959.³³ Després

³³ LLOBET (1959), p. 474.

d'aquests dos grans centres hi ha Tarragona, Vilafranca i Reus, que podem considerar els nuclis «tradicionals» de la indústria vinícola, juntament amb Barcelona, seguits de Manresa, Viladecans —una empresa amb 106 treballadors—, Cervelló, on l'empresa Raimat SA, propietat de Codorniu, hi fabricava marques com Rondel o Delapierre. A més d'algunes altres ciutats amb 50 o més treballadors: Arenys de Mar, amb algunes empreses de licors com Destil·leries Mollfulleda SA —que elaboraven el conegut licor Calisay—, Badalona, també amb les empreses licoreres, sobretot Anís del Mono, l'Hospitalet de Llobregat, Girona o Cornellà de Llobregat. En conjunt, però, ens trobem en un moment en què ja s'hauria iniciat la concentració de la indústria vinícola a la comarca de l'Alt Penedès, la qual representava gairebé el 25% de l'ocupació i, juntament amb Barcelona, arribaven al 60% dels treballadors del sector vinícola a la Catalunya de 1964. Molt lluny quedaven comarques com el Tarragonès —8% dels treballadors—, el Baix Camp, el Maresme o el Bages —amb un 3% de l'ocupació cada una—.

Mapa 4. Localització de la indústria vinícola a Catalunya, 1985 i 1996 (nombre d'empreses)



Font: Elaboració pròpia amb CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE BARCELONA (1985). *Anuario Industrial de Cataluña*. Barcelona: Ediciones Técnicas H.M. *Catàleg Oficial d'Industrials i Exportadors de Catalunya* (1996). Barcelona: Ediciones Técnicas H.M.

La intensificació d'aquest fenomen és el que observem al mapa 4. Barcelona ja ha perdut el 1985 el lideratge en el nombre d'empreses, superada per Sant Sadurn d'Anoia que, juntament amb Vilafranca i la resta de municipis de l'Alt Penedès, ja concentrarien el 28% de les empreses vinícoles que hi havia en aquell any. El Barcelonès i altres comarques, com el Tarragonès, el Baix Camp o el Bages comencen a quedar enrere. En tot cas, ens trobem amb un procés de reestructuració del sector que s'havia iniciat per afrontar la previsible entrada al Mercat Comú Europeu, que es faria efectiva a partir de 1986.

Un exemple dels canvis produïts en el model d'empresa el tindriem en el celler J.B. Berger SA. Aquesta empresa, establerta a Vilafranca per un comerciant francès a finals del segle XIX, va procedir a transformar-se completament justament a mitjans dels 80. Fins aquell moment, la seva forma d'operar era bàsicament la mateixa que des dels seus inicis, amb la compra de vi a tercers, per millorar-lo i adaptar-lo als mercats d'exportació. L'any 1984, però, van decidir comprar una finca, la Masia Farreny a Olèrdola, i començar a adaptar les seves instal·lacions de Vilafranca per entrar-hi el raïm enlloc del vi, fins que van abandonar el celler modernista per traslladar la producció als cellers que tenen a Olèrdola i Santa Fe del Penedès. Sense abandonar del tot el vi a doll, l'estratègia de l'empresa es va començar a centrar en el vi embotellat de qualitat.³⁴

Una altra de les característiques que defineixen el sector és la reducció de les empreses de licors i aiguardents. Una de les seves característiques fins als anys 60 del segle XX va ser l'extensió pel territori català d'un gran nombre de destil·leries. Però a partir de la meitat d'aquesta dècada hi trobem un procés de reestructuració que acabaria amb un gran nombre d'establiments. Si el 1954 en la base de dades generada hi registrem fins a 345 empreses licoristes, l'any 1985 han caigut fins a les 80. Un procés similar succeí amb les empreses que fabricaven vermut. Si la postguerra i la incipient recuperació durant el Franquisme va impulsar el nombre d'empreses que declaraven elaborar vermuts fins a 44, aquestes passarien a ser només 21 el 1985, situades bàsicament a Tarragona, Reus, Barcelona i algunes altres poblacions.

A partir del moment en què es va entrar a la Unió Europea, els canvis es van accelerar i la majoria d'empreses vinícoles s'acabarien concentrant a la comarca de l'Alt Penedès. El nombre d'indústries localitzades en aquesta comarca s'incrementà: hi trobem gairebé el 55% del total d'empreses de 1996, amb Sant Sadurní al capdavant que hi aporta 154 caves i cellers, seguit de Vilafranca, Font-rubí, Subirats o Torrelavit. Podem parlar que aquesta comarca ja funciona efectivament com un districte, afavorida per la principal concentració de vinya a Catalunya. Aquest serà també el moment d'inici de l'anomenada revolució del Priorat o de moviments de renovació de la vitivinicultura no tan publicitats com el que va portar a la creació de la Denominació d'Origen Pla de Bages, per citar només dos exemples.³⁵ Barcelona, que havia estat el centre del comerç de vins i aiguardents durant bona part d'aquesta història queda relegada a un tercer lloc. Ciutats com Tarragona o Reus, que durant més d'un segle havien estat en els llocs capdavanters, ocupaven el 1996 el setè i el dotzè lloc quant al nombre d'empreses vinícoles.

³⁴ BORRELL (2019), p. 193-194.

³⁵ BOVÉ-SANS (2015) i FERRER-ALÒS (1998), p. 283-304.

7. Conclusió

El sorgiment d'un tipus d'empresa dedicada a la comercialització de vins o d'aiguardents va ser resultat de l'auge exportador de productes vínics iniciat al segle XVIII. Aquests primers grans comerciants no acostumaven a estar especialitzats en el comerç de vins i d'aiguardents, tot i que podien disposar de grans instal·lacions on procedir a la manipulació i criança de vins o a l'elaboració d'aiguardents amb vi comprat a tercers. Les empreses vinícoles no integraven la part agrària i la primera elaboració de vi, que es deixava en mans dels viticultors. En aquest sentit, des del segle XVIII havien anat sorgint alguns nuclis «industrials» en ciutats com Barcelona —de fet a Sant Martí de Provençals, per parlar amb propietat—, Tarragona, Reus o Vilanova i la Geltrú, en les quals el principal avantatge era la disposició d'un port o una platja properes des d'on comerciar amb els seus vins, a més de tenir un mercat proper, sobretot en el cas de Barcelona.

Des de mitjan segle XIX s'inicià un procés d'especialització en les empreses que es dedicaven a la preparació dels vins i aiguardents per destinar-los al consumidor final. Van aparèixer, a més, nous productes com els vins escumosos —el *champagne* com se'n deia a l'època— o el vermut, que es van expandir gràcies als reforçaments aranzelaris de l'època, a les dificultats que van tenir els països contendents a la Primera Guerra Mundial i, hem de suposar, a un creixement de la renda que permetia accedir-hi a una classe mitjana cada cop més ampla. En aquest sentit, és en aquest període que es comença reforçar el nucli cavista de Sant Sadurní d'Anoia que, juntament amb els grans comerciants i exportadors de Vilafranca del Penedès consolidaran les posicions de la seva comarca en el món vitivinícola. Si en el cas de la capital de l'Alt Penedès, el ferrocarril va ser un element fonamental perquè s'hi establissin comerciants, magatzemistes i criadors-exportadors, molts d'ells francesos o suïssos, a Sant Sadurní el fet rellevant va ser l'existència d'una empresa líder que va arrossegar altres empresaris de la localitat que van voler emular l'èxit de Manuel Raventós.

La Guerra Civil va suposar una aturada momentània però la recuperació del dinamisme en el sector empresarial vinícola es va posar de manifest ben aviat. En aquest sentit, d'una banda hi hagué una certa continuïtat amb el model basat en empreses que obtenien el vi per adaptar-lo al gust dels consumidors, els anomenats magatzemistes, comerciants o criadors-exportadors. D'altra banda, però s'intensificà el creixement del sector dels vins escumosos, que es concentraria cada cop més a l'entorn de Sant Sadurní d'Anoia i de poblacions properes. Tot i amb això, la ciutat de Barcelona continuava essent el principal centre productor a mitjan la dècada de 1960.

Va ser a partir d'aquest moment en què s'inicià una transformació general del sector, evolucionant cap a una empresa que integrés cap enrere tot el procés productiu, des de la recepció del raïm fins a l'embotellament i la comercialització, independent-

ment de si es posseïen vinyes o no. És el que podríem anomenar com celler integral. Aquest procés de transformació va ser liderat pel sector cavista i el van seguir després les empreses elaboradores de vi. D'altra banda, el sector d'aiguardents i licors, va apri-mar-se, desapareixent un gran nombre de petites destil·leries escampades arreu del país. La transformació del sector vinícola, que ja es feia patent el 1985 es va accelerar durant la dècada següent consolidant el que ha estat un canvi del model de localització de les empreses vinícoles.

**Apèndix. Distribució de la indústria vinícola a Catalunya
per comarques i municipis (nombre d'empreses)**

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|------------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Barcelona | 88 | 295 | 218 | 221 | 444 | 199 | 490 |
| Alt Penedès | | 23 | 46 | 42 | 112 | 90 | 339 |
| Avinyonet del Penedès | | | | | 4 | | 5 |
| Les Cabanyes | | | | | | 1 | 2 |
| Castellet i la Gornal | | | | | | 1 | 3 |
| Castellví de la Marca | | | | | 7 | | 9 |
| Font-rubí | | | | | 2 | 1 | 21 |
| Gelida | | | 2 | 1 | | 2 | 2 |
| La Granada | | | | 1 | 5 | 3 | 7 |
| Mediona | | 1 | | | | | |
| Olèrdola | | | | | 2 | 2 | 10 |
| Olesa de Bonesvalls | | | | | | | 1 |
| Pacs del Penedès | | | | | 2 | 1 | 2 |
| El Pla del Penedès | | | 4 | 1 | 2 | 3 | 9 |
| Pontons | | | | | | | 1 |
| Puigdàlber | | | | | | | 4 |
| Sant Cugat Sesgarrigues | | | | | 1 | | 1 |
| Sant Llorenç d'Hortons | | | | | 1 | 2 | 6 |
| Sant Martí Sarroca | | | | | 2 | 1 | 9 |
| Sant Pere de Riudebitlles | | | | | | | 1 |
| Sant Quintí de Mediona | | 1 | | | | | 1 |
| Sant Sadurní d'Ànoia | | 4 | 11 | 16 | 43 | 39 | 154 |
| Santa Fe del Penedès | | | | | | | 6 |
| Santa Margarida i els Monjos | | | | | 1 | 3 | 6 |
| Subirats | | | | | 3 | 3 | 17 |
| Torrelavit | | | | | 1 | 2 | 12 |
| Torrelles de Foix | | | | | | 1 | 3 |
| Vilafranca del Penedès | | 17 | 29 | 22 | 35 | 25 | 45 |
| Vilobí del Penedès | | | | 1 | 1 | | 2 |
| Anoia | 2 | 6 | 1 | 4 | 15 | 2 | 17 |
| Cabrera d'Ànoia | | 1 | | | | | 1 |
| Calaf | | 1 | | | | | |
| Capellades | | | | | | 1 | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|----------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Carme | | | | | | | 2 |
| Els Hostalets de Pierola | | 1 | | | | | |
| Igualada | | 2 | 1 | 4 | 8 | | 3 |
| Masquefa | | | | | 4 | | 2 |
| Òdena | | | | | 1 | | 1 |
| Piera | | | | | 2 | | 7 |
| Sant Martí de Tous | | | | | | 1 | |
| Sant Pere Sallavinera | | 1 | | | | | |
| Santa Maria de Miralles | 1 | | | | | | |
| Vallbona d'Ànoia | | | | | | | 1 |
| Bages | 4 | 24 | 15 | 17 | 26 | 8 | 12 |
| Artés | | 1 | | 1 | 4 | 2 | 4 |
| Avinyó | | | | | | | 1 |
| Cardona | | | 1 | | 1 | | |
| Castellbell i el Vilar | | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| Manresa | 4 | 15 | 6 | 8 | 13 | 5 | 7 |
| Marganell | | | | 1 | | | |
| Moià ³⁶ | | | 2 | 2 | 3 | | |
| Monistrol de Calders | | | | | 1 | | |
| Monistrol de Montserrat | | | 1 | 1 | | | |
| Navarcles | | 1 | | | | | |
| Rajadell | | 1 | | | | | |
| Sallent | | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| Sant Fruitós de Bages | | 4 | 2 | 1 | 2 | | |
| Sant Salvador de Guardiola | | | 1 | 1 | | | |
| Santpedor | | | | | | 1 | |
| Baix Llobregat | | 8 | 8 | 6 | 33 | 16 | 25 |
| Abrera | | | | | | 1 | |
| Begues | | | | | | | 1 |
| Castellví de Rosanes | | | | | | | 2 |
| Cervelló | | | | | 1 | 1 | 2 |
| Corbera de Llobregat | | | | | | 1 | 1 |
| Cornellà de Llobregat | | | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 |
| Esparreguera | | | | | 1 | | 3 |

³⁶ Actualment a la comarca del Moianès.

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|---------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|
| Esplugues de Llobregat | | 2 | 1 | | 2 | | 2 |
| Gavà | | | 2 | 2 | 1 | | 1 |
| Martorell | | 4 | 3 | 2 | 11 | 4 | 5 |
| Molins de Rei | | 1 | | | 5 | 1 | |
| Pallejà | | | | | 1 | 1 | |
| Sant Esteve Sesrovires | | | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 |
| Sant Feliu de Llobregat | | 1 | | | | | 1 |
| Sant Just Desvern | | | | | 1 | 1 | 1 |
| Barcelonès | 61 | 173 | 100 | 104 | 171 | 48 | 46 |
| Badalona | 7 | 21 | 11 | 11 | 11 | 4 | 3 |
| Barcelona | 53 | 151 | 84 | 87 | 147 | 37 | 40 |
| L'Hospitalet de Llobregat | 1 | 1 | 1 | 6 | 12 | 6 | 1 |
| Sant Adrià de Besòs | | | 4 | | 1 | | 2 |
| Santa Coloma de Gramenet | | | | | | 1 | |
| Berguedà | | 1 | 5 | 6 | 5 | | |
| Berga | | | 3 | 4 | 3 | | |
| Gironella | | | 2 | 2 | 2 | | |
| La Pobla de Lillet | | 1 | | | | | |
| Garraf | 11 | 6 | 4 | 2 | 5 | 3 | 11 |
| Canyelles | | | 1 | | | | 1 |
| Cubelles | | | | | | | 1 |
| Sant Pere de Ribes | | | | | 1 | | 2 |
| Sitges | | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Vilanova i la Geltrú | 11 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 6 |
| Maresme | 4 | 19 | 17 | 21 | 32 | 10 | 21 |
| Alella | | 1 | 1 | 1 | 5 | 2 | 4 |
| Arenys de Mar | | | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| Arenys de Munt | | 1 | 2 | 2 | 2 | | 2 |
| Argentona | | | 1 | 2 | 2 | | 1 |
| Calella | | 1 | | | 1 | | 1 |
| Malgrat de Mar | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | | |
| Masnou, el | | 1 | 2 | 3 | 5 | 1 | 5 |
| Mataró | 2 | 7 | 4 | 2 | 7 | 1 | |
| Montgat | | | 1 | 1 | 3 | | 1 |
| Òrrius | | | | | 1 | 1 | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|--------------------------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|
| Palafolls | | | | | | | 1 |
| Pineda de Mar | | | | 1 | | 1 | |
| Premià de Dalt | | | | | | 1 | 1 |
| Premià de Mar | | 1 | | | | | |
| Tiana | | | | | 1 | 1 | 3 |
| Tordera | | 1 | 1 | 2 | | | |
| Vilassar de Dalt | | 1 | | 1 | | | |
| Vilassar de Mar | | | 1 | | | | |
| Osona | | 15 | 7 | 7 | 8 | 2 | 1 |
| Calldetenes | | | | | 1 | | |
| Gurb | | | | | | 1 | |
| Manlleu | | 2 | 1 | 1 | 2 | | |
| Masies de Voltregà, les | | 1 | | | | | |
| Oristà | | 1 | | | | | |
| Prats de Lluçanès | | 1 | 1 | 1 | | | |
| Roda de Ter | | 1 | | 1 | | 1 | |
| Sant Feliu de Torelló | | | 1 | | | | |
| Sant Pere de Torelló | | 2 | | | | | |
| Sant Quirze de Besora | | 1 | 2 | 1 | 1 | | |
| Sant Vicenç de Torelló | | | | 1 | | | |
| Santa Eugènia de Berga | | | | | 1 | | |
| Torelló | | 2 | | | 1 | | |
| Vic | | 4 | 2 | 2 | 2 | | 1 |
| Vallès Occidental | 4 | 8 | 5 | 5 | 19 | 15 | 8 |
| Barberà del Vallès | | | | | | | 1 |
| Castellbisbal | | | | | 1 | 4 | 2 |
| Cerdanyola del Vallès | | | | 1 | 1 | | |
| Montcada i Reixac | | 1 | | | 2 | 1 | 1 |
| Palau-solità i Plegamans | | 1 | | | | 1 | |
| Rubí | | | | | 2 | 3 | 1 |
| Sabadell | 4 | 3 | 5 | 4 | 7 | 3 | 3 |
| Sant Cugat del Vallès | | | | | | 1 | |
| Santa Perpètua de Mogoda | | | | | 1 | | |
| Terrassa | | 2 | | | 5 | 2 | |
| Vacarisses | | 1 | | | | | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Vallès Oriental | 2 | 12 | 10 | 7 | 18 | 5 | 10 |
| Aiguafreda | | | | | 1 | | |
| Caldes de Montbui | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | | |
| Cardedeu | 1 | 2 | | | | | |
| Les Franqueses del Vallès | | | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| La Garriga | | | | | 2 | | |
| Granollers | | 3 | 4 | 2 | 9 | | 1 |
| La Llagosta | | | | | 1 | 2 | 2 |
| Llerona | | 2 | | | | | |
| Mollet del Vallès | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 4 |
| Montmeló | | | | | | | 1 |
| Sant Celoni | | 2 | | | 1 | | |
| Sant Feliu de Codines | | | 1 | | 1 | 1 | |
| Sant Fost de Campsentelles | | | | | | 1 | |
| Santa Eulàlia de Ronçana | | | 1 | 1 | | | |
| Santa Maria de Martorelles | | | | | | | 2 |
| Girona | 26 | 83 | 32 | 34 | 41 | 26 | 21 |
| Alt Empordà | 12 | 20 | 12 | 13 | 23 | 20 | 11 |
| Capmany | | | | | 1 | 4 | 3 |
| Colera | | | | | | 1 | |
| Espolla | | | | | | 1 | 1 |
| Figueres | 12 | 16 | 3 | 3 | 5 | 2 | 1 |
| Garriguella | | 1 | | | 3 | 4 | 2 |
| Lladó | | 1 | | | | | |
| Llançà | | | 4 | 9 | 2 | 2 | |
| Mollet de Peralada | | | | | | | 1 |
| Peralada | | | | | 1 | 1 | 2 |
| Pont de Molins | | 1 | | | 2 | 2 | |
| El Port de la Selva | | | 4 | | | | |
| Rabós | | | | | | 1 | |
| Roses | | | | | 2 | | |
| Sant Climent Sescebes | | | | | | | 1 |
| La Selva de Mar | | | | | 3 | | |
| Vilafant | | | | | | 1 | |
| Vilajuïga | | 1 | | | 4 | | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Vilamaniscla | | | | | | 1 | |
| Vilatenim | | | 1 | 1 | | | |
| Baix Empordà | | 20 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| Begur | | | | | | | 1 |
| La Bisbal d'Empordà | | 10 | | | | | |
| Palafrugell | | 7 | 1 | 2 | 1 | 1 | |
| Sant Feliu de Guíxols | | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cerdanya | 3 | 1 | | | | | 1 |
| Puigcerdà | 3 | | | | | | 1 |
| Garrotxa | | 9 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Olot | | 8 | 3 | 3 | 1 | | 1 |
| Les Preses | | 1 | | | | 1 | |
| Gironès | 9 | 19 | 6 | 6 | 10 | 1 | 4 |
| Cassà de la Selva | | 2 | | | 1 | | |
| Girona | 7 | 15 | 6 | 6 | 9 | 1 | 3 |
| Sant Julià de Ramis | | | | | | | 1 |
| Sarrià de Ter | 2 | 2 | | | | | |
| Pla de l'Estany | | 3 | 1 | 1 | | | |
| Banyoles | | 3 | 1 | 1 | | | |
| Ripollès | | 10 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| Camprodon | | 2 | 1 | 1 | | | |
| Ripoll | | 8 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Selva | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 |
| Blanes | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| Caldes de Malavella | | | | | 1 | | |
| Santa Coloma de Farners | 1 | | | | | | |
| Sils | | 1 | | | | | |
| Tossa de Mar | | | 1 | 1 | 1 | | |
| Lleida | 30 | 67 | 56 | 44 | 31 | 7 | 19 |
| Alt Urgell | | 1 | 2 | 2 | | | 1 |
| La Seu d'Urgell | | 1 | 2 | 2 | | | 1 |
| Bellver de Cerdanya | | 1 | | | | | |
| Garrigues | | 15 | 1 | 1 | 5 | | 1 |
| L'Albí | | 3 | | | | | 1 |
| Les Borges Blanques | | 5 | 1 | | | | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|-----------------------------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Bovera | | 2 | | | | | |
| Cervià de les Garrigues | | 1 | | | | | |
| Espluga Calba | | | | | 1 | | |
| Granyena | | 1 | | | | | |
| Juneda | | 2 | | | 4 | | |
| La Pobla de Cérvoles | | 1 | | 1 | | | |
| Noguera | 8 | 11 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Àger | | 1 | | | | | |
| Artesa de Segre | 5 | | 2 | 2 | | | 2 |
| Les Avellanes i Santa Linya | | 1 | | | | | |
| Balaguer | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| Cabanabona | | 1 | | | | | |
| Montgai | | 1 | | | | | |
| Penelles | | 2 | | | 1 | | |
| La Sentiu de Sió | | | | | | 1 | |
| Vilanova de Meià | | 1 | | | | | |
| Pallars Jussà | 8 | 6 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| Isona i Conca Dellà | 3 | 2 | | | | | |
| La Pobla de Segur | | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| Salàs de Pallars | | 1 | | | | | |
| Tremp | 5 | | | | | | |
| Pallars Sobirà | | 1 | | 1 | | | |
| Alt Àneu | | 1 | | | | | |
| Sort | | 1 | | 1 | | | |
| Pla d'Urgell | 1 | | 6 | 5 | 3 | | |
| Bell-lloc d'Urgell | | | 2 | 2 | | | |
| Castellnou de Seana | | | | 1 | | | |
| Mollerussa | | 1 | 4 | 2 | 3 | | |
| Segarra | 9 | 6 | 2 | 2 | 3 | | |
| Cervera | 2 | 2 | | | 1 | | |
| Granyanella | | 2 | | | | | |
| Guissona | 4 | | 1 | 1 | 1 | | |
| Sant Ramon | | 1 | | | | | |
| Torà | 3 | | 1 | 1 | 1 | | |
| Torrefeta i Florejacs | | 1 | | | | | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Segrià | 5 | 9 | 31 | 25 | 12 | 1 | 6 |
| Alcoletge | 1 | | | | | | |
| Lleida | 3 | 9 | 31 | 25 | 10 | 1 | 6 |
| Torrefarrera | 1 | | | | | | |
| Torres de Segre | | | | | 2 | | |
| Solsonès | | 7 | 1 | 1 | | | 2 |
| Odèn | | 1 | | | | | |
| Sant Llorenç de Morunys | | 6 | | | | | |
| Solsona | | | 1 | 1 | | | 2 |
| Urgell | | 7 | 7 | 1 | 1 | 3 | 6 |
| Agramunt | | 2 | | | | | |
| Anglesola | | | | | 1 | | |
| Belianes | | 1 | | | | | |
| Bellpuig | | 2 | 1 | | | | |
| La Fuliola | | | | | | | 1 |
| Sant Martí de Riucorb | | | | | | 1 | |
| Tàrraga | | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| Tornabous | | 1 | | | | | |
| Vallbona de les Monges | | | | | | | 1 |
| Verdú | | | | | | 1 | 1 |
| Vall d'Aran | | 2 | | | | | |
| Bossòst | | 1 | | | | | |
| Naut Aran | | 1 | | | | | |
| Tarragona | 103 | 160 | 97 | 102 | 158 | 87 | 88 |
| Alt Camp | 25 | 28 | 7 | 8 | 16 | 6 | 14 |
| Aiguamúrcia | | | | | | | 2 |
| Alcover | 4 | | | | | | |
| Bràfim | | | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Cabra del Camp | | 1 | | | | | |
| Montferri | | 1 | | | | | 2 |
| Nulles | | | | | | | 3 |
| El Pla de Santa Maria | 4 | 2 | | | | | |
| El Pont d'Armentera | | 1 | | | | | |
| Puigpelat | | 1 | | | | | 1 |
| Rodonyà | | | | | 1 | | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Vallmoll | 5 | | | | | | 1 |
| Valls | 7 | 21 | 6 | 7 | 10 | 2 | 1 |
| Vilabella | 1 | | | | | 1 | |
| Vila-rodona | 4 | 1 | | | 3 | 1 | 3 |
| Baix Camp | 15 | 39 | 20 | 22 | 30 | 11 | 9 |
| Botarell | | | | | | 1 | |
| Cambrils | | 2 | | | 1 | | |
| Castellvell del Camp | | 1 | | | | | |
| Duesaigües | | 1 | | | | | |
| Montbrió del Camp | | | | | 2 | | |
| Mont-roig del Camp | | 3 | | | 2 | 1 | |
| Pratdip | | 2 | | | | | |
| Reus | 15 | 29 | 20 | 22 | 25 | 9 | 8 |
| Riudoms | | 1 | | | | | 1 |
| Baix Ebre | 1 | 7 | 6 | 6 | 5 | 1 | |
| Paüls | | 1 | | | | | |
| Roquetes | | 1 | 1 | 1 | | | |
| Tortosa | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | |
| Xerta | | 1 | | | | | |
| Baix Penedès | 11 | 7 | 12 | 11 | 7 | 4 | 13 |
| L'Arboç | 4 | 1 | | | 1 | | 5 |
| Banyeres del Penedès | | | | | | | 2 |
| Calafell | | | | | 1 | | |
| Llorenç del Penedès | | | | | | | 1 |
| Sant Jaume dels Domenys | | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Santa Oliva | | | | | | 1 | |
| El Vendrell | 7 | 3 | 11 | 10 | 4 | 2 | 3 |
| Conca de Barberà | 25 | 23 | 4 | 4 | 2 | 2 | 13 |
| Barberà de la Conca | 5 | 1 | | | | | 2 |
| L'Espluga de Francolí | 5 | 5 | | | | | 1 |
| Montblanc | 7 | 6 | 3 | 4 | 2 | | 1 |
| Pira | | 1 | | | | | |
| Rocafort de Queralt | | | | | | | 1 |
| Santa Coloma de Queralt | | | 1 | | | | |
| Sarral | 4 | 6 | | | | 1 | 4 |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|------------------------|----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|
| Solivella | | 1 | | | | 1 | 2 |
| Vimbodí | 4 | 3 | | | | | 2 |
| Montsià | 6 | 9 | 8 | 8 | 4 | 2 | |
| Alcanar | 1 | | | | | | |
| Amposta | | | | | 1 | 1 | |
| Freginals | | 2 | | | | | |
| La Galera | | | 2 | 2 | | | |
| Godall | | 3 | | | | | |
| Santa Bàrbara | | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | |
| Ulldecona | 5 | | 1 | 1 | 1 | | |
| Priorat | 3 | 15 | 2 | 2 | 8 | 6 | 12 |
| Bellmunt del Priorat | | | | | | 1 | |
| La Bisbal de Falset | | 1 | | | | | |
| Cabacés | | 1 | | | | | |
| Capçanes | | | | | 1 | 1 | 1 |
| Cornudella de Montsant | 3 | | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| Falset | | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| La Figuera | | | | | | | 1 |
| Gratallops | | | | | | | 2 |
| Els Guiamets | | | | | | | 2 |
| Marçà | | | | | | | 1 |
| El Masroig | | | | | 1 | 1 | 1 |
| El Molar | | | | | 3 | | |
| Morera de Montsant | | | | | | 1 | 1 |
| Poboleda | | 1 | | | | | |
| Porrera | | 7 | | | | | |
| Torroja del Priorat | | 1 | | | | | |
| Vilella Baixa | | 2 | | | | | |
| Ribera d'Ebre | | 2 | 5 | 8 | 14 | 6 | 4 |
| Ascó | | | | 2 | 5 | | |
| Benissanet | | | | | 1 | | |
| Garcia | | | | | 2 | | |
| Mora d'Ebre | | | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| Móra d'Ebre | | 2 | | | | | |
| Mora la Nova | | | 2 | 2 | 1 | 2 | |

| | 1865 | 1896 | 1920 | 1924 | 1954 | 1985 | 1996 |
|-----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Rasquera | | | 1 | 2 | | | |
| Tivissa | | | | | | 1 | 3 |
| Vinebre | | | | | 2 | | |
| Tarragonès | 17 | 22 | 26 | 24 | 31 | 22 | 15 |
| La Canonja | | | | | 1 | | |
| El Catllar | | 1 | | | | | |
| Constantí | | 5 | | | | 2 | |
| El Morell | | | | | 1 | | 1 |
| Perafort | | | | | | | 1 |
| Salomó | | | | | 1 | 2 | 1 |
| La Secuita | | | | | | | 1 |
| Tarragona | 16 | 12 | 26 | 24 | 26 | 18 | 10 |
| Torredembarra | 1 | 1 | | | 1 | | |
| Vila-seca | | | | | 1 | | 1 |
| Vilaseca de Solcina | | 3 | | | | | |
| Terra Alta | | 8 | 7 | 9 | 41 | 27 | 8 |
| Arnes | | 4 | | | 1 | | 2 |
| Batea | | | | | 5 | 15 | 2 |
| Bot | | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | |
| Corbera d'Ebre | | 1 | 1 | 2 | 3 | | |
| La Fatarella | | | | | 1 | 2 | |
| Gandesa | | | 2 | 3 | 23 | 2 | 2 |
| Horta de Sant Joan | | | | | 4 | 3 | |
| La Pobla de Massaluca | | | | | | 1 | |
| Prat de Comte | | | 2 | 2 | | | |
| Vilalba dels Arcs | | 1 | 1 | 1 | | 2 | 2 |
| Total | 247 | 605 | 403 | 401 | 674 | 319 | 618 |

Fonts: Vegeu la taula 2.

LA PRODUCCIÓ DE CAVA I EL COMERÇ INTERNACIONAL (1850-2015)¹

Marc Badia-Miró

Universitat de Barcelona, Centre d'Estudis Antoni de Capmany
i Barcelona Economic Analysis Team

Pablo Delgado

Universidad de Zaragoza i Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2)

Vicente Pinilla

Universidad de Zaragoza i Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2)

Resum: En aquest treball pretenem aproximar-nos a l'evolució de la producció i del comerç internacional de cava, des de mitjans del segle XIX fins a l'actualitat, centrant-nos en el paper de lideratge que han jugat les empreses ubicades a la província de Barcelona. El nostre objectiu principal és el de complementar els treballs previs realitzats per Francesc Valls-Junyent i Emili Giralt des d'una perspectiva més macroeconòmica. Aquests autors oferien una visió centrada en el comportament de les principals empreses productores de cava ubicades a Sant Sadurní (principalment Codorniu i Frei-

¹ Els autors agraeixen els comentaris rebuts pels participants al seminari "Producció i comercialització de vins i aiguardents a Catalunya (segles XVIII-XXI). Seminari d'Homenatge a Francesc Valls Junyent", celebrat a Barcelona (22 i 23 de gener de 2020), en especial els comentaris rebuts de Jordi Catalan i Miquel Gutiérrez, a més de les recomanacions i suggeriments realitzats per Raimon Soler, Jordi Planas i Josep Colomé. També volen reconèixer la importància que van tenir les indicacions de Raimon Soler quan aquest treball estava en els seus inicis. Marc Badia Miró agraeix el finançament rebut del *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, l'Agencia Estatal de Investigación* i el FEDER a través del projecte PGC2018-095821-B-I00, i del Govern de Catalunya (2017SGR14669). Vicente Pinilla i Pablo Delgado volen agrair el finançament rebut del *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, l'Agencia Estatal de Investigación* i el FEDER a través del projecte PGC2018-095529-B-I00, del Govern d'Aragó, i del FEDER a través del *Departamento de Ciencia, Innovación y Universidades* (Grup Consolidat S55_20R).

xenet). La nostra aproximació és centrada en l'evolució del sector exportador i la seva posició en el mercat internacional de vins escumosos.

Paraules clau: Comerç de cava, producció de cava, història del vi, segle XIX, segle XX, Catalunya

Resumen: En este trabajo de libro pretendemos aproximarnos a la evolución de la producción y del comercio internacional de cava, desde mediados del siglo XIX hasta la actualidad, centrándonos en el papel de liderazgo que han jugado las empresas ubicadas en la provincia de Barcelona. Nuestro objetivo es el de complementar los trabajos previos realizados por Francesc Valls-Junyent y Emili Giralt desde una perspectiva más macroeconómica. Estos autores ofrecían una visión centrada en el comportamiento de las principales empresas productoras de cava ubicadas en Sant Sadurní d'Anoia (principalmente Codorniu y Freixenet). Nuestra aproximación se centrará en la evolución del sector exportador y su posición en el mercado internacional de vinos espumosos.

Palabras clave: Comercio de cava, producción de cava, historia del vino, siglo XIX, siglo XIX, Cataluña

Abstract: This study examines the evolution of the production and international trade in Catalan sparkling wine (cava) from the mid-19th century to the present day, focusing on the leading role played by companies located in the province of Barcelona. The objective is to complement previous studies by Francesc Valls-Junyent and Emili Giralt, who took a more macroeconomic approach. Those authors investigated the behaviour of the main cava-producing companies located in Sant Sadurní d'Anoia (mainly Codorniu and Freixenet). We focus on the evolution of the export sector and its position in the international market for sparkling wines.

Keywords: sparkling wine trade, sparkling wine production, wine history, 19th and 20th century, Catalonia

1. Introducció

La producció i el comerç del cava, ubicat gairebé en la seva totalitat a Catalunya, han jugat un paper molt important en el desenvolupament del conjunt de les indústries agroalimentàries, i del sector del vi en particular. Aquest capítol del llibre pretén analitzar l'evolució del sector en el llarg termini, des d'una perspectiva macroeconòmica, a partir de l'anàlisi de les grans tendències que han seguit el conjunt de les exportacions, les importacions, la producció i els preus. El marc temporal del nostre estudi té els seus inicis a mitjans del segle XIX, en el que Valls-Junyent va anomenar el segon cicle de l'economia catalana o cicle del vi, fins a l'actualitat.² Va ser en aquells inicis quan van començar a aparèixer a la província de Barcelona, un seguit d'empreses que, de manera molt marginal, s'iniciaren de manera gradual en la producció de vins escumosos orientats al mercat domèstic, amb la clara voluntat de substituir les importacions de xampany francès que començaven a arribar al nostre mercat.

Els orígens de la producció de cava i la seva posterior consolidació en el mercat domèstic han estat treballats àmpliament per autors com Valls-Junyent i Giralt.³ Aquests autors van combinar l'estudi de les principals empreses productores de cava ubicades a Sant Sadurní (Codorniu i Freixenet entre d'altres), amb l'anàlisi de l'evolució de les principals variables macroeconòmiques. En aquest sentit, Valls-Junyent destacava com la producció domèstica de cava va aconseguir expandir-se i consolidar la seva presència al mercat domèstic, tot i que les importacions del xampany francès van mantenir-se constants, orientant-se a un segment de la població disposada a pagar-ne un preu més elevat.⁴

Aquest treball pretén completar la comprensió de l'evolució del sector del cava, sintetitzant les contribucions de Valls-Junyent i Giralt,⁵ incorporar els treballs d'autors com Soler,⁶ més centrat en l'evolució del sector a la segona meitat del segle XX, i descriure i matisar l'evolució del comerç de vins escumosos a partir de la informació que ens ofereixen els Anuaris de Comerç Exterior. En concret, volem oferir una visió de llarg termini de l'evolució de la producció de vins escumosos, de les exportacions i de les importacions (tant per orígens com per destins), a més d'oferir sèries de preus de les exportacions des de 1850 fins a l'actualitat. Amb aquesta informació pretenem matisar la hipòtesi proposada per Valls-Junyent, el qual afirmava que el sector de cava havia estat un exemple de cas exitós de substitució d'importacions abans de la Guerra

2 VALLS-JUNYENT (2004a).

3 VALLS-JUNYENT (2003c) i (2007); GIRALT RAVENTÓS (1998a).

4 VALLS-JUNYENT (2007a).

5 VALLS-JUNYENT (2003c) i (2007); GIRALT RAVENTÓS (1998a).

6 SOLER (2007).

Civil.⁷ Nosaltres plantegem que, tot i que és cert que la pujada d'aranzels posterior al 1891 va permetre al vi escumós domèstic ocupar una part del mercat dels productes de menor qualitat, també és cert que les importacions de vins francesos van recuperar els nivells d'importació previs en poc temps, a més de consolidar uns preus unitaris d'importació molt més elevats, conservant el segment de consum de vins escumosos de major qualitat. Per tant, en aquest capítol de llibre afirmem que la segmentació ens descriu de manera més acurada el que va succeir en el mercat dels vins escumosos de finals del segle XIX i principis del segle XX.

El capítol de llibre s'ha estructurat de la següent manera. Un primer apartat es centra en el període del sorgiment del sector del cava i de l'expansió de les vendes al mercat domèstic. Un segon apartat es centra en el període de consolidació del mercat domèstic i de l'inici de l'expansió al mercat internacional, just abans de l'entrada d'Espanya a la CEE. En aquesta expansió internacional identificarem tres etapes ben diferenciades, una primera etapa centrada en l'expansió a l'Amèrica Llatina, una segona etapa on s'observa l'expansió de les exportacions als mercats europeus i, una tercera etapa centrada en l'expansió als mercats de l'Amèrica del Nord. El tercer apartat tractarà la consolidació de les exportacions en els mercats internacionals sobre la base de la reorientació de les exportacions cap a l'Europa Comunitària, després de l'entrada d'Espanya a la CEE. Acabarem amb un apartat de conclusions.

2. El sorgiment de la indústria del vi escumós i la conquesta del mercat nacional, 1850-1940

L'expansió del consum de xampany al continent europeu i als Estats Units durant el segle XIX, va ser espectacular. Aquest vi escumós produït a la regió que li donà nom, era una beguda principalment aristocràtica, ben coneguda a les corts europees des de mitjans del segle XVIII. A partir del segle XIX, les cases productores van realitzar una gran esforç per millorar la qualitat, adaptar-se als gustos i preferències dels consumidors, promocionar-ne el consum amb modernes tècniques de màrqueting i, en definitiva, impulsar la seva acceptació per part de la creixent burgesia que el va convertir en una clar identificador social. El consum de vi escumós es pot considerar un exemple d'aquells elements diferenciadors que van ser adoptats per aquest nou grup social, en la seva voluntat d'adoptar noves pautes culturals i mostrar la seva capacitat adquisitiva.⁸

Els productors de xampany van utilitzar modernes tècniques de publicitat per promoure els seus productes, van cuidar el disseny d'ampolles i d'etiquetes, van organitzar espectacles promocionals, van fer un ampli ús dels mitjans impresos i, des de princi-

⁷ VALLS-JUNYENT (2007), p. 75.

⁸ AYUDA, FERRER-PÉREZ I PINILLA (2020).

pis del segle XIX, van començar a comunicar-se regularment amb els seus clients a través de diverses vies com l'organització de degustacions de vins. A més, van consolidar estratègies exitoses com el fet d'establir el xampany com una beguda essencial en els grans actes socials (cerimònies d'avarada de vaixells, recepcions de dignataris, festes, cabarets...) i esdeveniments privats importants (noces, batejos i celebracions en general). En definitiva, aquests esforços van aconseguir que el xampany fos el "complement obligatori" dels rituals socials de la burgesia emergent d'Europa.⁹ Fins i tot a Anglaterra, el xampany es va convertir en un vehicle per mostrar a la resta de la societat, el propi estatus social amb el desenvolupament d'una gamma de marques, el valor i el rang de les quals era ben conegut pels consumidors interessats en el producte.¹⁰ A principis de la dècada de 1880, el caràcter simbòlic del xampany com a beguda de la burgesia emergent, estava plenament consolidat.¹¹ En paral·lel, també es van establir modernes xarxes de venda amb representats permanents de les marques, que realitzaven tasques de màrqueting i establien contacte amb els clients per identificar les seves preferències. Posteriorment, els productors adaptaven els seus vins escumosos als gustos individuals de cada país.

El resultat fou que la producció i les exportacions de xampany francès van créixer a un ritme extraordinàriament ràpid durant tot el segle XIX. S'ha estimat que la producció es va multiplicar aproximadament per deu entre 1830 i la primera dècada del segle XX, passant de poc més de tres milions d'ampolles, a més de trenta milions. De manera simultània, les exportacions també van créixer de manera intensa, passant d'uns cinc milions d'ampolles a mitjans del segle XIX, a més de vint milions d'ampolles a la primera dècada del segle XX.¹² Amb aquestes dades podem afirmar que les exportacions van ser el principal motor de la producció, tal com ho demostra el fet que durant el segle XX, s'exportés entre el 70% i el 80% del total de la producció.¹³ El creixement exportador es va veure facilitat per la connexió ferroviària entre Épernay i París el 1849, amb Estrasburg el 1852 i amb Reims el 1852.¹⁴

⁹ GUY (2003).

¹⁰ HARDING (2018).

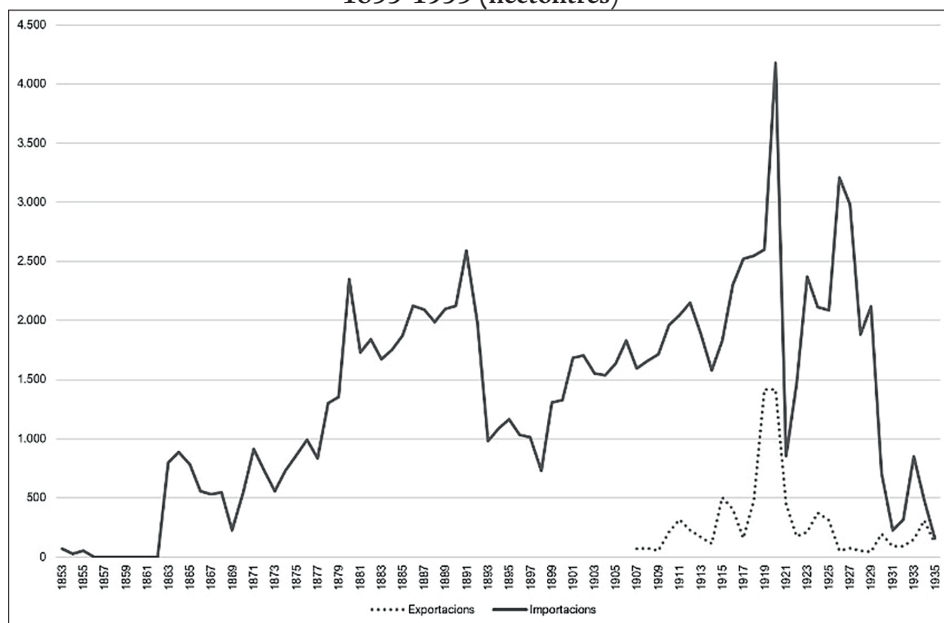
¹¹ VIZETELLI (1882).

¹² FORBES (1983); FAITH (1988), i DESBOIS-THIBAUT (2003).

¹³ SIMPSON (2011), p. 136.

¹⁴ DESBOIS-THIBAUT (2003).

Gràfic 1. Exportacions i importacions de vi escumós d'Espanya, 1853-1935 (hectolitres)



Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys.

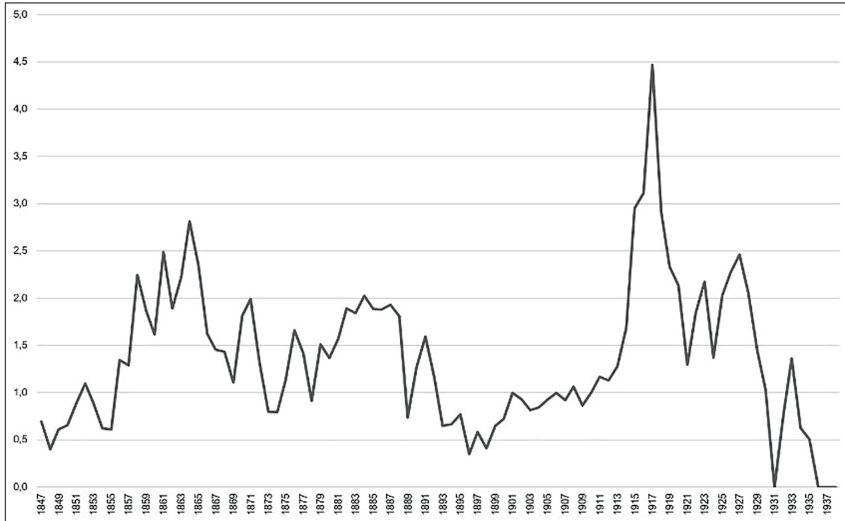
És en aquest context en el que es pot entendre que la burgesia vuitcentista, molt influenciada per les pautes culturals que arribaven de França, imités el comportament dels seus homòlegs europeus i adoptés el xampany com la beguda preferida per a les celebracions. El resultat fou que les importacions espanyoles de vins escumosos van anar adquirint certa importància a partir de 1860. Aquesta tendència creixent es va intensificar a partir de 1877 i es va mantenir fins a finals del segle XIX (veure Gràfic 1).

Des dels inicis fins a la Guerra Civil, França va ser el subministrador gairebé exclusiu de vi escumós, amb un pes en les importacions totals que oscil·lava entre el 90 i el 99% del total, per tant, conèixer les relacions amb aquest país és essencial per entendre l'evolució d'aquestes importacions. El fort increment a partir de 1877 no fou casual. L'acord hispano-francès del 8 de desembre d'aquell any va reduir substancialment els aranzels pagats pel vi espanyol que entrava al mercat francès i, en contrapartida, va comportar una reducció molt significativa dels aranzels pagats pels caldos francesos que entraven al mercat espanyol.¹⁵ La reducció aranzelària inicial va ser d'aproximadament un 80%, la qual fou seguida d'altres reduccions que van fer que l'aranzel que es pagava a finals dels anys 1880 fos simbòlic. Aquesta notable reducció es veu magnificada quan es tradueix l'aranzel pagat pel xampany francès a Espanya en termes *Ad Valorem*. Si abans

¹⁵ PAN-MONTOJO (1994b), p. 147-48.

de 1877 aquest aranzel pivotava al voltant del 25% del preu dels vins escumosos importats, a partir del 1880 es va situar al voltant de l'1%, és a dir, podríem afirmar que durant aquestes dècades, l'entrada del xampany francès es realitzava gairebé lliure de drets.

Gràfic 2. Percentatge que representen per a França les exportacions a Espanya, 1847-1936 (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la *Direction General des Douanes* (1849-1939).

Malgrat el gran dinamisme de les importacions espanyoles, aquest mercat mai va ser important per les exportacions de xampany francès. Al 1891, Espanya només representava el 2% de les exportacions totals, trobant-se a una enorme distància dels principals mercats de l'Europa industrialitzada com ara Alemanya, Gran Bretanya, Bèlgica, els Estats Units o Rússia, on el xampany era una beguda enormement exitosa entre la burgesia i l'aristocràcia (veure Gràfic 2). Aquest baix pes de les importacions espanyoles no ens ha de sorprendre si tenim en compte el menor grau de desenvolupament econòmic del país i la reduïda dimensió de la burgesia local.

L'expansió del consum de xampany a Espanya va motivar que una sèrie de viticultors comencessin a produir un producte similar, imitant el mètode *champenoise*. Sense cap mena de dubte, aquests esforços es van veure impulsats per l'èxit comercial del vi escumós francès i per la difusió del coneixement de la tecnologia de producció, per part dels productors locals. Giralt, en un treball central en aquest tema, ha explicat minuciosament els nombrosos intents realitzats pels productors locals, sobretot localitzats a Catalunya, des de mitjans del segle XIX.¹⁶ Diverses són les explicacions que hi ha al darrera d'aquest fenomen. La primera explicació la trobaríem en el fet que Catalunya va ser pio-

¹⁶ GIRALT RAVENTÓS (1998a).

nera en el procés d'industrialització i, per tant, el desenvolupament econòmic comparativament avançat de la regió, va permetre l'expansió d'una burgesia industrial i comercial que n'impulsaria el consum. Valls-Junyent, basant-se en les estadístiques espanyoles de comerç exterior, va constatar que en el moment d'enlairament de les importacions franceses de xampany, entre 1876 i 1880, un 42% del total entraven per duanes catalanes.¹⁷ Aquesta xifra era molt alta si es compara amb el percentatge que suposaven les entrades que es produïen per Irún o Bilbao, duanes naturals d'accés al mercat madrileny (només representaven al voltant del 29% del total). Merino reforçava aquest argument quan ens mostrava que el consum de vi escumós per habitant a Catalunya era unes deu vegades el consum observat al conjunt d'Espanya, entre 1900 i 1930.¹⁸ Una segona explicació la trobaríem en la llarga tradició vitícola catalana a l'hora d'elaborar productes derivats de vins de taula, com podrien ser els aguardents, les misteles i altres vins generosos.¹⁹ Una tercera raó la trobaríem en la relació establerta pels productors de taps de suro de les comarques gironines, a través de les vendes que realitzaven als fabricants francesos de la Xampanya, fent més fàcil pels productors locals l'obtenció d'un millor coneixement del producte i de la tecnologia de producció.²⁰ Exemple d'aquesta circumstància n'és el fet que foren localitats d'aquestes comarques gironines, les primeres que van intentar produir vi escumós seguint el mètode *champenoise*.²¹

Giralt també va destacar el paper fonamental jugat per personatges com Lluís Justo i Villanueva, químic i enginyer industrial madrileny que va dirigir entre 1860 i 1876 el laboratori de l'Institut Català de Sant Isidre.²² Malgrat el seu rebuig frontal a la producció de vins escumosos elaborats amb varietats autòctones utilitzant el mètode *champanoise*, l'Institut va ser clau en l'aprenentatge tecnològic a partir de les ensenyances de Justo i Villanueva, i en la col·laboració entre tots els pioners de l'elaboració de vins escumosos a Catalunya. Sorgit d'aquest entorn, Manuel Raventós, fill de Josep Raventós, fou un dels pioners en l'elaboració de vi escumós i el que donaria un verdader impuls a la indústria, a través de l'expansió de Codorniu. En aquesta expansió també i jugaren un paper important les relacions que va establir Raventós amb De Muller, el qual li va obrir les portes dels elaboradors de *Champagne*.²³

17 VALLS-JUNYENT (2003c) i (2015b).

18 MERINO (1993), p. 83.

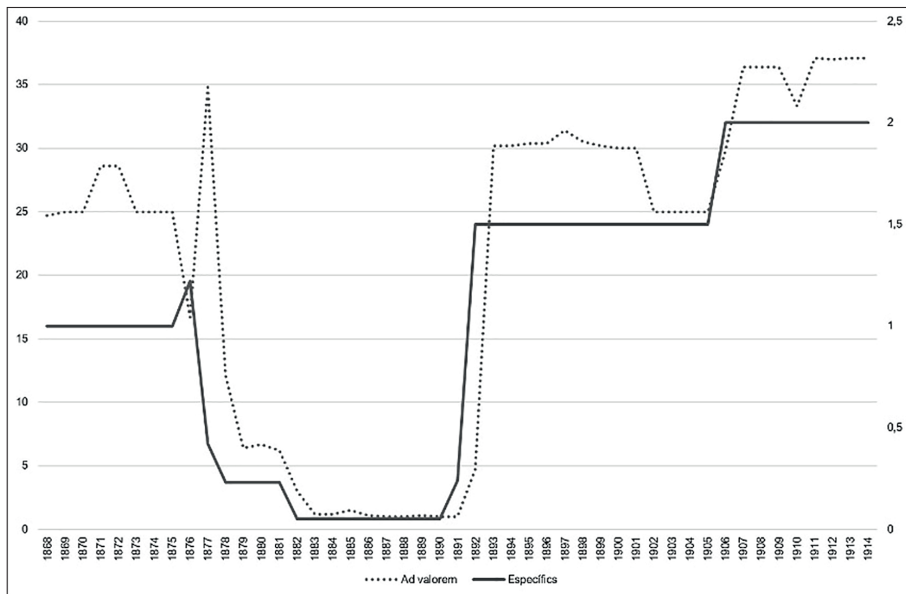
19 GIRALT RAVENTÓS (1998a).

20 VALLS-JUNYENT (2003c).

21 GIRALT RAVENTÓS (1993).

22 GIRALT RAVENTÓS (1998a). Sobre Luis Justo y Villanueva vegeu també CASSASES i ROCA (1993).

23 Sobre els orígens de Codorniu, vegeu LLOBET (1959) i VALLS-JUNYENT (2017). Sobre les relacions entre Raventós i De Muller vegeu COLOMÉ FERRER i FERRER-ALÒS (2020).

Gràfic 3. Aranzels *ad valorem* i específics del vi escumós a Espanya, 1868-1914

Font: Fernández i Pinilla (2018, 219) per a l'aranzel *ad valorem* i Merino (1993, 103-6) pels aranzels específics.

Als inicis, els fabricants catalans de vi escumós es van enfrontar a enormes dificultats a l'hora de competir amb les importacions franceses. Per aquest motiu, a partir de la dècada de 1870 i de 1880, aquests productors van anar transitant lentament de l'experimentació a la producció i venda de volums molt reduïts. Malgrat l'escassa producció, aquests inicis foren clau en el procés d'aprenentatge tecnològic que estaven realitzant. L'impuls determinant per la producció el va proporcionar la ruptura del tractat comercial amb França el 1891, després de la imposició d'aranzels elevats per part de França a les importacions del vi espanyol. Aquest canvi en la política comercial francesa s'explica per la progressiva recuperació de la producció francesa després de la replantació de les vinyes arrasades per la fil·loxera, amb vinyes amb peus americans, i la política colonial francesa que facilitava l'entrada lliure del vi que provenia d'Algèria. Tot i això, malgrat la recuperació de la producció francesa, les importacions de caldos espanyols seguien sent imprescindibles per les barreges que s'havien de fer amb els vins francesos produïts amb peus híbrids franco-americans, ja que els vins resultants eren d'escassa graduació i color.

Mica en mica, aquesta necessitat va anar canviant amb l'aparició d'altres competidors, com fou l'aparició amb força de les importacions franceses de vi provinent d'Algèria, el qual compartia característiques amb el vi espanyol. La seva elevada graduació i el fort color el feien molt adequat per al *coupage* amb els vins francesos i, per tant, es va anar convertint en un substitut ideal dels vins espanyols.²⁴

24 PINILLA i AYUDA (2002).

La reacció espanyola a aquest gir proteccionista va comportar, en el cas del vi, una forta pujada dels aranzels als caldos francesos que volien entrar al mercat espanyol. Aquesta pujada va afectar tant al vi de taula com als vins escumosos, passant d'aranzels *Ad Valorem* de l'1% (gairebé entrada lliure de productes), a aranzels del 40% en el cas del vi de taula i del 30% en el cas dels vins escumosos (vegeu el gràfic 3). Aquesta nova realitat va afavorir de manera decidida el desenvolupament de la producció domèstica de vins i de vins escumosos, orientats a reemplaçar les importacions franceses en dues zones molt concretes de la geografia espanyola: en primer lloc, la producció de vins de taula de tipus bordelès a La Rioja, i en segon lloc, l'expansió dels vins escumosos al Penedès.²⁵

En el cas de la producció de vi escumós, els productors van trobar una oportunitat per expandir les seves vendes al mercat domèstic. Entre 1891 i 1893, les importacions de xampany francès es van reduir a menys de la meitat. Simultàniament, la producció catalana va créixer amb rapidesa tal com demostren les dades de producció de l'empresa Codorniu. Si a la dècada dels anys 1880 s'havia produït una mitjana anual de poc menys de 3.000 ampolles, el 1899 es van superar les 100.000 ampolles, i el 1928 s'arribava a la fita del milió d'ampolles.²⁶ Segons les estimacions de Valls-Junyent, la producció espanyola de vi escumós (gairebé exclusivament catalana), va superar les importacions franceses el 1904, i la producció de Codorniu ja superava el total de les importacions de vi escumós el 1911.²⁷ En la dècada dels 1920, la producció espanyola quintuplicava les importacions.

La conquesta del mercat interior es va aconseguir amb una enorme rapidesa. No obstant això, aquesta substitució no es va produir en tots els segments del producte. El xampany francès es va convertir en un autèntic producte de luxe, mantenint una quota important entre els consumidors de major poder adquisitiu. Mostra de la solidesa d'aquesta segmentació fou que la nova pujada aranzelària del 1906, només va aconseguir frenar les importacions a curt termini però no les va aconseguir reduir en el llarg termini. Si considerem el conjunt del període, observem que les importacions franceses es van recuperar i van assolir, just abans de la Primera Guerra Mundial, un nivell similar al que tenien el 1891. Aquesta solidesa es tornà a veure quan el 1920, en un context de cert dinamisme de les importacions, es va produir una nova pujada aranzelària que va tenir un impacte limitat. No va ser fins al col·lapse de la crisi de 1929 quan els volums importats de França van desplomar-se fins a nivells marginals (vegeu el Gràfic 1).

²⁵ FERNÁNDEZ I PINILLA (2018) i MEES, NAGEL i PUHLE (2019).

²⁶ MERINO (1993).

²⁷ VALLS-JUNYENT (2003c).

Taula 1. Principal destí de les exportacions espanyoles de vins escumosos (en %)

| | 1910-19 | 1920-29 | 1930-35 |
|-----------------|---------|---------|---------|
| Argentina | 14,7 | 18,2 | 6,4 |
| Cuba | 28,3 | 26,0 | 4,0 |
| Amèrica Llatina | 55,7 | 61,5 | 25,1 |

Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys.

Aquesta expansió de la producció i de les vendes en el mercat interior, en els segments de menor preu, coexistent amb el xampany francès en el segment de preu més alt, no va tenir el seu reflex en una expansió de les vendes als mercats exteriors. Els volums exportats es van mantenir en nivells molt baixos, mostrant una balança comercial de vins escumosos permanentment negativa, tant abans com després de 1891. Codorniu fou, de nou, un bon exemple d'aquesta situació. Segons Valls-Junyent, les vendes d'aquesta empresa a l'exterior, entre 1907 i 1929, eren inferiors al 5% de la seva producció, i només en anys excepcionals aconseguen superar el 10%.²⁸ Aquestes exportacions eren molt petites en valors agregats i estaven molt concentrades en uns pocs destins. Més de la meitat de les vendes abans de la Gran Depressió, anaven al mercat llatinoamericà, i dins d'aquest mercat, Cuba i Argentina concentraven al voltant del 40% de les exportacions totals (vegeu la Taula 1).

3. Evolució del comerç de vi escumós, 1940-1990

El comerç exterior espanyol es va veure seriosament afectat per les perturbacions produïdes per la Segona Guerra Mundial i l'aliança del règim franquista amb Alemanya i Itàlia. Durant aquest període, aquesta aliança va comportar la reorientació cap a aquests països de bona part de les exportacions, com a pagament per l'ajuda militar rebuda durant la Guerra Civil. Un cop finalitzat el conflicte, el bloqueig determinat per les Nacions Unides contra Espanya i la implantació de polítiques autàrquiques, van influenciar negativament el comportament del comerç agrari en general i de les exportacions de vi escumós en particular.²⁹ El resultat fou la pèrdua de la posició sòlida que els productes agraris havien aconseguit als mercats internacionals, sobretot en el cas dels productes d'horta fructíferes mediterrànies, el de l'oli d'oliva i el del vi.³⁰ En el cas concret del vi, es pot apreciar clarament l'impacte negatiu que aquestes polítiques van tenir, a l'enfonsar-se les elevades exportacions observades al primer terç del segle

²⁸ VALLS-JUNYENT (2003c).

²⁹ MARTÍNEZ RUIZ (2006) i CATALAN (1995).

³⁰ AYUDA i PINILLA (2020).

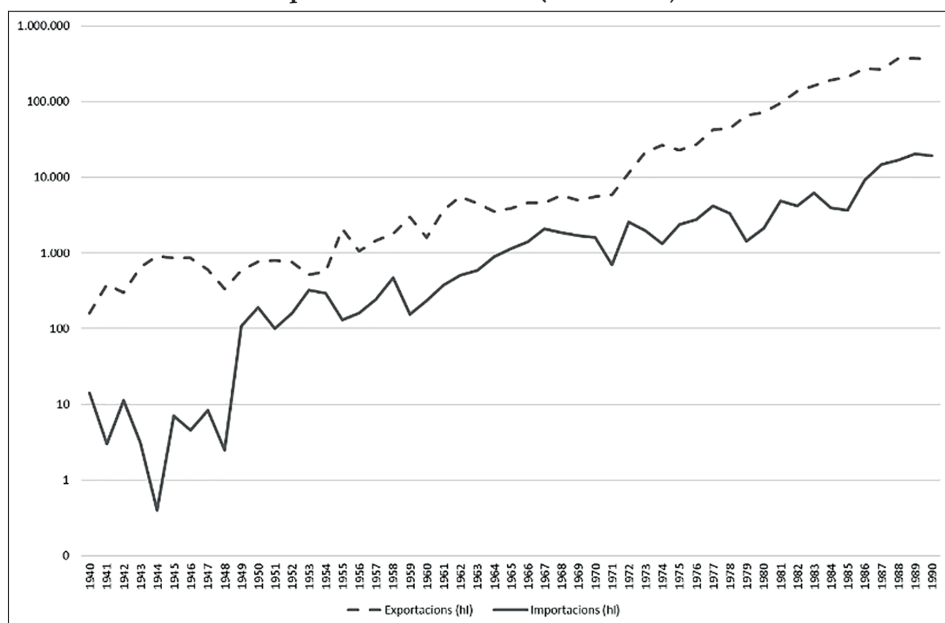
xx. Pel que fa al vi escumós, l'impacte va ser molt menor perquè el punt de partida de les exportacions era molt baix.

Després de la Guerra Civil i durant bona part dels anys 1940, les importacions de vins escumosos es van estancar amb valors iguals o inferiors als deu hectolitres. Aquesta tendència va començar a canviar a partir de 1949, moment en el que es va produir una expansió notable (multiplicant-se per deu). La dècada dels anys 1950 va tenir dues parts ben diferenciades, una primera meitat de creixement moderat i una segona meitat de creixement intens, amb valors anuals que van superar el 25%, perllongant-se fins als anys 1960, assolint-se el nivell més alt el 1967 (2.130 hl). Aquesta expansió es va veure frenada a la segona part dels anys 1960 i els primers anys 1970. Van ser anys de fortes oscil·lacions en els que anys d'expansió conviuen amb anys de significatives caigudes, fet que ens impedeix identificar una tendència clara. No serà fins a principis dels anys 1980 quan es podrà tornar a parlar d'un camí ben definit de creixement intens, superant-se amb solidesa els nivells que s'havien aconseguit en el pic del 1967. Aquest retorn al creixement es consolidarà i s'intensificarà a la segona meitat de la dècada dels anys 1980, just després de l'entrada d'Espanya a la CEE (vegeu el Gràfic 4).

A diferència de les importacions, l'evolució de les exportacions va tenir un comportament molt menys volàtil i va mostrar un creixement més sòlid (les exportacions van multiplicar-se per 400 durant aquest període mentre que les importacions van multiplicar-se per 300). Si analitzem en detall les tendències seguides per les exportacions, les caigudes observades en les exportacions no van tenir la mateixa intensitat que les caigudes de les importacions. El resultat fou que per a les exportacions va ser més senzill recuperar el camí de creixement. A l'estancament i creixement moderat dels anys 1940 i de mitjans dels anys 1950, els va seguir una acceleració a partir de la segona meitat del anys 1950.³¹ Després d'un cert estancament durant la segona meitat dels anys 1960, l'arribada dels anys 1970 va significar l'inici d'un gran període expansiu, amb taxes que van rondar el 20% anual de mitjana, nivells que es va mantenir fins a l'entrada d'Espanya a la CEE. A partir d'aquest moment, tot i que es van seguir observant elevades taxes de creixement, aquestes van ser menors que les observades en els períodes anteriors, al voltant del 15% anual (vegeu el Gràfic 4).

31 LLOBET (1959) ens mostra l'existència d'un cert dinamisme al sector del vi escumós a finals dels anys 1950. VALLS-JUNYENT (2011) i el treball de Raimon Soler en aquest mateix volum ens reafirmen el creixement que experimenta el sector en aquesta època, prèviament a l'expansió exterior dels anys 1960.

Gràfic 4. Evolució de les exportacions i de les importacions de vi escumós en quantitat, 1940-1990 (hectolitres)



Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys. Per transformar les dades expressades en tones a litres i hectolitres s'ha considerat que 1 litre equival a 1 Kg. Som conscients que aquesta assumpció pot comportar un biaix en les estimacions però considerem que aquest mai superarà el 5%. Per als anys 1969, 1970, 1971 i 1976, només es compta amb dades entre gener i setembre. En aquest cas, per a obtenir les dades anuals, s'ha extrapolat afegint-hi un 40% (suposem que el comerç és constant durant els quadrimestres). Entenem que aquesta és una aproximació del que podria ser el límit inferior que seguiria la sèrie aquests anys per la forta estacionalitat del producte.

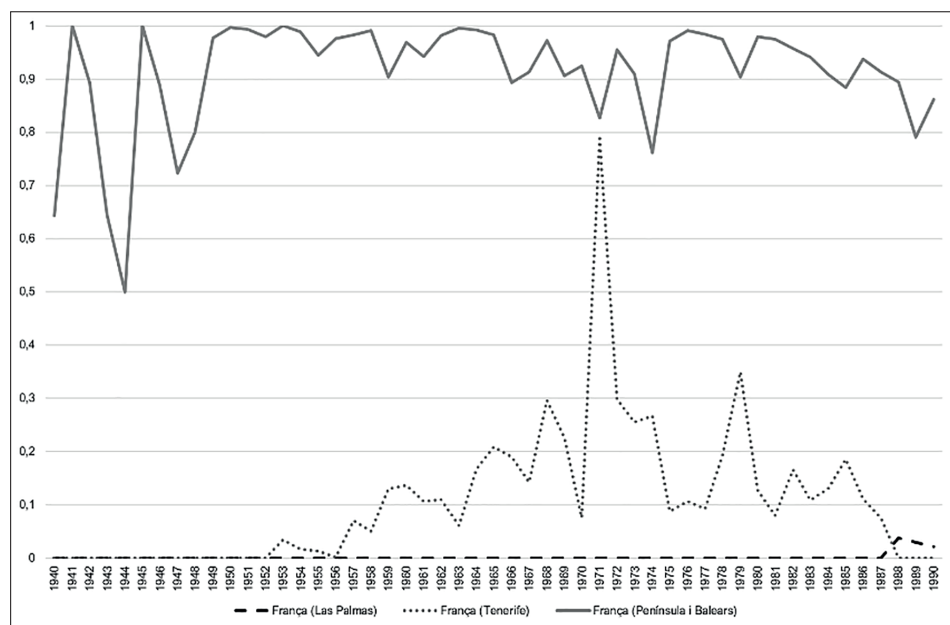
Si anem un pas més enllà i ens centrem en l'evolució de les importacions per països d'origen, observem com el predomini de les importacions franceses ha estat total, amb percentatges que sempre han estat per damunt del 80% i que en moltes ocasions han superat el 90%, seguint la tendència observada en el període anterior (vegeu el Gràfic 5).³² El pes que han tingut les importacions provinents d'altres països ha estat totalment marginal i només en anys puntuals tenen certa rellevància, coincidint en moments amb valors totals bastant petits i, per tant, moments en què petites variacions comporten oscil·lacions en els percentatges molt significatives. Alguns exemples d'aquests anys anòmals són les importacions que provenen d'Alemanya durant la Se-

32 En aquestes estimacions s'han considerat les importacions a Espanya, les Balears i les que entraven per regions amb una imposició especial com les Illes Canàries. S'ha de tenir en compte que les importacions que entren per aquestes regions especials, en alguns anys concrets, suposen més del 20% del total de les importacions. La seva ommissió suposaria un biaix important.

gona Guerra Mundial, les importacions de Portugal el 1944 i el 1946, les importacions puntuals de Gran Bretanya el 1947 o les provinents del Marroc Internacional en el període 1946-1948, fruit segurament del paper que va jugar aquest territori com a intermediari en els anys posteriors a la Segona Guerra Mundial.

Aquest predomini total de les importacions franceses es comença a posar en qüestió a partir dels anys 1980, coincidint amb l'entrada d'Espanya a la CEE. Tot i la pèrdua de pes, els seus múltiples competidors només aconsegueixen petites quotes de mercat. D'entre tots aquests competidors només en destaca Itàlia que aconsegueix assolir una quota de l'1% del total de les importacions en anys puntuals com el 1989.

Gràfic 5. Evolució de les importacions de vi escumós de França per diferents duanes en quantitat, 1940-1990 (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys. Veure la informació sobre l'elaboració de les dades del gràfic 4. S'han considerat les importacions per la Península i Balears i les importacions que entren per zones exemptes com les Illes Canàries.

A diferència de les importacions, les exportacions estaven molt més diversificades geogràficament (vegeu el Gràfic 6). Un primer grup de destins estaria format per aquells països o regions que van fer una funció intermediària, suposem que resultat directe de la situació d'aïllament en la que es trobava l'economia espanyola en la dècada dels 1940. Abans del 1953, les exportacions a Andorra, Canàries, Guinea Equatorial, Melilla i Ceuta van suposar més del 50% del total, arribant a pics del 80%. Dins d'aquest grup, les Illes Canàries van tenir un paper importantíssim durant els anys del

conflicte, Guinea i Ceuta el van tenir a finals dels anys 1940, mentre que Andorra va jugar un paper molt important durant la segona meitat dels anys 1940 i els primers anys de la dècada de 1950. S'han considerat les exportacions a les Illes Canàries, Ceuta, Melilla o Guinea Equatorial de manera separada perquè, malgrat formar part d'Espanya, plantejem la possibilitat de que bona part del comerç de vins escumosos cap a aquests territoris foren re-exportacions a altres països. A partir de 1953, les exportacions a les Illes Canàries i a Ceuta van deixar de reportar-se. Pel que fa a Andorra, va mantenir un paper rellevant fins a la dècada dels anys 1970 (mantenint-se en valors que representaven al voltant del 10% del total de les exportacions). A partir d'aquest moment, les exportacions a aquest destí van iniciar un lent declivi, convertint-se en marginals a finals dels anys 1980. En valors absoluts, les exportacions a Andorra van anar creixent lleugerament durant els anys 1960, 1970 i 1980, fins a arribar a establir-se al voltant dels 3.000 hl.³³

Un segon grup estaria conformat pels països de l'Amèrica Llatina, tradicional mercat de les exportacions abans de la Guerra Civil espanyola (veure la taula 1). Aquesta regió suposava, durant els anys 1940, 1950 i principis dels anys 1960, entre un 40% i un 60% de les exportacions totals d'Espanya. Durant els anys 1960 i 1970, el pes de la regió va començar a reduir-se, establint-se al voltant del 10%, per acabar sent del tot marginal a partir dels anys 1980. Dins d'aquesta regió observem com els principals destins van anar variant. Mentre que durant els anys 1940, Cuba, Mèxic i Puerto Rico van concentrar una part molt important de les exportacions, durant els anys 1950, El Salvador i Panamà van agafar el relleu. En darrer lloc, entre 1955 i principis dels anys 1960, Brasil va convertir-se en el motor de les exportacions, amb valors que superaven el 10%.³⁴

A partir d'aquest moment, les exportacions a la regió van tenir un paper marginal amb uns destins molt diversificats que suposaven entre l'1% i el 2%. Aquests percentatges augmentaven en períodes molt concrets com, per exemple, l'expansió de les exportacions a Veneçuela durant els anys 1975-78, lligada a l'expansió de la capacitat de compra del país arrel de la pujada dels preus del petroli.³⁵ Tot i aquesta pèrdua de pes de la regió com a destí preferent, les exportacions en volum van seguir sent rellevants, amb uns 3.000 hl durant les dècades dels anys 1970 i dels anys 1980, bastant superiors als 1.000 hl de la dècada anterior.

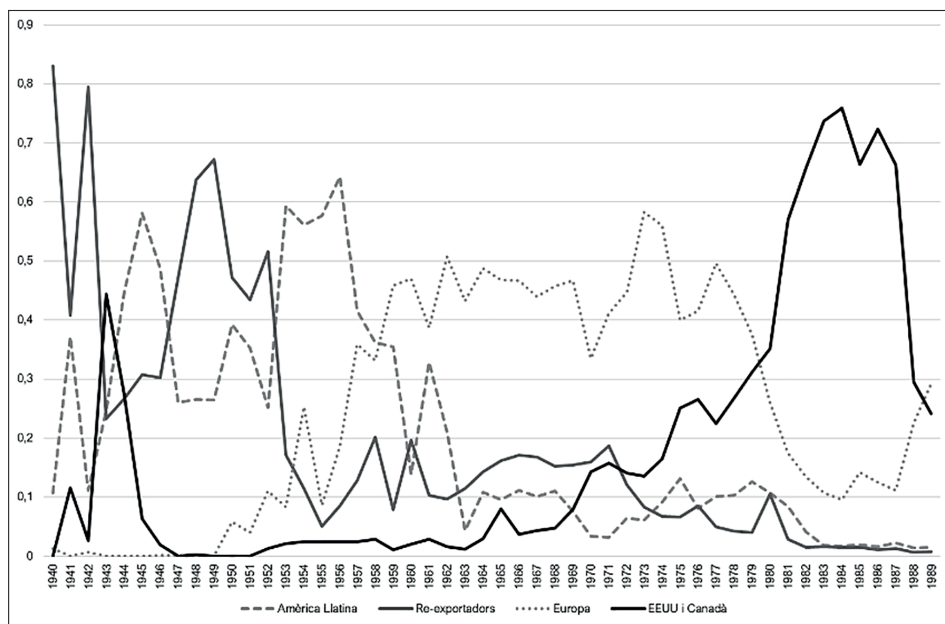
³³ La importància s'explica pel paper que jugava Andorra com distribuïdor de determinats productes als països veïns (tabac, sucre, begudes alcohòliques, entre d'altres).

³⁴ La Revolució Cubana de 1959 suposà el final de les exportacions a l'illa.

³⁵ Tot i que no forma part de l'Amèrica Llatina, les exportacions a les Filipines seguirien una pauta similar a la que s'ha descrit per a les antigues colònies de Cuba i Puerto Rico, amb una rellevància de les exportacions durant els anys 1946 i 1947, passant posteriorment a la irrellevància.

Un tercer grup seria el conformat pels països europeus. Les exportacions a aquests destins van tenir la seva època daurada des de finals dels anys 1950 a la segona meitat dels anys 1970. Inicialment, al final dels anys 1950, Islàndia va ser el principal destí amb percentatges que van superar el 10% del total. Durant els anys 1960, Alemanya i el Regne Unit van agafar el testimoni i van concentrar una part molt important de les exportacions, amb percentatges que van superar el 20% i el 30% respectivament, reduint-se després fins a percentatges que rondaven el 10%, ben entrada la dècada dels 1970. Polònia i Itàlia van convertir-se en un important destí durant els anys 1970 i, de nou, van passar a ser un destí molt minoritari als anys 1980. Bèlgica també va ser un destí important entre finals dels anys 1960 i principis dels anys 1970 amb percentatges que van arribar al 5% del total. Algun dels motius d'aquest fre i estancament en les exportacions a aquests destins, el podríem trobar en l'aturada econòmica derivada de la Crisi del Petroli. Un cop passada la crisi, aquests països ja no van recuperar el dinamisme que havien tingut en el passat i altres destins es van convertir en els motors de la gran expansió dels anys 1980 i 1990.

Gràfic 6. Evolució de les exportacions de vi escumós a diverses regions en quantitat, 1940-1990 (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys. Veure informació sobre l'elaboració de les dades del gràfic 4. En el cas de les re-exportacions s'han considerat les exportacions a Andorra i a territoris que formen (o formaven) part del territori espanyol com són Guinea Equatorial, Melilla, Ceuta i les Canàries. Es planteja la hipòtesi que la major part de les exportacions a aquests països seran exportades posteriorment.

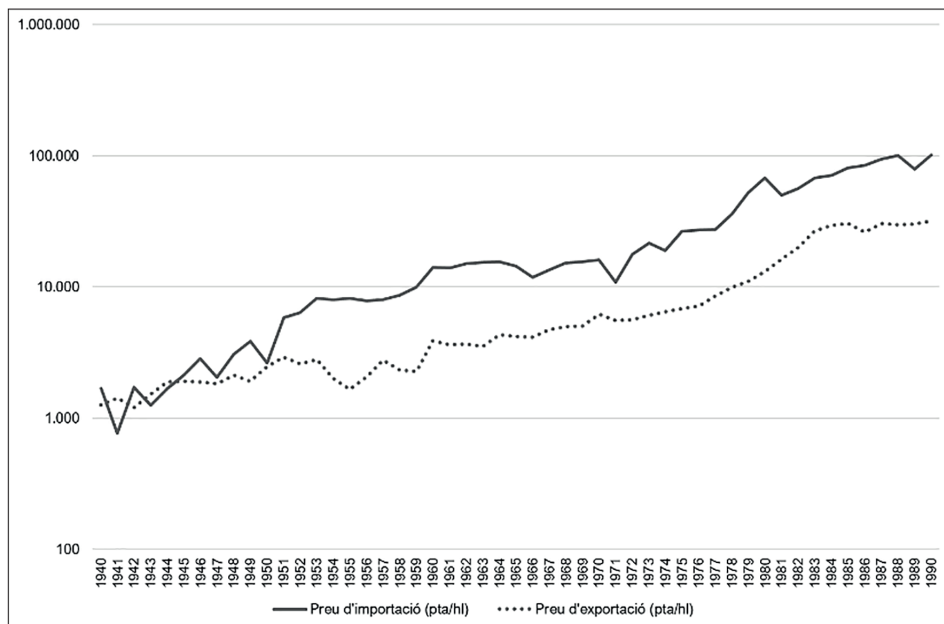
El darrer grup que considerem seria el format pels Estats Units i Canadà. Les exportacions a aquests destins van experimentar un creixement molt notable des de finals dels anys 1970, i es va consolidar durant bona part dels anys 1980, impulsat pel lideratge dels Estats Units. Les exportacions a Canadà van tenir el seu moment àlgid als anys 1970, suposant entre el 10% i el 20% del total de les exportacions. Els Estats Units van agafar el relleu a partir de l'any 1978. A partir d'aquest moment, i de manera molt accelerada, van passar de suposar menys del 5% de les exportacions (uns 1.200 hl), a superar el 60% en alguns moments dels anys 1980 (140.000 hl).

A partir de l'entrada d'Espanya a la CEE apareix una nova categoria a les estadístiques de les exportacions i de les importacions, la del tràfic de perfeccionament. Aquesta categoria es definia com aquelles exportacions que partien d'importacions que havien incorporat valor afegit. La seva inclusió comportava que en alguns casos, com les que tenien com a destí els Estats Units, arribarien a suposar un 20% de les exportacions totals i, per tant, compensaven bona part de la caiguda de les exportacions observades al Gràfic 6.

L'evolució del preu de les exportacions i de les importacions, de manera agregada i per països, ens permetrà veure si l'existència de mercats segmentats per origen i per destí que s'observava abans de la Primera Guerra Mundial, va perdurar en els períodes posteriors. El primer que podem afirmar és l'existència d'una tendència creixent en el llarg termini (vegeu el Gràfic 7). En segon lloc, observem com es va consolidar el diferencial existent entre els preus de les importacions i els preus de les exportacions, amb l'excepció dels anys volàtils de la Segona Guerra Mundial. Aquest resultat ens confirma l'existència d'una tendència clara cap a una marcada especialització de les importacions cap a vins escumosos de qualitat, sobretot francesos, i a una especialització de les exportacions basada en la capacitat d'oferir preus inferiors als d'altres productors. Si a més, separem les importacions que es van realitzar a través de les Illes Canàries, de les que es van realitzar a través de la península, observem un notable diferencial dels preus en favor de les entrades provinents de les Illes Canàries (d'entre el 10% i el 20% a partir de la dècada de 1970). Una possible explicació a aquest fenomen estaria en l'existència d'una major demanda de productes de qualitat associada a l'especialització turística de la regió.

Tal com hem indicat, bona part de les exportacions es basaven en una especialització clara per vins escumosos de menor qualitat i menor preu. El diferencial de preus que s'observa pels anys 1960 estava al voltant del 40%, magnitud que es va mantenir en els anys següents.

Gràfic 7. Evolució dels preus de les exportacions i de les importacions de vi escumós, 1940-1990 (pta / hl)

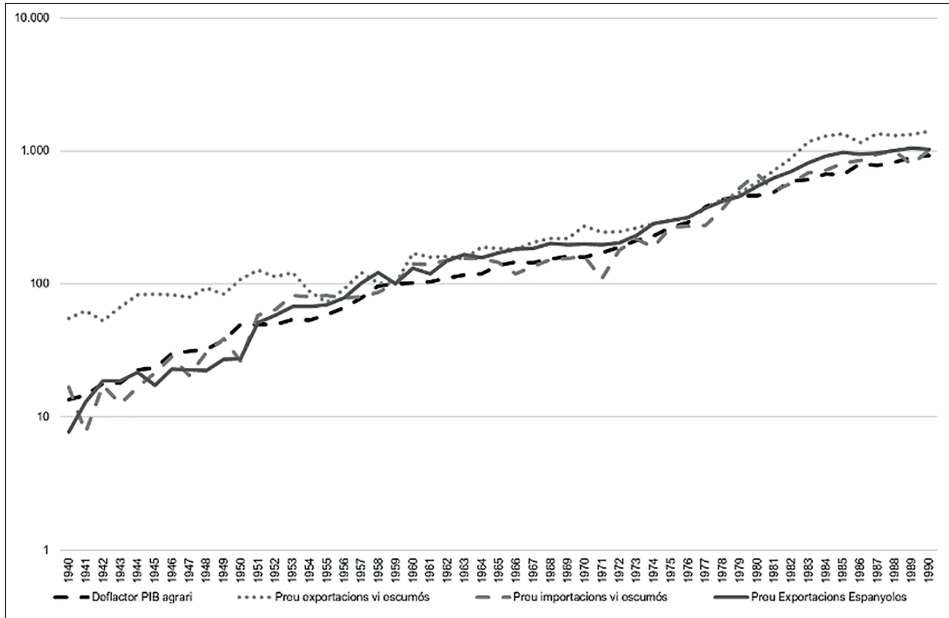


Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys. Veure la informació sobre l'elaboració de les dades del Gràfic 4. Per tal d'enllaçar les sèries en valor expressades en "Pesetas oro" s'ha considerat el deflactor proposat per SERRANO SANZ i ASENSIO CASTILLO (1997). La resta de valors estan expressats en pessetes.

Per avaluar si la tendència creixent observada en els preus és significativa, s'ha comparat amb l'evolució del deflactor del PIB agrari de Prados de la Escosura i amb l'evolució dels preus de les exportacions espanyoles en el mateix període, de Tena-Junguito.³⁶ Al gràfic 8 podem veure'n els resultats. Mentre que sembla clar que el preu de les importacions de vi escumós es va comportar de manera semblant al preu de les exportacions espanyoles, observem significatives diferències quan la comparació la fem amb l'evolució que va tenir el preu de les exportacions de vi escumós. Les diferències les identifiquem en diversos períodes concrets. En primer lloc, els anys 1940 i 1950 van ser uns anys d'estancament en els preus de les exportacions, diferenciant-se així del que passava amb la resta de variables indicades. A partir dels anys 1960, la tendència va canviar i l'evolució del preu de les exportacions ja es va començar a comportar de manera semblant al que observem en la resta de variables.

³⁶ PRADOS DE LA ESCOSURA (2017); TENA-JUNGUITO (2006).

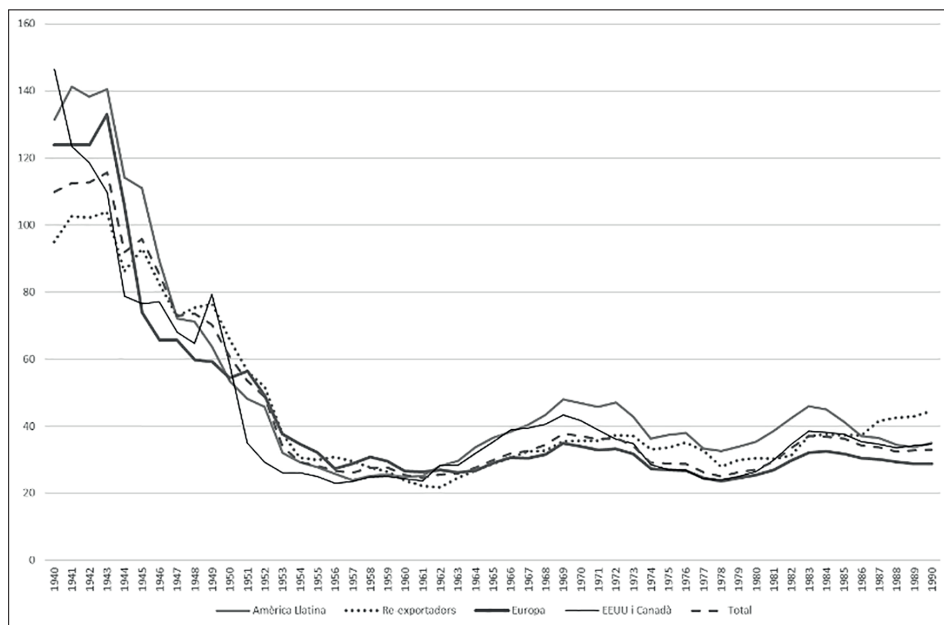
Gràfic 8. Evolució dels preus de les exportacions de vi escumós, de les importacions de vi escumós, del preu de les exportacions espanyoles i del deflactor del PIB agrari, 1940-1990 (1959=100)



Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys. Veure la informació sobre l'elaboració de les dades del gràfic 4 i del gràfic 7. S'han considerat les dades del deflactor del PIB agrari de PRADOS DE LA ESCOSURA (2017), i del preu de les exportacions espanyoles de TENA-JUNGUITO (2006).

La darrera aportació per aquest període és l'anàlisi de l'evolució dels preus diferenciant-ne les regions d'origen i destí. Per poder-ho comparar amb el que s'ha descrit fins al moment, mantenim l'agrupació per regions descrites anteriorment (vegeu el Gràfic 6). Els preus s'han analitzat en valors absoluts i en valors relatius respecte als preus de les importacions. Dels resultats que observem en podem extreure diverses conclusions. La primera és que hi va haver una caiguda generalitzada de preus de les exportacions entre els anys 1940 i els anys 1950, sent molt més intensa en aquelles regions que partien amb preus més elevats (Europa, els Estats Units i Canadà, i l'Amèrica Llatina). Per contra, el preu de les exportacions orientades cap a re-exportacions ja havien iniciat el període amb preus més baixos, mantenint-se després. Un cop es va establir la tendència, els preus de les exportacions que tenien com a destí l'Amèrica Llatina van mantenir uns preus superiors, mentre que els preus de les exportacions a Europa i als Estats Units i Canadà es van establir a la banda baixa (vegeu el gràfic 9).

Gràfic 9. Evolució dels preus de les exportacions de vi escumós a diferents regions, respecte al preu de les importacions de vi escumós, 1940-1990



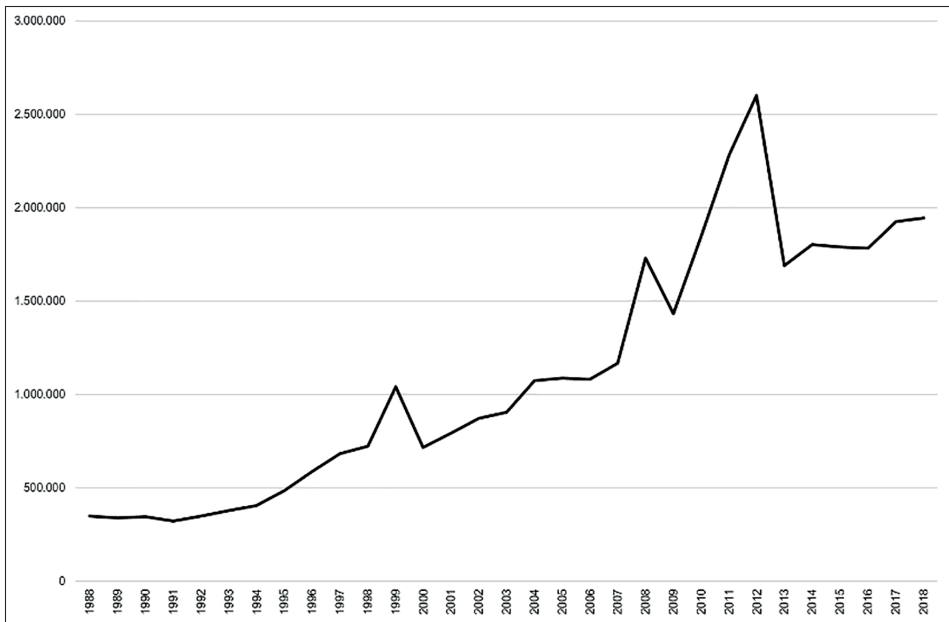
Font: Elaboració pròpia a partir de les *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, diversos anys. Veure la informació sobre l'elaboració de les dades del gràfic 4 i del gràfic 7. Amb l'objectiu de suavitzar la sèrie s'han considerat mitjanes mòbils de cinc anys.

4. El comerç exterior de vi escumós des de 1990 fins a l'actualitat

En el darrer apartat d'aquest capítol veurem l'evolució del sector des de 1990. En primer lloc assenyalem que a finals de la dècada dels 1980, les exportacions espanyoles de cava representaven una mica més d'un terç de la producció, fet que posava de relleu la importància creixent que tenia el mercat internacional (al 1980 només representava un 12%). Aquesta tendència es va anar reforçant amb el pas dels anys. Al 2001, la comercialització exterior de cava va superar per primera vegada, la comercialització interior i al 2012, les exportacions ja suposaven el 66% de la producció.

Aquesta creixent orientació exterior de la producció va ser fruit de dues tendències que van aparèixer de manera simultània. Per una banda, el creixement de les exportacions va ser formidable, consolidant-se després (vegeu el gràfic 10). Per altra banda, les vendes al mercat domèstic, tot i que encara van seguir creixent fins el 2005, van començar a mostrar signes d'esgotament i van iniciar un descens apreciable a partir d'aquella data, amb valors que representaven entre el 10% i el 15%.

Gràfic 10. Evolució de les exportacions de vi escumós, 1988-2018 (hectolitres)



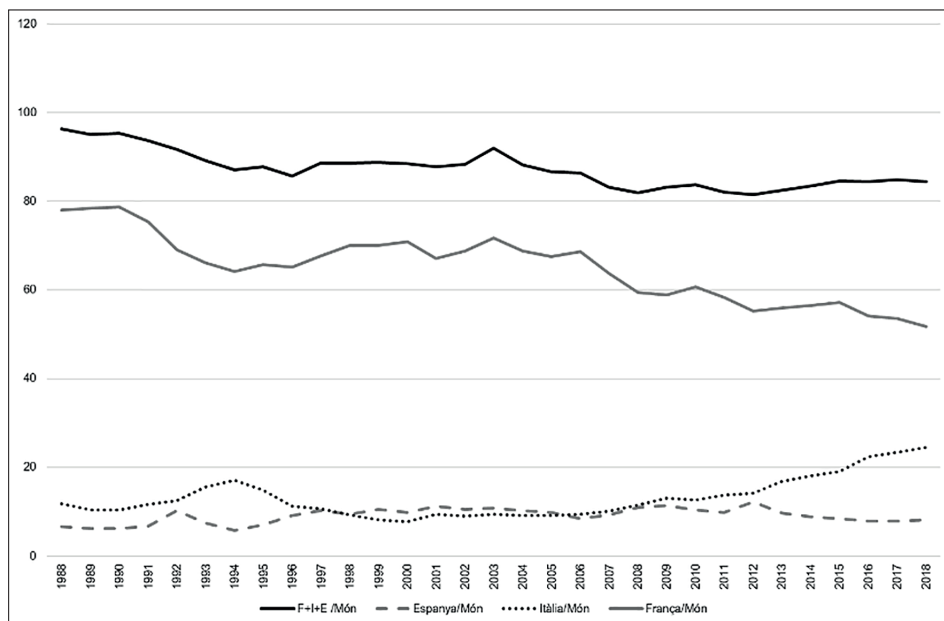
Font: Elaboració pròpia a partir de COMTRADE

Com ja hem indicat, el creixement de les exportacions va ser espectacular. Els aproximadament 340 mil hectolitres de vi escumós que s'exportaven a finals de la dècada dels vuitanta, es van duplicar amb escreix abans d'acabar la dècada dels noranta. A principis del segle XXI ja es van assolir un milió d'hectolitres, duplicant-se en pocs anys. En resum, entre el 1990 i el 2018, les quantitats exportades s'havien sextuplicat, el que justificaria parlar d'un creixement verdaderament explosiu. Encara que el creixement de les exportacions de vi espumós ha estat paral·lel al d'altres vins, el ritme ha estat major, guanyant pes en el volum de les exportacions totals. Així, mentre que el vi espumós només representava el 3% del vi exportat a principis de la dècada dels vuitanta, a principis dels noranta aquest percentatge oscil·lava entre el 5 i 8%. Des de l'any 2000 aquest percentatge s'ha mogut entre el 8 i 12%. En valor, la importància ha estat notablement major des dels inicis del boom exportador. Des de 1990 fins a l'actualitat, aquestes exportacions han representat entre un 15 i 20% del valor de les exportacions de vi. La conseqüència ha estat que, mentre Espanya era considerada un petit país exportador als anys 1990, actualment exporta volums similars al francès, encara que segueix estant notablement per sota de l'Itàlia, el qual s'ha convertit en el primer exportador mundial.

El creixement exportador espanyol dels darrers vint-i-cinc anys ha anat en paral·lel amb la duplicació de les exportacions mundials de vi escumós en volum, so-

bretot a partir de principis del segle XXI.³⁷ Si ho mirem en valor, les exportacions de vins escumosos de finals del segle XX estaven àmpliament dominades per França, la qual representava al voltant del 70% del valor total exportat. La participació espanyola i italiana, tot i ser significativa, quedava molt lluny de la francesa (la primera suposava un 10% mentre que la segona arribava a un 7%). En total, els tres grans exportadors concentraven prop del 90% del valor total exportat. Des de llavors, el pes dels grans exportadors ha anat caient uns 10 punts percentuals, per acabar ubicant-se entre el 80-85% del valor total, sobretot per la pèrdua significativa de la contribució francesa amb valors que superen els vint punts de caiguda, el modest guany de la participació espanyola, mantenint-se al voltant del 10% del valor total, l'espectacular creixement de la contribució italiana, la qual ja supera el 20% del total, i l'entrada d'altres actors (vegeu el gràfic 11).

Gràfic 11. Percentatges de les exportacions de vi escumós de França, Itàlia i Espanya sobre el total mundial (en valor)



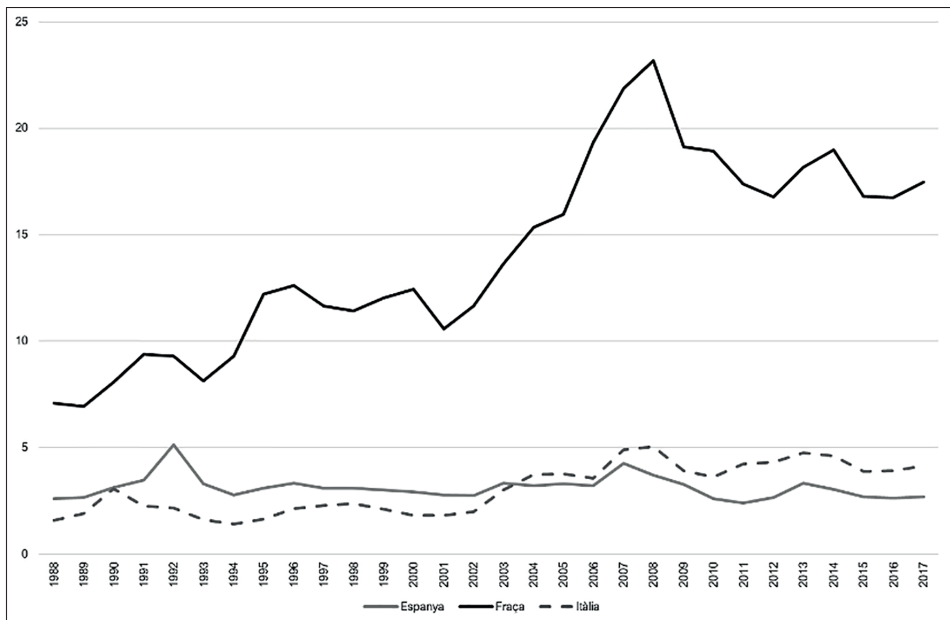
Font: Elaboració pròpia a partir de COMTRADE

L'evolució de la tendència i dels nivells dels valors unitaris de les exportacions ens permet assenyalar les grans diferències existents entre els tres grans països (vegeu el gràfic 12). Per una banda, el xampany francès es manté en valors unitaris cada vegada més grans, arribant a més que quadruplicar-ne el preu. Per tant, confirmem que

³⁷ ANDERSON, NELGEN i PINILLA (2017).

el xampany francès es manté com un producte orientat als segments de consum amb major capacitat adquisitiva, mentre que el *prosecco* i el cava, amb un avantatge creixent en favor del primer, ocupen un segment del mercat molt inferior. Per tant, podem concloure que l'especialització en favor de productes d'alta qualitat i un modest creixement del volum, són les senyes d'identitat del model francès, mentre que el model espanyol i italià es caracteritza per una especialització en baix preu i augments notables de la exportacions en quantitat, aconseguint enormes creixements en volum.

Gràfic 12. Valors unitaris de les exportacions de vi escumós (US\$ / litre)



Font: Elaboració pròpia a partir de COMTRADE.

Pel que fa als motius que expliquen el descens de vendes al mercat interior els trobem en dos fets. Per una banda, la producció de cava en el marc del Mercat Únic Europeu, ha d'enfrontar-se a la creixent competència de les exportacions franceses i italianes, molt intenses en les últimes dècades. Tot i que el volum importat és comparativament petit en comparació amb el consum total, el seu percentatge no ha parat de créixer des del 2000, i s'ha passat d'aproximadament suposar menys del 3%, a situar-se en valors propers al 10% al 2017. A més, és important destacar que la cobertura de les exportacions sobre les importacions en valor, s'ha anat reduint de manera significativa (s'ha passat d'un 700% al 1998 a valors al voltant del 450% el 2018). L'explicació estaria en el fet que França s'ha consolidat com el principal país origen de les importacions, amb valors unitaris del xampany notablement superiors al preu de les exportacions de

cava espanyol. Per altra banda, la caiguda de vendes del cava al mercat interior ha estat resultat, en part, d'un lleu descens del consum per habitant, d'un 22% entre el 2000 i el 2017 (tot i que força inferior a la caiguda que s'ha observat en el consum de vi que, entre les mateixes dates, rondaria el 50%).³⁸

A mode de conclusió, assenyalaríem que la gran expansió exportadora s'ha realitzat a partir d'una elevada concentració en les destinacions que ha anat perdent força en els anys més recents, tal com ho demostra el fet que als anys 2000-2001 els principals destins suposaven el 81% de les exportacions i, dues dècades després, els mateixos països només significaven el 64%. Europa i en particular, la Unió Europea, han estat els principals mercats que han concentrat la major part de les exportacions de cava. Just al principi del segle XXI, observem com el 84% del volum exportat ja tènia com a destinació el continent europeu (principalment a la Unió Europea). Aquesta gran concentració decau en les dècades següents, observant-se una certa diversificació en el destí (al 2017-2018, Europa havia passat a representar un 74% de les exportacions, mentre que els països de la Unió Europea, malgrat les successives ampliacions, havia caigut al 69%). En concret, observem com les exportacions a Alemanya haurien caigut notablement, passant del 55% al 19%, a Bèlgica hauria passat just el contrari i les exportacions haurien passat de només representar l'1% a ser el 17%, i en darrer lloc, el Regne Unit, amb un comportament molt més estable, haurien oscil·lat entre un 15 i un 25%. Aquesta caiguda s'explicaria per l'augment de les exportacions al continent americà, repetint-se el que havia passat als anys 1980 (en aquest període han passat de representar l'11% del total al 19%). En concret, aquesta expansió s'explica també per la importància que ha adquirit el mercat dels Estats Units, el qual ha passat d'importar el 8% de les exportacions espanyoles el 2000, a poc més del 13% el 2017. Pel que fa al mercat asiàtic, tot i que la seva importància es creixent, el seu pes segueix sent marginal, passant de representar el 2% al 6%.

5. Conclusions

La indústria del cava va sorgir en algunes localitats catalanes quan alguns emprenedors van tractar d'imitar la producció de vi escumós seguint el mètode *champenoise*. La seva gran oportunitat va arribar amb l'enfrontament comercial de 1891 entre França i Espanya, ja que els dos països van elevar considerablement els aranzels als vins importats. Això va permetre que els productors de vi escumós, i molt especialment la casa Codorniu, multipliquessin la seva producció i arribessin a ser els principals proveïdors del mercat espanyol en el segment de preu baix, mentre que el *champagne* francès continuava sent la beguda escumosa preferida de la burgesia i dels grups de renda alta.

³⁸ ANDERSON i PINILLA (2020).

L'autarquia i l'elevada protecció de l'economia espanyola de la postguerra van suposar un parèntesi. A partir dels anys 1960, la millora de la capacitat adquisitiva de part de la població espanyola, va suposar un nou impuls als productors de vi escumós que orientaven les seves vendes al mercat domèstic. La seva producció va continuar incrementant-se en els anys següents i, en paral·lel, les exportacions van començar a agafar embranzida. Els aproximadament 1.000 hl que s'exportaven al 1970 es van convertir en més de 100.000 hl a principis dels anys vuitanta. Mica en mica, el cava va anar obrint-se pas als mercats internacionals gràcies a poder oferir un preu comparativament molt baix respecte al *champagne* francès, en uns anys de gran expansió del consum de vi escumós al món. A diferència del que havia passat a finals del s. XIX, Freixenet va ser l'empresa que va liderar aquest gran impuls exportador, tot i que altres empreses com Codorniu, la seva gran competidora al mercat domèstic, tampoc van quedar-se endarrere.³⁹

L'entrada a la CEE, la saturació del mercat domèstic i la maduració de la indústria del cava van propiciar un creixement molt substancial de les exportacions, que des de principis del segle XXI ja suposaven més d'un milió d'hectolitres, havent-se duplicat en pocs anys. Aquesta gran expansió exportadora es va aconseguir gràcies a un major especialització en el segment de baix preu. Darrerament, aquesta posició en el mercat mundial, tot i que segueix sent important, s'ha vist erosionada per l'aparició d'Itàlia, un competidor molt dinàmic que ha basat la seva estratègia en les exportacions del *prosecco*, un vi escumós de baix preu. Aquest estancament dels darrers anys a portat al qüestionament del model de creixement basat en un producte de preus baixos pel qual han optat les empreses més representatives del sector. Com a conseqüència d'aquesta situació una part dels productors han optat per un gir en la seva estratègia i han cercat especialitzar-se en la producció de vins escumosos de major qualitat i major preu, fora de la marca cava. Alguns exemples els trobem a la principal regió productora, el Penedès, on han sorgit noves marques d'alta qualitat com el *Clàssic Penedès* o el *Corpinnat*. Els resultats d'aquesta estratègia encara no es poden avaluar, ni tampoc es pot conèixer la veritable dimensió d'aquesta estratègia complementària en el marc de l'estructura global del sector (tan en valor com en preu unitari), però mostren la voluntat existent al sector de trobar alternatives a la situació existent.

39 VALLS-JUNYENT (2011).

LA CONSOLIDACIÓ DE LA REVOLUCIÓ VITIVINÍCOLA DEL PRIORAT AL COMENÇAMENT DEL SEGLE XXI

Miquel-Àngel Bové-Sans

Departament d'Economia, Universitat Rovira i Virgili

Resum: El sector vitivinícola del Priorat, a partir de finals de la dècada de 1980, va registrar una sèrie de canvis que van generar un procés gradual de transformació, modificant la seva tendència històrica de declivi. L'impuls d'un reduït grup de joves viticultors va iniciar l'aplicació de millores en els processos d'elaboració, en la comercialització i la capacitat per accedir als mercats internacionals, que van fer possible el reconeixement internacional de la qualitat dels nous vins del Priorat, així com la recuperació de la producció i de les vendes. La incorporació progressiva d'una segona generació d'elaboradors va consolidar la «revolució vitivinícola» del Priorat històric, estenent-se també per la resta de la comarca. Més recentment, la generació gradual d'una oferta enoturística, s'ha convertit en una eina important de comercialització directa, reforçant el coneixement i la valoració de la singularitat dels seus vins i el seu paisatge.

Paraules clau: Sector vitivinícola; innovació; comercialització; internacionalització; enoturisme

Resumen: El sector vitivinícola del Priorat, a partir de finales de la década de 1980, registro una serie de cambios que generaron un proceso gradual de transformación, modificando su tendencia histórica de decadencia. El impulso de un reducido grupo de jóvenes viticultores inició la aplicación mejoras en los procesos de elaboración, en la comercialización y la capacidad de acceder a los mercados internacionales, que hicieron posible el reconocimiento internacional de la calidad de los nuevos vinos del Priorat, así como la recuperación de la producción y de las ventas. La incorporación progresiva de una segunda generación de elaboradores consolidó la «revolución vitivinícola» del Priorat histórico, extendiéndose también por el resto de la comarca. Más recientemente, la generación gradual de una oferta enoturística, se ha convertido en un instrumento importante de comercialización directa, reforzando el conocimiento y la valoración de la singularidad de sus vinos y su paisaje.

Palabras clave: Sector vitivinícola, innovación, comercialización, internacionalización, enoturismo

Abstract: Since the late 1980s, the wine sector in the region of Priorat has undergone a series of changes that have gradually transformed wine production in the area and reversed a long period of decline. A small group of young winemakers began to implement improvements in production, marketing and the ability to access international markets, which led to the international recognition of the quality of the new wines produced in the Priorat and an increase of production and sales. The progressive incorporation of a second generation of producers consolidated the historical Priorat «wine revolution» and spread it to the rest of the region, too. More recently, the gradual development of a wine tourism industry has in turn created an important tool for direct marketing and for strengthening knowledge and appreciation of the uniqueness of the wines and landscape of the Priorat.

Keywords: wine sector, innovation, marketing, internationalization, wine tourism

1. Introducció

Al llarg del segle xx, la comarca del Priorat va patir un procés de declivi demogràfic i econòmic continuat, amb la reducció progressiva de la producció vitivinícola, que es caracteritzava per uns vins d'alta graduació alcohòlica, amb molt de cos i color intens, venuts gairebé sempre a doll. Com tantes comarques rurals catalanes, la població del Priorat va començar a disminuir a finals del segle XIX, a partir de la crisi de la fil·loxera. A més, la particular orografia del Priorat va limitar les possibilitats de recuperació del sector agrari, i la falta de bones comunicacions i infraestructures han afavorit històricament el seu despoblament, molt accentuat durant dècades. Margalef assenyalava com a principals característiques de la comarca al començament dels anys 1990, la població envellida per la forta emigració, l'escàs nivell de capital humà, l'activitat productiva centrada en productes agrícoles tradicionals (vi, oli, avellanes i ametlles) amb una base comercial i tradició cooperativista, un Producte Interior Brut per càpita situat en el 75% de la mitjana catalana i un important pes de les pensions de jubilació en la renda familiar disponible de la comarca.¹

Tanmateix, aleshores ja s'havia iniciat una transformació en l'elaboració dels vins que, tot i que alguns escèptics ho posaven en dubte, ha acabat consolidant el Priorat com una de les regions vitivinícoles amb més projecció internacional en els mercats de gamma alta. Avui, després de trenta anys de l'aparició dels nous vins del Priorat, ens plantejem analitzar com tots aquests canvis i innovacions queden reflectides en les dades del sector sobretot en termes de volum de vendes de vi, nivell d'exportació i reconeixement de la qualitat dels seus vins, per tal de poder comprovar o no la consolidació de l'èxit del sector vitivinícola del Priorat. L'objectiu principal que ens hem plantejat en aquest treball és l'anàlisi d'aquesta transformació durant els darrers anys i el desenvolupament d'un nou instrument de comercialització directa per als cellers, com és l'enoturisme.

La investigació sobre innovació en la indústria del vi, des d'una perspectiva econòmica, ha seguit dues perspectives: a) l'anàlisi institucional, que posa de manifest la influència de la tecnologia i de les institucions en els canvis econòmics en aquesta indústria, i b) l'anàlisi sobre projectes d'innovació, com ara l'elaboració d'un nou vi, l'adopció d'una nova tecnologia o d'un nou procés per part dels viticultors o dels elaboradors.² La majoria d'investigacions en aquest àmbit es centren en l'anàlisi d'un dels components del procés d'innovació i, especialment, en els relacionats amb la tecnologia i el producte, sent escassos els treballs sobre els canvis en els models organitzatius de les empreses.³ D'altra banda, a partir dels anys noranta, amb el creixement de la

¹ MARGALEF (2001).

² TOUZARD (2010).

³ MUHR i REBELO (2011).

indústria del vi als anomenats «Països del Nou Món» (Estats Units, Austràlia, Nova Zelanda, Argentina, Xile i Sudàfrica) sorgeixen investigacions més sistemàtiques sobre innovació en el sector del vi. La majoria d'aquests treballs subratllen el paper dels sistemes d'innovació en l'aparició i l'èxit d'aquests països en el mercat internacional del vi, remarcant les relacions entre les empreses i els centres públics d'investigació. S'utilitza el concepte de *cluster* per tal d'analitzar les relacions entre els agents econòmics, les estratègies de R+D, les administracions públiques i les organitzacions professionals; concentrant-se principalment en l'estudi dels sistemes d'innovació regional i dels *clusters*, dedicant però poca atenció al paper dels *networks* (xarxes relacionals) entre petites i mitjanes empreses com a estratègia d'èxit en el mercat global del vi.

Un altre aspecte rellevant, a l'hora d'analitzar l'èxit de la transformació i la consolidació del sector vitivinícola del Priorat és l'efecte de la innovació sobre el comportament exportador de les empreses i el seu grau d'internacionalització. Molts estudis emfatitzen la importància de seguir una estratègia d'innovació i que el desenvolupament de la capacitat innovadora en l'empresa és un dels principals estímuls que impulsen a les empreses a iniciar la seva activitat exportadora. En aquest sentit, es demostra que per a les empreses industrials espanyoles, la innovació induïx l'increment de les seves activitats exportadores.⁴ En aquest àmbit, la internacionalització pot representar per a les empreses una manera d'explotar les seves innovacions i millorar els seus resultats econòmics.⁵ En aquest mateix sentit, la literatura sobre gestió de la innovació estableix, generalment, que les empreses innovadores s'introdueixen en els mercats exteriors per tal d'incrementar el seu volum de vendes.⁶

D'altra banda, també cal considerar com una innovació, per part dels elaboradors de vi, el progressiu desenvolupament d'activitats enoturístiques, basades en les visites als cellers i a les vinyes, així com l'oferta d'activitats divulgatives i formatives, per a donar a conèixer els seus vins i el territori on s'elaboren. En aquest àmbit, es pot observar, des de finals dels anys 1990 un significant increment, a nivell internacional, del nombre de turistes interessats en el món del vi, que viatgen per conèixer zones vitivinícoles, cellers i productors.⁷ D'aquesta manera, el turisme del vi o enoturisme li proporciona un important i assequible canal de distribució, i altres serveis associats, directament als consumidors.⁸ A més, a través de serveis complementaris orientats als visitants, els productors de vi poden construir fidelitat a la seva marca, millorar el coneixement dels consumidors, crear una imatge positiva dels seus vins i desenvolupar una estreta relació amb el consumidor gràcies a les experiències viscudes in

4 MONTREAL-PÉREZ, ARAGÓN-SÁNCHEZ i SÁNCHEZ-MARÍN (2012).

5 FILIPESCU, RIALP i RIALP (2009).

6 TIDD, BESSANT i PAVITT (1997).

7 GETZ (2000); MITCHELL i HALL (2004).

8 GETZ i BROWN (2006).

situ.⁹ La rellevància de les activitats enoturístiques queda en evidència si ens fixem en algunes estimacions que situen en 10 milions el nombre d'enoturistes a França l'any 2016, generant una despesa de 5,2 bilions d'euros; o que a Itàlia, per l'any 2012, es van estimar al voltant de 5 milions d'enoturistes i 2,5 bilions d'euros de despesa; mentre que a Espanya es situarien al voltant dels 3,6 milions de turistes que realitzen activitats enoturístiques. Per tant, sembla clar, que al segle XXI el sector del vi i el sector turístic, estan cada vegada més interconnectats, podent-se generar sinergies mútuament beneficioses, sempre que es desenvolupin productes i serveis coherents amb les exigències de qualitat i singularització dels consumidors, i es respecti l'entorn natural i el patrimoni cultural de les regions/destinacions productores de vi.

Aquest treball continua algunes de les recerques realitzades anteriorment, centrades en la DOQ Priorat, amb dades del període de recuperació després de la crisi econòmica internacional del 2008 i amplia l'àmbit territorial d'anàlisi incloent les dades sobre la DO Montsant per tal de tenir una visió completa de l'evolució del sector vitivinícola al conjunt de la comarca del Priorat.

Hem buscat i recollit els diversos tipus d'informació quantitativa que ens permetin mesurar l'evolució econòmica del sector, principalment en termes de comercialització de vi, així com sobre el grau de reconeixement de la qualitat dels vins. Al tractar-se d'un sector tradicional, classificat com de baixa tecnologia, ens trobem amb la dificultat de no disposar d'informació sobre el valor econòmic de la incorporació d'innovació en els seus processos productius. En una segona part del treball, s'estudia el nivell de desenvolupament de l'enoturisme al Priorat, en termes d'evolució de visitants als cellers i de l'oferta d'allotjament turístic. Entenent que el turisme del vi representa per als cellers un instrument important de comercialització directa que sorgeix amb força a les principals regions vinícoles de tot el món. Tot això ens permet anar encaixant les peces necessàries per obtenir una comprensió adequada sobre com ha anat evolucionant la consolidació de la indústria vitivinícola del Priorat, i que ens pot servir d'exemple per a altres sectors productius tradicionals, els quals sovint es considera poc dinàmics i amb poques possibilitats d'incorporar innovació, d'afegir valor als seus productes, d'internacionalitzar les seves vendes i de millorar la capacitat de generar activitat econòmica i ocupació en els seus territoris.

2. Evolució històrica del sector vitivinícola del Priorat

Les primeres referències escrites sobre l'existència de vinyes al Priorat es troben en documents medievals de cessió de terres. A la carta de població d'Ulldemolins de 1166, o a la de Cabacés de 1185, el bisbe de Tortosa esmenta les vinyes. Quan el 1194 l'ordre

⁹ ASERO i PATTI (2011).

dels cartoixans, procedents de la Provença, es va instal·lar al peu de la serralada del Montsant, es va organitzar el territori en granges i, entre altres productes, es conreava la vinya. El vi era un component important de la dieta i un element indispensable per la celebració de les misses al monestir i a les esglésies. La Cartoixa d'Escaladei disposava d'un bon celler a la Conreria, situada a poc més d'un quilòmetre del monestir, on es desenvolupava l'activitat agrícola i artesanal. També en el monestir cistercenc del Bonrepòs, al terme de la Morera, s'ocupaven de l'activitat vitivinícola, tal com demostra un inventari del 1204 on consta que posseïen de vinyes, botes i cups.¹⁰

Però no va ser fins al segle XVIII que la vinya es va convertir en el conreu majoritari del Priorat, degut a la demanda internacional d'aiguardent procedent de la destil·lació del vi. L'aiguardent era una bona mercaderia per al comerç ja que, contràriament al que passava amb el vi, no es feia malbé i s'utilitzava com a beguda principal en les travessies marítimes. Durant el segle XVIII s'acumulen grans capitals a la comarca. Un factor que va beneficiar el Priorat va ser la proximitat amb la ciutat de Reus, que es convertí en una de les principals places mercantils del país, des d'on les grans companyies organitzaven expedicions comercials que sortien del port de Salou.¹¹

Un cop superats els conflictes social i polítics de la primera meitat del segle XIX, entre ells la desamortització de la Cartoixa d'Escaladei, a partir de 1840 comença un altra període de prosperitat econòmica per al Priorat. Es recuperen els mercats amb una tendència a incrementar les exportacions de vins en detriment de l'aiguardent. L'any 1868 apareix la fil·loxera a França i la producció de vi francès es va reduir tant que van necessitar importar-ne per satisfer la pròpia demanda interna. Catalunya, amb les vinyes intactes, es va trobar en una situació immillorable per proveir el mercat francès començant l'anomenada «febre d'or» de la viticultura catalana.¹²

Al Priorat, aquest període coincideix amb els anys de major població de la comarca, assolint els 27.958 habitants en el cens de 1887. Durant aquests anys va ser tanta la demanda de vi que la seva adulteració es va convertir en una pràctica habitual per part de bastants productors de vi catalans. Aprofitant com excusa aquests fraus el mercat francès va tancar les fronteres al vi català, i els preus van baixar sobtadament a partir de 1887. Va ser la primera evidència de la crisi del sector vitivinícola, que va ser més greu en les zones muntanyoses que no tenien altres alternatives de conreu, com era el cas del Priorat. El declivi econòmic es va agreujar quan al 1893 la fil·loxera arriba a la comarca i va matant els ceps. La substitució de les vinyes autòctones per ceps amb peus americans es va realitzar en les finques més productives, mentre que els trossos amb costers de forts pendents i més difícils de conrear es van abandonar o substituir per al-

10 FIGUERAS (2012).

11 SEGARRA (1994); VALLS-JUNYENT (2004a).

12 GIRALT RAVENTÓS (1990).

tres conreus com els avellaners o els ametllers.¹³ Associada a la progressiva reducció de la superfície agrícola, també es produí la conseqüent reducció en la producció de vi a la comarca. La creació de cellers cooperatius entre 1913 i 1936 per tal de reduir despeses, compartir les inversions per modernitzar el sector i millorar la qualitat dels vins, no va evitar el declivi econòmic i demogràfic de la comarca.¹⁴

La reestructuració del sector vitivinícola del Priorat no es va iniciar fins als anys 1980, posant fi a una decadència que es remuntava a finals dels segle XIX, com a conseqüència dels efectes de la plaga de la fil·loxera sobre un territori eminentment vitivinícola, com ja assenyalava Romà Perpinyà al 1928.¹⁵ La idea d'apostar per la qualitat dels vins del Priorat per fer front a la crisi ja quedava palesa en alguns articles i publicacions dels anys 1920, aparegudes a la revista *Priorat*, al *Butlletí de la Cambra Agrícola Oficial de Falset i sa comarca* o a *La Veu de Catalunya*, en el cas del treball esmentat abans de Romà Perpinyà. L'objectiu era poder tornar a associar el nom del Priorat als vins de prestigi. L'any 1927, els pobles del Priorat d'Escaladei ja es van agrupar i començaren les gestions per aconseguir una marca pròpia i una legislació que protegís el nom del Priorat. Les gestions davant el Ministeri d'Economia i Foment es van reflectir en l'*Estatuto de Vino* del 1932, al qual la zona del Priorat d'Escaladei tenia per primer cop consideració de denominació d'origen i, per tant, es protegia el nom geogràfic. El 5 de setembre de 1933 el Ministeri d'Agricultura va publicar l'ordre per la qual quedava constituït el Consell de la Denominació d'Origen Priorat. Però el principal obstacle va ser establir-ne els seus límits territorials i la Guerra Civil va acabar amb tota possibilitat de recuperació. No va ser fins el 1953, després de moltes discussions sobre els límits territorials, que es va aprovar la Denominació d'Origen (DO) Priorat, que donava la personalitat jurídica, necessària per a la protecció del nom i la qualitat dels vins, així com per millorar-ne la comercialització. El reconeixement com a DO exigia que els raïms amb els que s'elaborava el vi procedissin només de la zona geogràfica de la DO; les característiques i la qualitat havien de ser especials i concretes de la zona, de manera que els vins gaudissin d'un prestigi comercial gràcies al lloc d'origen.

Però l'efecte esperat de recuperació del sector vitivinícola no es va produir i va continuar el procés de davallada, cada cop més agreujat pel constant despoblament, l'envelliment de la població, la baixa producció i les dificultats tècniques del conreu de les vinyes. El declivi en el volum de producció de vi de la DO Priorat tocà fons al 1990, amb 5.000 hectolitres, i s'inicià a partir d'aleshores la fase de recuperació, creixement i transformació dels seus vins. L'any 2000 la DO Priorat, creada al 1953, obtingué la condició de Denominació d'Origen Qualificada (DOQ) que suposa un major

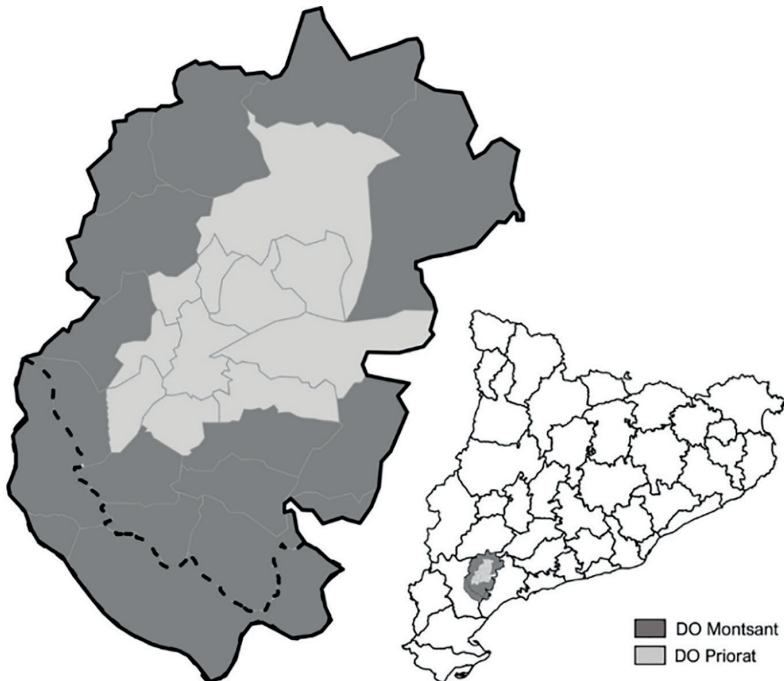
13 MARGALEF i TASIÀS (1985).

14 PLANAS (2015).

15 PERPINYÀ (1928).

grau de reconeixement a la qualitat extraordinària dels seus vins, en relació a les altres Denominacions d'Origen. A Espanya només n'existeixen dues: La Rioja i Priorat. Els reglaments de les DOQ són més exigents a l'hora de controlar la major qualitat dels seus vins i així, per exemple, tot el vi produït s'ha de vendre embotellat des dels cellers inscrits i ubicats a la zona geogràfica delimitada; el vi ha de passar per un sistema de control de qualitat i quantitat, des de la seva producció fins a la seva comercialització, que inclou un control físic-químic i organolèptic per lots homogenis de volum limitat; també hi ha d'haver una delimitació cartogràfica per municipis dels terrenys aptes per elaborar vins amb dret a la DOQ. D'altra banda, l'any 2002 es va crear la DO Montsant, a partir de l'antiga Subzona Falset de la DO Tarragona, que s'afegí a aquest procés de transformació, ja entrat el segle XXI. L'anomenat Priorat Històric, més una part dels termes municipals de Falset i El Molar, s'integraren a la DOQ Priorat, mentre que els altres municipis de la comarca van entrar a formar part de la DO Montsant. Amb una extensió total de 496,3 km², la comarca del Priorat compta actualment (2020) amb 9.160 habitants, distribuïts entre vint-i-tres municipis de menys de mil habitants, exceptuant Falset, la capital de comarca, que compta amb 2.735 persones.

Mapa 1. Localització de la comarca del Priorat i de les Denominacions d'Origen



Font: elaboració pròpia.

Nota: la línia de punts delimita la comarca del Priorat de la qual no formen part els municipis de Garcia, Mora la Nova i Tivissa, que s'integren parcialment en la DO Montsant.

L'interès de la nostra anàlisi es centrarà en el període de consolidació amb el canvi de segle i ens fixarem més en les dades de comercialització del vi que en les de la seva producció, ja que els valors de la comercialització reflecteixen millor l'evolució econòmica del sector del vi. Abans, però hem d'explicar com s'inicià la recuperació.

3. La recuperació i el *boom* del Priorat

Tal com vàrem explicar en un treball anterior,¹⁶ quan a finals dels anys 1980 el Priorat semblava una comarca gairebé abandonada i sense perspectives de futur, un petit grup de viticultors –alguns procedents de fora de la comarca– van començar a aprofitar el potencial que oferien les terres per a l'elaboració de vins de qualitat, recuperant les vinyes velles, incorporant les noves tècniques enològiques i comercialitzant els seus vins amb una visió empresarial moderna. S'inicià d'aquesta manera un projecte que transformaria radicalment el sector del vi i el conjunt de la comarca. Els canvis es van produir inicialment a la DO Priorat; però amb el temps es van anar estenen en el conjunt d'elaboradors d'aquesta zona, i uns anys més tard, també s'amplià a la DO Montsant, creada l'any 2002.

Aquests pioners van començar els seus projectes aprofitant la seva experiència i els seus coneixements, és a dir fonamentalment el capital humà, sense uns grans costos d'entrada en la producció i la comercialització dels seus vins, degut a la gran devaluació que havien patit els preus de les vinyes del Priorat, així com a la possibilitat d'utilitzar les estructures de les cooperatives agrícoles existents a la comarca, com a proveïdores de productes i serveis. Tanmateix, aquesta recuperació no hauria estat possible sense els viticultors de la pròpia comarca que, malgrat la llarga crisi del sector, havien aconseguit mantenir les vinyes i la tradició vitivinícola.¹⁷ Tot plegat va fer que es recuperessin les vinyes o que sorgissin iniciatives de persones amb major o menor vinculació a la comarca, i amb o sense relació prèvia amb el món del vi, s'afegissin al desenvolupament dels *nous priorats*. A més, la continuïtat del procés de recuperació i expansió dels vins del Priorat es va assegurar amb l'aparició de joves viticultors, que buscaren el seu lloc en el mercat del vi de gran qualitat. Sens dubte que en tot aquest procés de transformació del sector el Consell Regulador de la DOQ Priorat va tenir-hi un paper rellevant com a institució que garanteix l'origen i la qualitat dels vins. D'altra banda, també cal tenir en compte la importància de l'inici dels ensenyaments d'Enologia i Viticultura, a Falset l'any 1981, i la posterior creació de l'Escola d'Enologia a Falset al 1983, per tal de millorar la formació dels joves viticultors. A més de l'inici del títol universitari d'Enologia a Tarragona, l'any 1988 (encara com a Universitat de Barcelona), i la posterior creació de la Facultat d'Enologia ja com a Universitat Rovira i Virgili, l'any 1996.

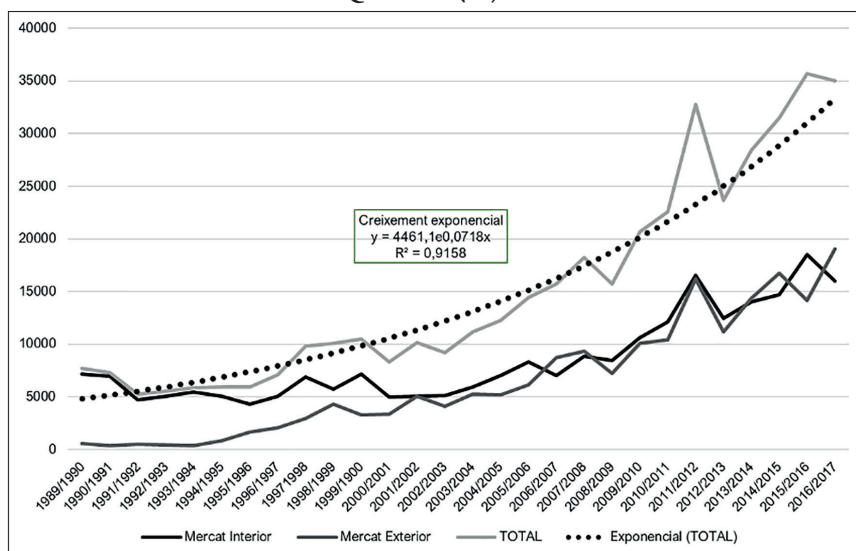
¹⁶ BOVÉ-SANS (2015).

¹⁷ FIGUERAS i CALVO (2003).

Aquestes persones que van creure en les possibilitats del vi del Priorat, representen la transformació que a principis del segle xx ja proposava Romà Perpinyà per a solucionar la «crisi del Priorat». ¹⁸ Segons Perpinyà, la clau per recuperar l'economia de la comarca passava per la valorització del seu vi. Per aconseguir-ho calia disposar de coneixements enològics per a l'envelliment del vi per obtenir un producte de més qualitat i valor afegit en el mercat, així com de recursos econòmics per a realitzar les inversions oportunes i millorar els mecanismes de la seva comercialització.

Si observem l'evolució de la comercialització dels vins de la DO Priorat des de 1990, i especialment de les exportacions, com a indicador de la seva competitivitat en el mercat internacional, ens adonem de la gran transformació que s'ha produït en aquests trenta anys (Gràfic 1). Malgrat la contracció puntual en el volum de vi comercialitzat per la DOQ Priorat durant la campanya 2012-13, els anys següents son de recuperació del creixement, assolint nous màxims històrics en la campanya 2015-16 en volum total comercialitzat, i en la campanya 2016-17 en volum d'exportacions. Per tant, queden pocs dubtes que la transformació vitivinícola de la DOQ Priorat, que es comença a evidenciar als anys 1990, s'ha consolidat de manera definitiva. En aquest sentit, podem veure com l'evolució històrica en aquests darrers trenta anys ens permet observar el creixement exponencial del volum de vendes en aquesta denominació d'origen.

Gràfic 1. Evolució de la comercialització dels vins de la DOQ Priorat (hl), 1990-2017



Font: elaboració pròpia a partir de les dades del MAPAMA (diversos anys): *Datos de las Denominaciones de Vinos*, Madrid, Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

¹⁸ PERPINYÀ (1928).

A continuació, centrarem la nostra anàlisi en el període que transcorre entre els anys 2003 i 2017, que és quan comencem a tenir dades sobre la DO Montsant i, per tant, podem tenir informació més precisa sobre l'evolució del conjunt del sector vitivinícola de la comarca del Priorat, amb les seves dues denominacions d'origen. Si comencem amb les dades sobre la superfície inscrita a cada denominació d'origen, podem veure com en aquests quinze anys la DOQ Priorat registra un increment progressiu de la seva superfície de vinyes, passant de les 1.600 ha. del 2003, a les 1.972 ha. l'any 2017 (Taula 1). El que significa un increment del 23,3%. En canvi, a la DO Montsant es produeix un comportament contrari. La superfície inscrita és redueix en un 9,9%, passant de les 2.047 ha. del 2003, a les 1.884 ha. del 2017. Sent justament a la meitat d'aquest període de quinze anys (l'any 2010) quan la superfície inscrita de la DOQ Priorat passa a ser més gran que la superfície inscrita de la DO Montsant. Tot i amb això, cal destacar que globalment la superfície inscrita en el conjunt de la comarca creix un 4,6%.

En canvi, si observem el comportament del nombre de viticultors en cadascuna de les denominacions d'origen, passa a l'inrevés que amb les superfícies inscrites. En aquest cas, en la DOQ Priorat es registra una disminució del 4,7% en el nombre de viticultors, en el conjunt del període, passant dels 600 viticultors de l'any 2003 als 572 de l'any 2017 (Taula 1). Encara, que hi ha una primera fase d'increment fins al 2010, on s'assoleix un màxim de 618 viticultors; seguida d'una segona etapa de progressiva reducció. Per la seva part, a la DO Montsant s'incrementa el nombre de viticultors en un 3,5%, en el conjunt del període analitzat. També s'observa una primera fase de creixement, que porta a assolir un màxim de 929 viticultors l'any 2010; seguida de dos anys on es redueix substancialment el nombre de viticultors (fins als 700), però a partir del 2013 torna a canviar la tendència i tornen a créixer. De manera, que l'increment de viticultors a la DO Montsant compensa la reducció de la DOQ Priorat, i en el conjunt de la comarca l'any 2017 hi ha, pràcticament, el mateix nombre de viticultors (1.380) que els registrats l'any 2003 (1.381).

Taula 1. Evolució de la superfície, dels viticultors i dels cellers de les DO Priorat i Montsant (2003-2017)

| | Superfície (ha) | | | Nombre de viticultors | | | Nombre de cellers | | |
|---------------|-----------------|----------------|-------|-----------------------|----------------|-------|-------------------|----------------|-------|
| | DOQ Priorat | DO Montsant | Total | DOQ Priorat | DO Montsant | Total | DOQ Priorat | DO Montsant | Total |
| 2002 /2003 | 1.600 | 2.047 | 3.647 | 600 | 781 | 1.381 | 54 | 32 | 86 |
| 2003 /2004 | 1.650 | 2.020 | 3.670 | 620 | 783 | 1.403 | 59 | 35 | 94 |
| 2004 /2005 | 1.620 | 2.025 | 3.645 | 620 | 783 | 1.403 | 66 | 37 | 103 |
| 2005 /2006 | 1.722 | 2.033 | 3.755 | 620 | 786 | 1.406 | 68 | 42 | 110 |
| 2006 /2007 | 1.784 | 2.006 | 3.790 | 726 | 783 | 1.509 | 82 | 48 | 130 |
| 2007 /2008 | 1.767 | 1.963 | 3.730 | 562 | 912 | 1.474 | 84 | 53 | 137 |
| 2008 /2009 | 1.817 | 2.000 | 3.817 | 570 | 850 | 1.420 | 85 | 54 | 139 |
| 2009 /2010 | 1.888 | 1.840 | 3.728 | 618 | 929 | 1.547 | 92 | 56 | 148 |
| 2010 /2011 | 1.884 | 1.864 | 3.748 | 614 | 700 | 1.314 | 92 | 59 | 151 |
| 2011 /2012 | 1.899 | 1.857 | 3.756 | 614 | 700 | 1.314 | 96 | 61 | 157 |
| 2012 /2013 | 1.897 | 1.860 | 3.757 | 606 | 720 | 1.326 | 99 | 60 | 159 |
| 2013 /2014 | 1.917 | 1.850 | 3.767 | 601 | 750 | 1.351 | 103 | 60 | 163 |
| 2014 /2015 | 1.916 | 1.850 | 3.766 | 601 | 750 | 1.351 | 101 | 69 | 170 |
| 2015 /2016 | 1.962 | 1.890 | 3.852 | 574 | 800 | 1.374 | 106 | 69 | 175 |
| 2016 /2017 | 1.972 | 1.844 | 3.816 | 572 | 808 | 1.380 | 106 | 69 | 175 |

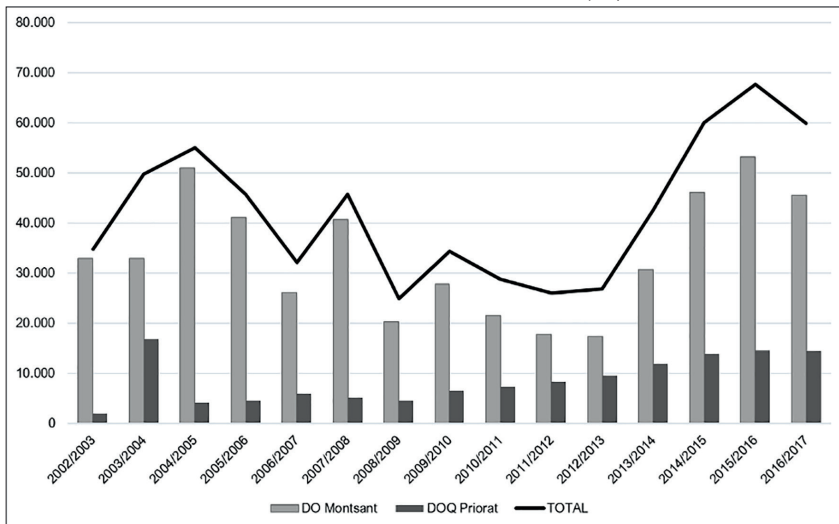
Font: vegeu gràfic 1.

On sí que es produeix un creixement constant i progressiu, en les dues denominacions d'origen, és en l'evolució del nombre de cellers. Així, la DOQ Priorat passa dels 54 cellers de l'any 2003 als 106 l'any 2017, és a dir, que es produeix un creixement del 96,3% (gairebé es dupliquen); pel què fa la DO Montsant, el creixement encara és

superior, d'un 115,6%, passant dels 32 cellers del 2003, als 69 del 2017 (Taula 1). De manera que l'efecte global, en el conjunt de la comarca és d'un creixement del 103,5% en el seu nombre de cellers, passant dels 86 del 2003, als 175 de l'any 2017. Aquest comportament, amb el que es duplica el nombre d'empreses del sector d'elaboració de vins de la comarca del Priorat, ja ens avança que molt possiblement ens trobem davant d'uns anys de consolidació d'aquest sector productiu, que dona certa estabilitat a llarg termini, malgrat que es puguin registrar fluctuacions més o menys cícliques en els resultats econòmics del sector i comportaments diferenciats en cadascuna de les denominacions d'origen, que veurem més endavant.

Així doncs, dintre les dades globals de la comarca del Priorat es poden observar dues dinàmiques diferenciades en l'evolució dels darrers quinze anys analitzats. La DOQ Priorat consolida la seva etapa de recuperació iniciada als anys noranta, seguint incrementant de forma continuada la superfície de conreu de vinya, però reduint el nombre de viticultors en els darrers anys, i al mateix temps incrementant el nombre de cellers, que gairebé es dupliquen en aquests quinze anys. Per la seva banda, la DO Montsant que partia d'una major superfície de vinya, a partir de 2010 redueix el seu nombre d'hectàrees, però mantenint encara un major nombre de viticultors i registrar un continuat increment en el seu nombre de cellers, però molt inferiors al nombre d'elaboradors de la DOQ Priorat. A l'analitzar les dades sobre la producció de vi de les dues denominacions d'origen podem interpretar millor els dos perfils diferenciats que conviuen a la comarca del Priorat.

Gràfic 2. Evolució de la producció de vins de la DOQ Priorat i la DO Montsant, 2003-2017 (hl)



Font: vegeu gràfic 1.

L'evolució de la producció de vins de les denominacions d'origen de la comarca del Priorat en el període 2003-2017 ens permet observar una primera fase en la qual la producció mitjana anual es situaria prop dels 44 mil hectolitres i que arribaria fins la campanya 2007/08; en la segona fase la mitjana anual de producció cauria gaire bé als 28 mil hectolitres i arribaria fins la campanya 2012/13; i finalment, en la tercera fase la producció es recupera i es situa en els darrers anys per sobre dels 60 mil hectolitres anuals. De manera que podem dir que un cop superats els efectes de la crisi econòmica internacional, la producció de vi qualificat a les denominacions d'origen de la comarca del Priorat, no només recupera els valors pre-crisi, sinó que fa un salt quantitatiu important, superant el llindar dels 60 mil hectolitres anuals.

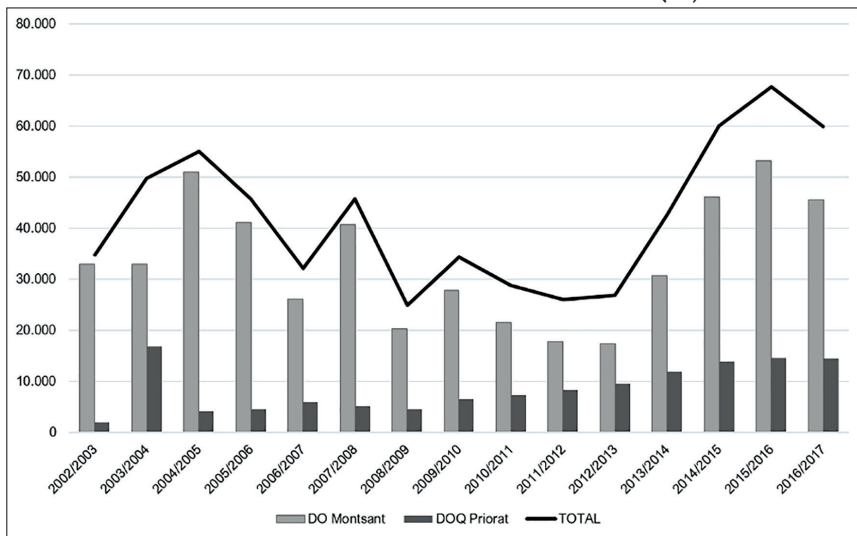
Però cal tenir en compte que dins d'aquests valors agregats per al conjunt de la comarca, es produeixen comportaments clarament diferenciats entre les dues denominacions d'origen. Així, en el cas de la DOQ Priorat, la reducció significativa en el volum de producció de vi, del període de crisi econòmica, només es produeix durant dues campanyes (2007/08 i 2008/09), registren increments en la producció durant la resta de campanyes (a excepció d'una lleugera caiguda del 1,3%, durant la campanya 2016/17). En canvi, a la DO Montsant ja es registra una regular caiguda de la producció de vi des de la campanya 2004/05. De manera que durant la campanya 2012/13 la producció de vi es situa en els 17.339 hl, gaire bé la meitat dels 33.000 hl. que es van produir a la campanya 2002/03. Tot i això, a partir de la campanya 2013/14 la producció es recupera (gairebé es duplica) i s'assoleix un màxim de 53 mil hl, durant la campanya 2015/16.

El pas següent a l'hora d'analitzar l'evolució del sector vitivinícola al Priorat és veure què ha passat amb el comportament de les vendes de vi de les seves denominacions d'origen. El fet de poder disposar de les dades de volums de vi comercialitzats, ens permet tenir una primera aproximació quantitativa als resultats obtinguts pels elaboradors d'aquesta comarca. L'evolució de la comercialització dels vins de les denominacions d'origen de la comarca del Priorat, des del 2003 fins al 2017, ens permet observar tres fases en el seu procés de creixement, marcades pels efectes del cicle econòmic sobre el consum. La primera etapa es caracteritza pel continuat increment de les vendes dels vins de la DOQ Priorat, que passen dels 9.193 hl de la campanya 2002/2003 als 18.213 hl de la campanya 2007/2008; mentre que la DO Montsant, en aquesta primera fase registra dos anys de davallada en les seves vendes, probablement pel reajustament que va suposar passar de la subzona Falset dins la DO Tarragona a la nova DO Montsant, però que a partir del 2006 inicia un important creixement.

Aquesta primera fase s'interromp a causa de la greu crisi econòmica i financera internacional. De manera que podem observar-ne els seus efectes en les fortes caigudes en les vendes de vins qualificats de la comarca. Especialment, els de la DO Montsant que cauen un 52%, però també les de la DOQ Priorat que, tot i no ser tan fortes, es redueixen en un important 13,6%, respecte l'any anterior. Aquest segon període,

podem veure com el volum total de vi comercialitzat, també segueix el perfil del cicle econòmic, on després de la caiguda de l'economia durant els dos primers anys, hi ha un efecte rebot de recuperació però es torna a decreixer (en aquest cas al 2013), per iniciar la tercera fase de recuperació a partir del 2014. En qualsevol cas, val la pena destacar que els efectes de la crisi econòmica no repercuteixen tant en el consum dels vins de la DOQ Priorat, en comparació als de la DO Montsant, i que la fase de recuperació és més ràpida i més estable, també en els vins de la DOQ Priorat. Fenomen que també es va observar en altres productes de consum considerats de gamma alta o comprats per consumidors amb un poder adquisitiu més alt.

Gràfic 3. Evolució de la comercialització dels vins de les DO Priorat i Montsant, 2003-2017 (hl)



Font: vegeu gràfic 1.

A partir de les dades dels volums de vi comercialitzats per les denominacions d'origen, en el mercat interior o en els mercats exteriors, podem veure com la DOQ Priorat consolida el seu creixement en aquest període, especialment en el mercat exterior, però també en el mercat intern. I com es recupera dels efectes de la crisi econòmica internacional, ja que entre els anys 2008 i 2017, el volum de vi comercialitzat en aquesta DOQ creix en un 92,1%; sent encara més intens aquest creixement en el mercat exterior (un 103,1%) que en el mercat interior (un 80,5%). En canvi, a la DO Montsant es redueix significativament la quantitat de vi comercialitzat, sobretot en el mercat exterior, on la quantitat de vi cau un 61,9%, en el període 2008-2017; i no tant en el mercat interior, on la reducció és del 5,3%. Però, des d'una perspectiva més a llarg termini, en els quinze anys analitzats cal tenir en compte que la quantitat de vi de la DO Montsant comercialitzada en el mercat exterior ha passat dels 6.164 hl de l'any 2003

als 14.191 hl exportats l'any 2017, reflectint el seu esforç per la internacionalització, tot i que en aquest àmbit s'hagi vist més afectada per la crisi econòmica internacional.

Taula 2. Evolució de la comercialització interior i exterior dels vins de les DO Priorat i Montsant (hl), 2003-2017

| Campanya | DO Montsant | | | DOQ Priorat | | | TOTAL | | |
|-----------|-----------------|-----------------|--------|-----------------|-----------------|--------|-----------------|-----------------|--------|
| | Mercat Interior | Mercat Exterior | Total | Mercat Interior | Mercat Exterior | Total | Mercat Interior | Mercat Exterior | Total |
| 2002/2003 | 51.960 | 6.164 | 58.124 | 5.114 | 4.079 | 9.193 | 57.074 | 10.243 | 67.317 |
| 2003/2004 | 44.139 | 7.273 | 51.412 | 5.926 | 5.239 | 11.165 | 50.065 | 12.512 | 62.577 |
| 2004/2005 | 24.746 | 18.307 | 43.053 | 7.028 | 5.222 | 12.250 | 31.774 | 23.529 | 55.303 |
| 2005/2006 | 30.508 | 15.899 | 46.407 | 8.289 | 6.144 | 14.433 | 38.797 | 22.043 | 60.840 |
| 2006/2007 | 33.262 | 21.462 | 54.724 | 7.000 | 8.704 | 15.704 | 40.262 | 30.166 | 70.428 |
| 2007/2008 | 33.792 | 37.262 | 71.054 | 8.842 | 9.371 | 18.213 | 42.634 | 46.633 | 89.267 |
| 2008/2009 | 11.958 | 22.114 | 34.072 | 8.471 | 7.256 | 15.728 | 20.429 | 29.370 | 49.800 |
| 2009/2010 | 11.473 | 9.204 | 20.677 | 10.614 | 10.065 | 20.679 | 22.087 | 19.269 | 41.356 |
| 2010/2011 | 14.381 | 28.036 | 42.417 | 12.135 | 10.414 | 22.549 | 26.516 | 38.450 | 64.966 |
| 2011/2012 | 15.325 | 23.772 | 39.097 | 16.554 | 16.213 | 32.767 | 31.879 | 39.985 | 71.864 |
| 2012/2013 | 16.618 | 16.825 | 33.443 | 12.487 | 11.206 | 23.693 | 29.105 | 28.031 | 57.136 |
| 2013/2014 | 21.486 | 18.454 | 39.940 | 14.010 | 14.380 | 28.390 | 35.496 | 32.834 | 68.330 |
| 2014/2015 | 27.380 | 12.427 | 39.807 | 14.721 | 16.774 | 31.495 | 42.101 | 29.201 | 71.302 |
| 2015/2016 | 35.230 | 14.302 | 49.532 | 18.526 | 14.180 | 35.706 | 53.756 | 28.482 | 85.238 |
| 2016/2017 | 31.985 | 14.191 | 46.176 | 15.961 | 19.030 | 34.991 | 47.946 | 33.221 | 81.167 |

Font: vegeu gràfic 1.

En qualsevol cas, a part d'analitzar la quantitat de vi comercialitzat, probablement resulti més il·lustratiu poder conèixer l'evolució del valor econòmic d'aquestes vendes. Tot i que en els informes que elabora el Ministeri d'Agricultura no es disposa tota la sèrie històrica, si que podem observar els valors d'alguns anys, en l'inici, cap el mig i al final del període analitzar, de manera que podem extreure'n algunes conclusions.

Si ens centrem en la variació entre els anys 2007 i 2017 del valor econòmic de la comercialització de vins de les dues denominacions d'origen de la comarca del Priorat, podem apreciar quina ha estat la capacitat de resistència i/o adaptació durant els anys de crisi econòmica i de recuperació, dels elaboradors de vi de la comarca. El primer que podem destacar, és que per al conjunt del Priorat el valor econòmic de les vendes de vi, entre el 2007 i el 2017 creixent un 74,8%, passant dels 27,8 als 48,7 milions d'euros; amb una distribució molt equilibrada entre el valor de les vendes en el mercat interior i el de les exportacions. De manera que al 2017 el valor de les vendes exteriors van ser de 24,3 milions d'euros i de les vendes en el mercat interior de 24,4 milions d'euros (Taula 3).

Taula 4. Llista dels millors vins catalans segons les valoracions de Robert Parker a la revista *The Wine Advocate*, 2019

| | DO | Celler | Vi | Any | Color | Punts |
|----|----------|--------------------------|---|------|-------|-------|
| 1 | Priorat | Terroir Al Límit | Les Manyes | 2016 | Negre | 100 |
| 2 | Priorat | Família Nin-Ortiz | Nit d Nin La Coma d'en Romeu | 2016 | Negre | 99 |
| 3 | Priorat | Clos i Terrasses | Clos Erasmus | 2016 | Negre | 98 |
| 4 | Priorat | Família Nin-Ortiz | La Coma d'en Romeu | 2017 | Negre | 98 |
| 5 | Montsant | Espectacle | Espectacle del Montsant | 2016 | Negre | 98 |
| 6 | Priorat | Álvaro Palacios | L'Ermita | 2017 | Negre | 98 |
| 7 | Priorat | Clos i Terrasses | Clos Erasmus | 2017 | Negre | 98 |
| 8 | Priorat | Clos Mogador | Clos Mogador | 2016 | Negre | 98 |
| 9 | Priorat | Família Nin-Ortiz | Mas d'en Caçador | 2016 | negre | 98 |
| 10 | Priorat | Terroir Al Límit | Les Tosses | 2016 | Negre | 98 |
| 11 | Priorat | Família Nin-Ortiz | Mas d'en Caçador | 2017 | Negre | 97 |
| 12 | Priorat | Mas Doix | 1902 Centenary Carignan | 2016 | Negre | 97 |
| 13 | Priorat | Clos Mogador | Manyetes Vi de Vila Gratallops | 2016 | Negre | 96 |
| 14 | Priorat | Scala Dei | Masdeu de Scala Dei | 2016 | Negre | 96 |
| 15 | Cava | Caves Mestres | Mas Via Magnum | 2000 | Blanc | 96 |
| 16 | Montsant | Terroir Sense Fronteres | Guix Vermell | 2018 | Negre | 96 |
| 17 | Montsant | Venus La Universal | Venus de Cartoixà | 2016 | Blanc | 96 |
| 18 | Priorat | Ferrer-Bobet | Selecció Especial | 2016 | Negre | 96 |
| 19 | Priorat | Mas Doix | 1903 Centenary Grenache | 2016 | Negre | 96 |
| 20 | Priorat | Sara i René Viti-cultors | Partida Bellvisos Gratallops Vi de Vila | 2013 | Negre | 96 |

Font: elaboració pròpia a partir de la revista *Wine Advocate*.

Ara bé, aquestes dades conjuntes son el resultat de comportaments diferenciats en les dues denominacions d'origen. La DOQ Priorat registra un creixement molt important del valor econòmic de les seves vendes de vi, especialment en el mercat exterior (154,7%) però també en l'interior (118,9%). En canvi, la DO Montsant veu com augmenta el valor de les seves vendes de vi, en un 2,7% (en aquest darrers deu anys), però és degut només al creixement del valor de les vendes en el mercat interior (59,8%), mentre que el valor de les vendes exteriors es redueix en un 43,3%. Això ens porta a parlar de la consolidació del sector vitivinícola de la comarca del Priorat, que incrementen el valor afegit dels seus vins, però amb dos models diferents. D'una banda, els vins de la DOQ Priorat ho fan apostant fortament pel mercat exterior amb un producte de gamma alta i, alhora, millorant la seva posició en la comercialització en el mercat interior. D'altra banda, els vins de la DO Montsant ho fan reduint la quantitat comercialitzada inicialment a canvi d'un increment progressiu de la qualitat, cosa que li permet una major valorització econòmica dels seus vins, sobretot en el mercat interior, malgrat perdre posicions en el mercat exterior i haver patit en major mesura els efectes de la crisi econòmica internacional, amb uns vins que no es situen un segment tant alt com els de la DOQ Priorat.

L'aposta per la qualitat dels vins elaborats a la comarca del Priorat és molt clara des de fa anys i es manté des del canvi provocat pels pioners que van iniciar fa trenta anys la «revolució vitivinícola» del Priorat. Com a referència, en les puntuacions que Robert Parker publicava a la revista *The Wine Advocate* en la seva edició del 2019 (Taula 4), hi trobem en el TOP 10 de vins catalans, 9 vins de la DOQ Priorat i 1 de la DO Montsant (100% vins del Priorat). Si ampliem el rànquing al TOP 20 dels vins catalans, el 95% continuen sent vins de la comarca del Priorat (16 de la DOQ Priorat i 3 de la DO Montsant); però fins hi tot si ampliem el rànquing al TOP 50 dels vins catalans, el 80% son vins de la comarca del Priorat (36 de la DOQ Priorat i 4 de la DO Montsant).

4. L'enoturisme: L'atracció pel vi i el seu territori

Des de finals dels segle xx, en un mercat turístic globalitzat i amb uns turistes cada vegada més experimentats, els visitants d'una destinació busquen noves experiències i motivacions en els seus viatges, exigint la màxima qualitat possible, un tracte personalitzat i el respecte per l'entorn natural i la sostenibilitat.¹⁹ Davant d'aquesta situació d'alta competitivitat entre destinacions i d'aparició de noves preferències dels consumidors turístics, gran part de l'estratègia de les destinacions turístiques passa pel disseny de nous productes turístics. Un d'aquests nous productes és el turisme del vi, turisme

¹⁹ BIGNÉ, FONT i ANDREU (2000).

enològic o enoturisme, que basant-se en l'atracció pel consum d'uns productes tradicionals autòctons (els vins elaborats en un determinat territori) ajuda al desenvolupament econòmic local, generant ocupació i comercialitzant altres productes i serveis locals. Hall i Mitchell defineixen el turisme del vi, des d'una perspectiva dels consumidors, com les visites a les vinyes, als cellers, a les fires de vi i a presentacions de vins, en les quals el tast del vi i/o les experiències obtingudes en una determinada regió vinícola són el principal motiu de viatge dels visitants.²⁰ Per la seva banda, Getz assenyalava que l'enoturisme té diverses dimensions.²¹ Des de la perspectiva de la destinació, representa una estratègia per desenvolupar i comercialitzar productes i serveis relacionats amb el món del vi; des de la perspectiva dels consumidors bé definit per la seva motivació per escollir una destinació productora de vi; i des de la perspectiva dels productors de vi, és una oportunitat per formar i vendre directament als seus clients. En aquest darrer sentit, l'enoturisme és una important oportunitat de màrqueting per als cellers. En qualsevol cas, podem dir que el turisme del vi és una activitat híbrida que integra activitats del sector de l'elaboració de vi i activitats del sector turístic. De manera que, es tracta d'estructurar una oferta turística al voltant del tast de vins locals, a través de visites organitzades als cellers elaboradors; on a més es poden tastar altres productes gastronòmics autòctons, realitzar sessions formatives sobre els vins i la seva elaboració, visites a les vinyes i als recursos culturals i naturals locals. Des del punt de vista dels visitants, l'enoturisme és altament atractiu per a un segment de mercat interessat en noves experiències culturals i gastronòmiques, molt personalitzades.²²

Amb el turisme enològic s'ofereix la possibilitat de gaudir de l'entorn on s'elaboren els vins que es poden degustar in situ, i coneixent personalment els elaboradors. Fent que aquestes experiències esdevinguin úniques i memorables, associant territoris, paisatges, gastronomia i cultura. Les percepcions sensorials juguen un important paper psicològic i fisiològic en les apreciacions i valoracions dels turistes²³ i formen part del conjunt d'atributs que configuren els factors d'atracció de les destinacions. A més, serveixen com a reclam promocional per a futures repeticions de visites i/o per atraure nous clients, de manera que es converteixen en un molt interessant instrument de comunicació i de màrqueting.²⁴

En general, el perfil del turista enològic és d'un nivell socio-cultural i econòmic alt i mitjà-alt, amb unes exigències superiors en els serveis turístics i que considera la qualitat del producte per sobre d'altres consideracions, com ara el preu.²⁵ Es tracta,

²⁰ HALL i MITCHELL (2000).

²¹ GETZ (2000).

²² CASTILLO (2007).

²³ BONIFACE (2003).

²⁴ RICHARDS (2002).

²⁵ LONG (2004).

doncs, d'un turista exigent i crític, que coneix el tipus de producte enoturístic que hi ha al mercat, que no només li agrada, sinó que forma part de les seves aficions i que espera que la seva visita sigui una experiència única i una inversió cultural. Per això, acostuma a informar-se a través d'articles en publicacions especialitzades, en paper o digitals, i té molt en compte les recomanacions dels experts i dels amics i coneguts.²⁶ També cal tenir en compte que a més de la qualitat, l'estètica, l'organització, la presentació i el tracte personal, el servei enoturístic ha d'incorporar un atractiu necessari que faci que la satisfacció obtinguda pel compliment de les seves expectatives provoqui la fidelització del turista, repeteixi la seva visita i es converteixi en prescriptor del producte enoturístic.

D'altra banda, el turisme enològic té un important paper en el desenvolupament econòmic del territori, generant llocs de feina i noves projectes empresarials, així com en la revalorització de la pròpia identitat local. Segons un estudi realitzat l'any 2009 per l'Observatori Turístic de les Rutes del Vi d'Espanya (2010) el 52,8% de les empreses associades a les Rutes del Vi (cellers, allotjaments, restaurants, museus i centres d'interpretació, enoteques i comerços, agències receptives, oficines de turisme i altres serveis) consideraven que l'adhesió a la Ruta del Vi havia tingut efectes positius per a l'empresa. Aquests efectes eren principalment: l'increment en el nombre de clients, una major rendibilitat del negoci i la creació de nous llocs de treball. D'altra banda, el desenvolupament del turisme enològic ha exigut a aquestes empreses una esforç d'adaptació i de millora, que ha significat la necessitat de realitzar algun tipus d'inversió per millorar els espais, la senyalització i el material promocional. També cal destacar el fet que els cellers han incorporat noves activitats, més enllà de les relacionades amb l'elaboració de vi, com ara les visites a les vinyes, els tastos de vi i les degustacions gastronòmiques, exposicions, jornades gastronòmiques, celebració d'esdeveniments i en alguns casos la possibilitat de disposar d'oferta d'allotjament en el propi celler. Tot això ha fet que aquests cellers manifestin, en la majoria de casos (78%) un alt nivell de satisfacció amb la seva presència en les Rutes del Vi. Cal destacar que el turisme enològic aporta als cellers importants beneficis vinculats a la generació de marca i a la fidelització de clients, però també obtenen ingressos directes per la venda de vi i per altres productes i serveis complementaris.

Per fer una primera aproximació a quina és la situació de l'oferta enoturística a la comarca del Priorat, podem veure quants cellers ofereixen la possibilitat de rebre visites i quina és la seva distribució entre els municipis de la comarca. Les dades del Consell Comarcal del Priorat mostren un clar predomini de l'oferta enoturística en cellers de la DOQ Priorat, que es concentren principalment en tres municipis (Gratallops, Porrera

²⁶ MIDDLETON (1994).

i Poboleda), mentre que en la DO Montsant comença a oferir-se aquesta possibilitat, destacant lleugerament els municipis de Cornudella de Montsant i Marçà (Taula 5).

Taula 5. Nombre de cellers visitables a la comarca del Priorat per municipis, gener 2020

| DOQ Priorat | | DO Montsant | |
|-----------------------|-----------|------------------------|-----------|
| Gratallops | 14 | Cornudella de Montsant | 4 |
| Porrerra | 7 | Marçà | 4 |
| Poboleda | 6 | Falset | 2 |
| La Vilella Baixa | 3 | El Masroig | 2 |
| Escaladei | 3 | Capçanes | 2 |
| La Morera de Montsant | 2 | Els Guiamets | 2 |
| El Lloà | 2 | Cabacés | 1 |
| Bellmunt del Priorat | 2 | Darmós | 1 |
| Falset | 1 | | |
| El Molar | 1 | | |
| Torroja del Priorat | 1 | | |
| Total | 42 | | 18 |

Font: elaboració pròpia a partir de la web del Consell Comarcal del Priorat (www.turismepriorat.org).

D'altra banda, la manca de dades estadístiques, a nivell comarcal, de la demanda enoturística (el nombre de visitants o de pernотacions), fa que utilitzem la informació sobre el nombre de visitants als cellers de la Ruta del Vi del Priorat, que es promou des de l'Oficina de Turisme del Consell Comarcal (Taula 6).

Taula 6. Evolució dels visitants als cellers de la Ruta del Vi del Priorat, 2006-2019

| Any | Visitants | Cellers* | Mitjana de Visitants/ cellers | Mitjana mòbil de 3 anys |
|------|-----------|----------|----------------------------------|----------------------------|
| 2006 | 5.427 | 9 | 603 | |
| 2007 | 9.384 | 10 | 938 | 658 |
| 2008 | 9.939 | 23 | 432 | 732 |
| 2009 | 14.056 | 17 | 827 | 717 |
| 2010 | 18.751 | 21 | 893 | 808 |
| 2011 | 14.809 | 21 | 705 | 878 |
| 2012 | 20.695 | 20 | 1.035 | 870 |
| 2013 | 21.771 | 25 | 871 | 955 |
| 2014 | 25.876 | 27 | 958 | 972 |
| 2015 | 30.442 | 28 | 1.087 | 1.081 |
| 2016 | 34.751 | 29 | 1.198 | 1.283 |
| 2017 | 37.490 | 24 | 1.562 | 1.345 |
| 2018 | 34.424 | 27 | 1.275 | 1.421 |
| 2019 | 31.345 | 22 | 1.425 | |

* Nombre de cellers de la *Ruta del Vi* que han donat dades sobre els seus visitants.

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Oficina de Turisme del Consell Comarcal del Priorat

Tot i que, no tots els cellers que ofereixen visites participen a la Ruta del Vi, i que el nombre de cellers que proporcionen dades no és el mateix cada any (cosa que fa que les dades anuals no siguin del tot comparables), sí que podem fixar-nos en l'important creixement del nombre de visitants a aquests cellers. Si tenim en compte les mitjanes anuals del nombre de visitants per celler, podem observar com s'ha passat dels 603 visitants per celler de l'any 2006 (abans de l'inici de la crisi econòmica internacional), a superar els 1.000 visitants/celler a partir del 2015, i situant-se en 1.425 visitants/celler l'any 2019. Caldrà veure, els efectes de la pandèmia de la COVID-19 sobre les visites enoturístiques al Priorat, però les dades sobre el comportament del turisme rural, a Catalunya, durant aquest estiu del 2020, sembla que han estat prou positives.

En qualsevol cas, la tendència creixent del nombre de visitants als cellers del Priorat queda prou clara si ens fixem en la mitjana mòbil (calculada coma a mitjana de les dades de tres anys: l'anterior, l'actual i el posterior), ja que redueix les fluctuacions anuals. Es pot veure com es passa dels 600 visitants/celler del 2006 a superar els 800 visitants/celler a partir del 2010, els 1.000 visitants/celler a partir del 2015, i els 1.400 a partir del 2018; amb un creixement anual mitjà equivalent al 7%, durant

els darrers tretze anys, i que en els darrers anys es situa en el 10%. Lògicament, aquest increment en el nombre de visitants als cellers tenen un impacte econòmic directe sobre els productors de vi, ja que generen uns ingressos a l'hora de contractar la visita i les activitats enoturístiques, com la compra directa d'ampolles de vi. En aquest sentit, l'estudi sobre el «Perfil dels visitants als cellers de Catalunya» realitzat per l'Agència Catalana de Turisme (2019) assenyala que la despesa mitjana dels visitants en activitats als cellers és de 20€/visitant i que la despesa mitjana en la compra de productes dels cellers és de 25€/visitant. És a dir, que cada visitant es gasta de mitjana 45€. Per tant, els 1.425 visitants per celler es tradueixen en unes vendes de vi de 35.625 € per a cada celler, més 28.500 € per activitats a cada celler i per tant, ens uns ingressos per enoturisme de 64.125 € per a cada celler (als quals, lògicament, caldria descomptar-ne els costos associats a l'elaboració del vi i les activitats enoturístiques oferides). Però que en qualsevol cas, entenem que és una via interessant per incrementar la venda directa del vi elaborat per a cada celler (eliminant intermediaris i costos de transport) i de generar una font complementària d'ingressos a través de visites, tastos i difusió cultural en els cellers.

A més de la imprescindible disponibilitat dels cellers per desenvolupar visites i tastos *in situ*, un altre element importantíssim per desenvolupar una veritable oferta de turisme enològic, que impliqui més d'un dia d'estada a la destinació, és l'existència d'una oferta d'allotjament turístic vinculada a les activitats al voltant del món del vi. En aquest sentit, l'any 2013 una trentena d'empreses del Priorat (entre els quals hi ha allotjaments rurals, cellers, restaurants, molins d'oli, empreses de guiatge i agències de viatges) van crear l'Associació Priorat Enoturisme de cara a unir esforços en la millora i promoció de l'oferta turística de la comarca. Entre d'altres objectius, la iniciativa busca aglutinar tota l'oferta turística de la comarca sota la marca Priorat Enoturisme, aprofitant la tendència creixent d'aquest tipus de turisme i el potencial del Priorat en aquest terreny. En aquesta associació hi trobem, actualment 18 establiments d'allotjament turístic que ofereixen 265 places, que es concentren principalment (46,4%) a Falset (capital comarcal), seguida de Cornudella de Montsant (16,2% de les places) i de Gratallops (11,3% de les places).

D'altra banda, a més de la generació d'una oferta d'allotjament d'establiments que es posicionen clarament com a enoturístics, les activitats dels visitants enoturístics tenen incidència en el conjunt de l'oferta d'allotjament turístic d'una comarca com el Priorat amb uns evidents atractius per al turisme rural, cultural i d'activitats en la natura, a més de la potència turística dels seus cellers i de les seves vinyes. En aquest sentit, les dades sobre l'evolució de les places d'allotjament turística en els darrers dotze anys, mostren un clar creixement de les places hoteleres, que es dupliquen entre el 2007 i el 2019, passant de les 132 a les 265; reduint-se l'oferta de places en hostals i pensions, que passen

de les 125 a les 96 (Taula 7). També cal destacar l'increment de places d'allotjament en establiments de turisme rural, que augmenten en un 19,6%, entre el 2007 i el 2019; però sobretot entre els anys 2007 i 2013, quan augmenta gairebé en un 25%.

Taula 7. Places d'allotjament turístic a la comarca del Priorat, 2007-2019

| | Turisme rural | Càmpings | Hostals i pensions | Hotels | TOTAL |
|-------------|----------------------|-----------------|---------------------------|---------------|--------------|
| 2007 | 337 | 853 | 125 | 132 | 1.447 |
| 2008 | 354 | 853 | 125 | 146 | 1.478 |
| 2009 | 358 | 853 | 125 | 146 | 1.482 |
| 2010 | 379 | 853 | 125 | 150 | 1.507 |
| 2011 | 398 | 1.023 | 125 | 164 | 1.710 |
| 2012 | 415 | 1.023 | 125 | 164 | 1.727 |
| 2013 | 421 | 951 | 96 | 170 | 1.638 |
| 2014 | 398 | 951 | 96 | 204 | 1.649 |
| 2015 | 380 | 951 | 96 | 183 | 1.610 |
| 2016 | 382 | 951 | 96 | 199 | 1.628 |
| 2017 | 382 | 951 | 96 | 171 | 1.600 |
| 2018 | 402 | 951 | 96 | 213 | 1.662 |
| 2019 | 403 | 951 | 96 | 265 | 1.715 |

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat.

També cal tenir en compte la importància de l'oferta de places de càmping, que representen més del 50% de les places d'allotjament turístic de la comarca. Encara que aquestes places corresponen a només tres càmpings situats a Ulldemolins, Cornudella del Montsant i Poboleda, amb una oferta estacional condicionada per les condicions climatològiques, i que habitualment el càmping no és un tipus d'establiment utilitzat pel perfil dels visitants enoturístics que s'allotgen en hotels de 4 o 5 estrelles i en allotjaments rurals.²⁷ En aquest sentit, podem observar com malgrat l'increment de les places hoteleres al Priorat, en els darrers anys, al 2019, aquestes només representen el 40% de l'oferta de places d'allotjament formada per Turisme Rural i Hotels (tot i que al 2007 representaven el 28%). També s'observa com fins al 2013 es produeix un major creixement de les places de turisme rural, que es veu frenat a partir del 2014, quan comença a augmentar més els creixement de les places hoteleres. En qualsevol cas, els canvis produïts en l'oferta d'allotjament turístic a la comarca del Priorat també reflec-

²⁷ ACT (2019).

teixen els efectes derivats de l'increment de les activitats relacionades amb el turisme del vi a la comarca, i la necessitat d'allotjament a aquest perfil de visitants.

Els productes i serveis enoturístics tenen aquest caràcter híbrid entre les activitats turístiques i les activitats de comercialització del sector vinícola, que fa que en alguns casos es puguin generar confusions i mal entesos entre on comença i on acaba la feina dels productors de vins. Més enllà de les habilitats o opcions que puguin escollir cadascun dels cellers, en funció de les seves característiques personals i empresarials, les activitats enoturístiques s'haurien d'entendre com un element més en la part final de la cadena de valor del procés d'elaboració dels vins de qualitat. Per tal d'aprofitar-ne els aspectes més positius de cara a la millora dels processos de comunicació i comercialització dels vins de la comarca del Priorat. Tenint en compte que amb la presència dels visitants/clients en el propi celler i en les vinyes, atrets per la singularitat dels paisatges i de la cultura i tradicions del territori i la gent que fan possible uns vins amb personalitat pròpia, es pot aconseguir una major singularització dels vins (diferenciació del producte) una major fidelització dels clients i un major coneixement de la qualitat dels vins, que són elements claus per seguir avançant en el procés de consolidació del sector vitivinícola del Priorat, en aquest segle XXI.

5. Conclusions

La progressiva consolidació del sector vitivinícola del conjunt de la comarca del Priorat, a partir del canvi de segle, queda reflectit amb el manteniment del creixement de la comercialització dels vins de la DOQ Priorat i amb la incorporació del procés de transformació de la DO Montsant. amb l'increment del valor afegit dels seus vins. Però cal destacar que les dues denominacions d'origen segueixen dos models diferents, tot i compartir la mateixa comarca i alguns mateixos elaboradors, fet que demostraria la seva complementarietat. D'una banda, els vins de la DOQ Priorat aposten fortament pel mercat exterior amb un producte de gamma alta i, alhora, van millorant la seva posició en la comercialització en el mercat interior. D'altra banda, els vins de la DO Montsant redueixen la quantitat comercialitzada inicialment a canvi d'un increment progressiu de la qualitat, que li permet una major valorització econòmica dels seus vins, sobretot en el mercat interior, sense descartar però el mercat exterior. Malgrat perdre posicions en aquest darrer mercat i haver patit en major mesura els efectes de la crisi econòmica internacional (amb uns vins que no es situen un segment tant alt com els de la DOQ Priorat). Però, en qualsevol cas, podem dir que un cop superats els efectes de la crisi econòmica internacional, la producció de vi qualificat a les DO de la comarca del Priorat, no només recupera els valors pre-crisi, sinó que fa un salt quantitatiu important, superant el llindar dels 60 mil hectolitres anuals.

D'altra banda, a partir de mitjans de la primera dècada d'aquest segle XXI, les dades disponibles ens permeten observar una fase inicial del desenvolupament enoturístic del Priorat, amb una oferta que es concentra principalment en alguns cellers de la DOQ Priorat. Entenent que les activitats generades al voltant del turisme del vi constitueixen una eina important per la comercialització directa dels vins, per incrementar el grau de coneixement i de fidelització cap la marca i els cellers, així com una interessant font d'ingressos complementaris per als elaboradors de vi i pel desenvolupament turístic del conjunt de la comarca. En aquest sentit, podem senyalar l'important creixement en el nombre de visitants als cellers que formen part de la Ruta del Vi del Priorat, en el període 2006-2019, que equival a un increment anual mitjà de 7%. A més, també es pot observar en els darrers anys una transformació de l'oferta d'allotjament turístic del Priorat. Amb un clar increment de l'oferta de places hoteleres i en els establiments de turisme rural, així com una reducció de les places d'allotjament en hostals i pensions. Per tant, una millora en la qualitat de l'oferta d'allotjament turístic que respon a la necessitat d'adaptar-se a les exigències dels enoturistes.

En definitiva, la transformació vitivinícola del Priorat en els darrers trenta anys és un exemple de la capacitat d'innovació i d'incorporació continuada de coneixements i millores en els processos de producció en un sector tradicional que es considera de baix nivell tecnològic i de poca capacitat d'innovació. Aquesta transformació del sector s'ha aconseguit gràcies a la incorporació d'innovacions de forma gradual i progressiva tant de nous coneixements tècnics com de noves estratègies de comercialització. Aquestes innovacions s'han anat difonent a través de les xarxes relacionals que configuren el capital social d'aquest territori, ja que en la majoria de casos són projectes vitals de persones vinculades al territori, a la seva gent i al seu paisatge. No són projectes a curt termini que busquen un benefici ràpid i fàcil, sinó que aposten per un esforç continuat per la qualitat i la singularitat dels seus vins i el seu entorn, per anar consolidant el seu prestigi internacional, i que alhora atrauen nous projectes empresarials que impulsen al conjunt de l'economia del Priorat. D'aquesta manera s'han aconseguit resultats extraordinaris en l'increment en la qualitat i el valor afegit dels seus productes, cosa que s'ha traduït en un gran creixement de les seves vendes i especialment de la seva comercialització en determinats segments dels mercats internacionals.

BIBLIOGRAFIA

- ABELLA, R. (1903). «Comercio especial entre España y Suiza entre 1892 y 1901». *Memorias diplomáticas y consulares e informaciones*. 63, Madrid: Imprenta Sucesores de Minuesa.
- ABELLA, R. (1904). «Consulado en Berna. Comercio especial de Suiza en el año 1902», *Memorias diplomáticas y consulares e informaciones*, 87. Madrid: Imprenta del Ministerio de Estado.
- ACT (2019). *Perfil dels visitants als cellers de Catalunya*. Barcelona: Agència Catalana de Turisme, Generalitat de Catalunya.
- ALIÓ FERRER, J. (2010). *El comerç i l'exportació del vi a Tarragona*. Tarragona: Arola Editors.
- ANDERSON, K; NELGEN, S; PINILLA, V (2017). *Global wine markets, 1860 to 2016: a statistical compendium*. Adelaide: University of Adelaide Press.
- ANDERSON, K.; PINILLA, V. (amb l'ajuda de HOLMES, A.J.) (2020). «Annual Database of Global Wine Markets, 1835 to 2018». Freely available in Excel files at the University of Adelaide's Wine Economics Research Centre. www.adelaide.edu.au/wine-econ/databases.
- ASERO, V.; PATTI, S. (2011). «Wine tourism experience and consumer behaviour: the case of Sicily». *Tourism Analysis*, 16(4), p. 431-442. DOI: 108354211X13149079788936.
- AYUDA, M. I., FERRER-PÉREZ, H.; PINILLA, V. (2020). «A leader in an emerging new international market: the determinants of French wine exports, 1848–1938». *The Economic History Review*, 73(3), p. 703-729. DOI: 10.1111/ehr.12878.
- AYUDA, M.I.; PINILLA, V. (2020). «Agricultural Exports and Economic Development in Spain during the First Wave of Globalization». *Scandinavian Economic History Review*. DOI: 10.1080/03585522.2020.1786450.

- BADIA-MIRÓ, M.; TELLO, E.; VALLS-JUNYENT, F.; GARRABOU, R. (2010). «The grape phylloxera plague as a natural experiment: the upkeep of vineyards in Catalonia (Spain), 1858-1935». *Australian Economic History Review*, 50(1), p. 39-61. DOI: 10.1111/j.1467-8446.2009.00271.x.
- BARNADAS RIBAS, M. (2013). «El Sindicat Alella Vinícola. Innovació tècnica i arquitectònica». A: *Jornades d'estudi "De la vinya a la fassina. Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya"*, L'Espluga de Francolí, 27-28 setembre 2013.
- BATTILANI, P. (1999). *La creazione di un moderno sistema di imprese. Il ruolo dei consorzi della cooperazione di consumo dell'Emilia Romagna*. Bologna: Il Mulino.
- BELTRÁN, F.J. (2012). «Commons, social capital, and the emergence of agricultural cooperatives in early twentieth century Spain». *European Review of Economic History*, 16 (4), p. 511-528. DOI: 10.1093/ereh/hes014.
- BERTRAN CUDERS, J. (2007). *La Conca de Tremp al segle XIX*. Tremp: Garsineu Edicions.
- BERTRAN CUDERS, J. (2014). *El corregiment de Talarn, 1716-1840*. Tremp: Garsineu Edicions.
- BIGNÉ, E.; FONT, X.; ANDREU, L. (2000). *El marketing de los destinos turísticos*. Madrid: ESIC.
- BOIXAREU, R., edició a cura de (1989). *Resposta del Corregiment de Talarn al qüestionari de Francisco de Zamora (1789)*. Lleida: Virgili & Pagès.
- BONALES, J. (1999). «La petita empresa agrícola: de la reforma liberal a la crisi de la fi de segle. La Conca de Tremp». A: VICEDO, E., ed., *Empreses i institucions econòmiques contemporànies a les terres de Lleida, 1850-1900*. Lleida: Institut d'Estudis Ilerdencs, p. 101-115.
- BONALES, J. (2003). *Comunidad rural y economía de mercado en la Conca de Tremp (siglos XVIII-XIX)*. *Cambio económico y éxodo rural*. Tesi doctoral, Universitat de Lleida.
- BONALES, J. (2004). *Anàlisi de l'explotació de la vinya per casa Casanoves de Figols (1924-1926)*. Estudi inèdit elaborat per a l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya.
- BONALES, J.; BAILAC, M. (2015). *Els camins històrics del Pallars Jussà*. Tremp: Garsineu edicions.
- BONIFACE, P. (2003). *Tasting Tourism. Travelling for Food and Drink*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- BORRELL GIRÓ, S. (2019). *La vinya i el vi del Penedès. 1850-2018*. Vilafranca del Penedès: edició pròpia de l'autor.
- BOVÉ-SANS, M.A. (2015). «La revolució vitivinícola del Priorat com a cas d'èxit d'innovació en indústries tradicionals». A: COLOMÉ, J.; PLANAS, J. i VALLS-JU-

- NYENT, F., eds., *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, p. 547-584.
- BUYLLA, P.A. (1920). «Consulado de España en Stuttgart. Memoria comercial correspondiente al año de 1920». *Memorias Diplomáticas y Consulares e Informaciones*, 682, 1920.
- CABANA, A.; DÍAZ-GEADA, A. (2014): «Exploring modernization; agrarian fascism in rural Spain, 1936-1951». A: FERNÁNDEZ-PRIETO, L.; PAN-MONTOJO, J.; CABO, M., eds. *Agriculture in the Age of Fascism. Authoritarian Technocracy and Rural Modernization, 1922-1945*. Turnhout: Brepols, p. 189-217.
- CALATAYUD, S.; MEDINA-ALBALADEJO, F.J.; NICOLAU, R.; PUJOL-ANDREU, J. (2018): «Dietas y desigualdad social en la transición nutricional española: el Hospital Provincial de Valencia y el Hospital Sant Jaume de Olot; 1900-1936», *Nutrición Hospitalaria*, 35 (5), p. 19-25. DOI: 10.20960/nh.2080.
- CÁMARA REGIONAL DE SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CATALUÑA Y BALEARES (1917). *Estatutos de la Cámara Regional de Sociedades Cooperativas de Cataluña y Baleares*. Barcelona: Imprenta de Alberto Martín.
- CAMPLLONCH, I. (1917). *Cellers cooperatius de producció i venda*. Barcelona: Fidel Giró.
- CARBONELL ESTELLER, M. (1997). *Sobreviure a Barcelona. Dones, pobresa i assistència al segle XVIII*. Vic: Eumo editorial.
- CASANOVAS PRATS, J. (1998). *El cooperativisme a Osona*. Vic: Eumo.
- CASANOVAS PRATS, J. (2004). *La Cooperativa de Manlleu: cent anys d'història. La Cooperativa Mútua de Pa i Queviures (1903-2003)*. Vic: Eumo.
- CASSASES, E.; ROCA, A. (1993). «Luis Justo i Villanueva (Madrid, 1834-1880) I la viticultura a Catalunya». A: GIRALT, E., coord., *Vinyes i vins: mil anys d'història*. Barcelona: Universitat de Barcelona, vol. I, p. 257-272.
- CASSON, M. (2011). «Networks in Economic and Business History: A Theoretical Perspective». A GESTRICH, A. i SCHULTE BEERBÜHL, M. (eds.) *Cosmopolitan Networks in Commerce and Society 1660-1914*. London: German Historical Institute London, p. 17-50.
- CASTAÑO, J. (1979). *Itinerari històric de la Cooperativa de Consum "L'Andreuena" en ocasió del seu centenari (1879-1979)*. Barcelona: Fundació Roca i Galès.
- CASTELLET, B. (1869). *Viticultura y enología españolas o Tratado sobre el cultivo de la vid y los vinos de España*. Barcelona.
- CASTELLS SERRA, J. (2003, 2a. ed.). *Records de quan feia de pagès*. Tremp: Garsineu Edicions.
- CASTILLO, M. (2007): «Enoturismo: mucho más que una moda». *Revista Alimarket*, 207, p. 59-65.
- CATALAN, J. (1995). *La economía española y la segunda guerra mundial*. Barcelona: Ariel.

- CELDRÁN DANÉS, J. (2013). *Gran licor Calisay. Memòria del bon gust (1895-1995)*. Barcelona: Angle Editorial.
- CHAVES NOGALES, M. (2012). *La vuelta a Europa en avión. Un pequeño burgués en la Rusia roja*. Barcelona: Libros del Asteroide.
- CLIQUE, H. (1931). *Les caves coopératives de vinification en Bourgogne*. Paris: Recueil Sirey.
- COLOMÉ FERRER, J. (2003). «El sector vitivinícola a la segona meitat del segle XIX i primers anys del segle XX» A: COLOMÉ FERRER, J., coord. *De l'aiguardent al cava. El procés d'especialització vitivinícola a les comarques del Penedès-Garraf*. Vilafranca del Penedès: El 3 de Vuit i Ramon Nadal, p. 95-111.
- COLOMÉ FERRER, J.; FERRER-ALÒS, L. (2020). «La importancia del sector del aguardiente en la vitivinicultura catalana en los siglos XVIII y XIX», *Revista de Historia Industrial*, XXIX, 79, p. 11-46. DOI: 10.1344/rhi.v29i79.30321.
- COLOMÉ, J.; GARCIA, R.; PLANAS, J.; VALLS-JUNYENT, F. (2013): «Les cycles de l'économie viticole en Catalogne. L'évolution du prix du vin entre 1680 et 1935». *Annales du Midi. Revue de la France méridionale*, 281, p. 29-55.
- COLOMÉ, J., PLANAS, J.; VALLS-JUNYENT, F. (2015). «Introducció: els tres cicles de l'economia vitivinícola catalana (segles XVII-XX)». A: COLOMÉ, J.; PLANAS, J.; VALLS-JUNYENT, F., eds., *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, p. 5-49.
- COLOMÉ, J.; VALLS JUNYENT, F. (1994). «La viticultura catalana durant la primera meitat del segle XIX. Notes per a una reflexió», *Recerques*, 30, p. 47-68. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/Recerques/article/view/137729>>.
- COLOMÉ, J. i VALLS-JUNYENT, F. (2012). «Las consecuencias demográficas de la filoxera en la región vitícola del Penedès (Cataluña)». *Historia Agraria*, 57, p. 47-77. Consultable en línia a: <https://www.historiaagraria.com/FILE/articulos/HA57__Colome-Valls.pdf>.
- CONDE DE RASCÓN (1890). «Memoria del Sr. Conde de Rascón. Embajador de España en Berlín». *La reforma arancelaria y de los tratados de Comercio. Memorias diplomáticas y consulares*. Madrid: Establecimiento Tipográfico Sucesores de Rivadeneyra, p. 10-13.
- CONSEJO DE ADUANAS Y ARANCELES (1896). *Informe emitido por la sección primera de dicho Consejo acerca de los resultados obtenidos por la aplicación del convenio de comercio vigente entre España y Suiza*. Madrid: Imprenta de B. A. De la Fuente.
- CUSSÓ, X. (2005). «El estado nutritivo de la población española 1900-1970. Análisis de la necesidades y disponibilidades de nutrientes», *Historia Agraria*, 36, p. 329-358. Consultable en línia a: <https://historiaagraria.com/FILE/articulos/ha36_cusso.pdf>.

- DELGADO, J.M. (1986). «El comerç entre Catalunya i Amèrica, segles XVIII i XIX», *L'Avenç*, p. 37-63.
- DESBOIS-THIBAUT, C. (2003). *L'extraordinaire aventure du Champagne. Moët & Chandon. Una affaire de famille*. París: Presses Universitaires de France.
- DIRECCIÓN GENERAL DE CONTRIBUCIONES (1857). *Estadística Administrativa de la contribución industrial y de comercio*. Madrid: Imp de Luis Garcia.
- FAITH, N. (1988). *The Story of Champagne*. Londres: Hamish Hamilton.
- FARRÀS, F. (2005). «El Pallars contemporani». A: MARUGÁN, C.M.; RAPALINO, V., coords., *Història del Pallars dels orígens als nostres dies*. Lleida: Pagès editors, p. 121-144.
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CRIADORES, EXPORTADORES Y ALMACENISTAS DE VINOS DE ESPAÑA (1919). *Memoria sobre la competencia ilícita a nuestros vinos en el extranjero*. Tarragona: Talleres Tipográficos: Sucesores de Torres & Virgili.
- FERNÁNDEZ, E. (2012). «Especialización en baja calidad: España y el mercado internacional del vino, 1950-1990». *Historia Agraria*, 56, pp. 41-76. Consultable en línia a: <https://www.historiaagraria.com/FILE/articulos/HA56__fdez.pdf>.
- FERNÁNDEZ, E. (2014). «Trust, religion, and cooperation in western agriculture, 1880-1930». *The Economic History Review*, 67 (3), p. 678-698. DOI: 10.1111/1468-0289.12027.
- FERNÁNDEZ, E.; PINILLA, V. (2018). «Spain». A ANDERSON, K.; PINILLA, V. (editors). *Wine Globalization: A New Comparative History*. New York: Cambridge University Press, p. 208-238.
- FERNÁNDEZ, E.; SIMPSON, J. (2017). «Product quality or market regulation? Explaining the slow growth of Europe's wine cooperatives, 1880-1980». *Economic History Review*, 70 (1), p. 122-142. DOI: 10.1111/ehr.12338.
- FERRER ALÒS, L. (1987). *Pagesos, rabassaires i industrials a la Catalunya central (segles XVIII-XIX)*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- FERRER ALÓS, L. (1998). *La vinya al Bages. Mil anys d'elaboració de vi*. Manresa: Centre d'Estudis del Bages.
- FERRER-ALÓS, L. (2019), «The Evolution of Catalan Winemaking in the Nineteenth and Twentieth Centuries: Without Wine Merchants There Is No Viticulture». A: CONCA MESSINA, S.; LE BRAS, S.; TEDESCHI, P.; VAQUERO PIÑEIRO, M. (eds). *A History of Wine in Europe, 19th to 20th Centuries, Volume II*. Palgrave Macmillan: Cham, p. 137-175.
- FERRER, L., SEGURA, A. (1988), «Organització de la producció agrària a la Catalunya del set-cents», *Pedralbes*, 8, p. 511-534. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/Pedralbes/article/view/100938>>.

- FERRUCCI, L. (2006). «La cooperazione di consume: dilemmi di governance e di crescita nella moderna distribuzione commercial». A: SALANI, M.P., ed. *Lezioni cooperative. Contributi ad una teoria dell'impresa cooperativa*. Bologna: Il Mulino, p. 175-203.
- FIGUERAS, A. (2012): «Passat, passió i il·lusió». A: SEBASTIANO, A., *Més enllà del Vi. DOQ Priorat*. Mediterranean For Life 2011, Barcelona, p. 21-26.
- FIGUERAS, A.; CALVO, J. (2003). *El Priorat, la vinya i el vi*. Reus: Carrutxa i Centre de promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana (segona edició).
- FILIPESCU, S.A.; RIALP, A.; RIALP, J. (2009). «Internationalisation and technological innovation: Empirical evidence on their mutual relationship», A: SINKOVICS, R.R.; GHAURI, P.N., eds., *New Challenges to International Marketing (Advances in International Marketing, 20)*, p. 125-154. DOI: 10.1108/S1474-7979(2009)0000020008.
- FORBES, P. (1983). *Champagne: The wine, the land and the people*. Londres: Gollancz.
- FORNASARI, M.; ZAMAGNI, V. (1997). *Il movimento cooperativo in Italia. Un profilo storico-economico (1854-1992)*. Firenze: Vallecchi.
- FRADERA, J. M. (1987). *Indústria i mercat. Les bases comercials de la indústria catalana (1814-1845)*. Barcelona: Crítica.
- FRIGOLA, V. DE (1824). *Relación de los pueblos de que consta el Principado de Cataluña*. Barcelona: Impremta de la Vda. e Hijos de Antonio Brusi.
- FUGUET, J.; MAYAYO, A. (1994). *El primer celler cooperatiu de Catalunya. Centenari de la Societat de Barberà de la Conca (1894-1994)*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- GALÉS MARTÍNEZ, M. (1936). *El problema del vi a Catalunya. Estudi publicat al diari «La Humanitat» durant la tardor de l'any 1935*. Barcelona: Tallers Gràfics Alfa. Segona edició.
- GALOBARDES, J. (1992). *El llibre de Jaume Galobardes (1776-1863)*. Santa Coloma de Gramanet: Ajuntament de Santa Coloma de Gramanet.
- GARCÍA ESPUCHE, A. (2010). *Barcelona 1700*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- GARCÍA ESPUCHE, A. (2013). *Drogues, dolços i tabac, Barcelona 1700*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- GARDEÑES, D.; VICEDO, E. (1993). *La vinya i el vi a les terres de Lleida*. Lleida: Pagès Editors.
- GARRIDO, S. (1994). «Alentar y obstruir. Las vacilaciones de la política estatal sobre cooperativismo en los inicios del siglo xx». *Noticiario de Historia Agraria*, 7, p. 131-154. Consultable en línia a: <https://www.historiaagraria.com/FILE/articulos/HA7_garrido.pdf>.

- GARRIDO, S. (1996). *Treballar en comú: el cooperativisme agrari a Espanya (1900-1936)*. Valencia: Edicions Alfons el Magnànim.
- GARRIDO, S. (2021). «Inequality and conflict as drivers of cooperation: the location of wine cooperatives in pre-1936 Spain», *Cliometrica*, 15, p. 443-476. DOI: 10.1007/s11698-020-00210-5.
- GARRIDO, S. (2022). «Cooperatives, opportunism and quality product: Why the early Spanish cooperative wineries produced ordinary wine». *Business History*, 64 (1), p. 118-133. DOI: 10.1080/00076791.2019.1685504.
- GETZ, D. (2000). *Explore wine tourism: Management, development and destinations*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- GETZ, D.; BROWN, G. (2006). «Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis». *Tourism Management*, 27 (1), p. 146-158. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.08.002.
- GIL-DELGADO, J. (1911). «Embajada de S.M. en Berlín. Memoria comercial correspondiente al año 1911». *Memorias diplomáticas y consulares e informaciones*, 307. Madrid: Imprenta del Ministerio de Estado.
- GIL-DELGADO, J. (1914). «Embajada de S.M. en Berlín. Memoria comercial correspondiente al año 1909-1910». *Memorias diplomáticas y consulares e informaciones*, 478. Madrid: Imprenta del Ministerio de Estado.
- GIMENEZ GUITED, F. (1862). *Guía fabril e industrial de España*. Madrid/ Barcelona: Librería Española / Librería del Plus Ultra.
- GIMENO, M. (1999). *Un segle i mig de botigues i indústries de la Pobla de Segur*. La Pobla de Segur: Ajuntament; Diputació de Lleida.
- GIRALT RAVENTÓS, E. (1952). «La viticultura y el comercio catalán del siglo XVIII». A: *Estudios de Historia Moderna*, tom II, Barcelona, p. 159-176.
- GIRALT RAVENTÓS, E. (1990). «L'agricultura», A: NADAL, J.; MALUQUER, J.; SUDRIÀ, C.; CABANA, F., dirs, *Història econòmica de la Catalunya contemporània*. Vol. 2: S. XIX: *Població i agricultura*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
- GIRALT RAVENTÓS, E. (1993). «L'elaboració de vins escumosos catalans abans de 1900». A: GIRALT, E. (coord.). *Vinyes i vins: mil anys d'història. Actes i comunicacions del III Col·loqui d'Història Agrària sobre mil anys de producció, comerç i consum d evins i begudes alcohòliques als Països Catalans*. Febrer 1990. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona, vol. 1, p. 37-81.
- GIRALT RAVENTÓS, E. (1998a). *Els inicis del cava: Mont-Ferrant. Agustí Vilaret i Centrich (1820-1903)*. Blanes: Caves Mont-Ferrant.
- GIRALT RAVENTÓS, E. (1998b). «Consejo Superior de Agricultura, Industria y comercio: una encuesta de 1884». *Estudis d'Història Agrària*, 12, p. 223-255.

- Consultable en línia a: <<https://revistes.ub.edu/index.php/estudishistoriaagraria/article/view/34205>>.
- GÓMEZ HERRÁEZ, J.M. (2003). «Las cooperativas en el marco de las hermandades sindicales (Albacete, 1939-1959)». *Historia Agraria*, 30, p. 151-182. Consultable en línia a: <https://www.historiaagraria.com/FILE/articulos/HA30_Gomez.pdf>.
- GRAU PUJOL, J.M.; VALLS-JUNYENT, F. (2015). «Entorn a la geografia de l'aiguardent a la Catalunya del segle XVIII. Els Sunyer de Reus i els seus agents a la Conca de Barberà». A: COLOMÉ, J.; PLANAS, J. i VALLS-JUNYENT, F., eds., *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, p. 83-121.
- GUY, K.M. (2003). *When Champagne Became French. Wine and the Making of a National Identity*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- HALL, C.M.; MITCHELL, R. (2000). «Wine tourism in the Mediterranean. A tool for restructuring and development». *Thunderbird International Business Review*, 42 (4), p. 445-465. DOI: 10.1002/1520-6874(200007/08)42:4%3C445::AID-TIE6%3E3.0.CO;2-H. .
- HARDING, R.G. (2018). «The establishment of champagne in Britain, 1860–1914». Ph. D. Dissertation, University of Oxford.
- HIRSCH, J.-P. (2002-2003). *Les débits de boissons dans les petites villes d'Alsace de 1844 à 1914*. Thèse doctorat. Université Metz.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1934). *Anuario Estadístico de España*. Madrid: Sucesores de Rivadeneyra (S.A.) Artes gráficas. Consultable en línia a: <https://www.ine.es/inebaseweb/treeNavigation.do?tn=102811>.
- INTERNATIONAL LABOUR OFFICE (1944). *Co-operative Organisations and Post-War Relief*. Montreal.
- JUANOLA BOERA, A. (1990). *Cooperativa "L'Econòmica Palafrugellenca" (1865-1990)*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- JUST, A. (s.d.). *Erinnerungen von Adelheid Just an die Zeit des Weinhaus Just in Reutlingen*, treball inèdit facilitat per M. Àngels Ros Vendrell.
- LANERO, D. (2011). «Sobre el encuadramiento de los campesinos y la agricultura en el tiempo de los fascismos: una comparación entre nazismo y franquismo». *Ayer*, 83, p. 53-76. Consultable en línia a: <<https://revistaayer.com/articulo/379>>.
- LEBEAUD, M.; JULIA DE FONTENELLE, M. (1843). *Nouveau manuel complet du distillateur et du liquoriste: contenant l'art de fabriquer les diverses espèces d'eau-de-vie et esprits...* París: Librairie Encyclopédique de Roret.

- LENORMAND, L.S. (1817). *L'art du distillateur des eaux-de-vie et des esprits: dans lequel on a donné la description des nouveaux appareils de distillation*. París: Chaigneau aîné.
- LLOBET, S. (1956). *Alella y su vino. Cincuentenario de la constitución de la bodega cooperativa Alella Vinícola*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana.
- LLOBET, S. (1959). «La industria del vino espumoso español». *Estudios Geográficos*, 20(77), p. 459-481.
- LOBATO FRANCO, I. (1995). *Compañías y negocios en la Cataluña industrial*. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Sevilla.
- LONG, L.M., ed. (2004). *Culinary tourism*. Lexington: University Press of Kentucky.
- MADOZ, P. (1985). *Articles sobre el Principat de Catalunya, Andorra i zona de parla catalana del Regne d'Aragó al «Diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de Ultramar»*. Barcelona: Curial, v. II.
- MALUQUER DE MOTES, J. (1990). «L'emigració catalana a Amèrica durant la primera meitat del segle XIX. Una valoració global». A: *3es. Jornades d'Estudis Catalano-Americans*. Barcelona: Comissió Amèrica i Catalunya 1992.
- MALUQUER DE MOTES, J. (1997). *Nación e inmigración: Los españoles en Cuba (ss. XIX y XX)*. Colombes: Fundación Archivo de Indianos.
- MANSFIELD, N. (2012). «Paternalistic Consumer Cooperatives in Rural England, 1870-1930». *Rural History*, 23 (2), p. 205-211. DOI: 10.1017/S0956793312000076.
- MARGALEF, J. (2001). «El Priorat: d'una crisi productiva a una expansió vitivinícola». *Situació. Catalunya, diciembre 2001*, Servicio de Estudios del BBVA, p. 28-38.
- MARGALEF, J. i TASIAS, J. (1985). *El Priorat anàlisi d'una crisi productiva*. Barcelona: Caixa d'Estalvis de Catalunya.
- MARTÍNEZ-RODRÍGUEZ, S. (2010). *Catalunya, un país de cooperatives. Recuperació i digitalització del patrimoni cooperatiu de Catalunya: L'Arxiu Històric del Govern Civil de Barcelona*. Barcelona: Aposta SCCL.
- MARTÍNEZ RUIZ, E. (2006). «Guerra Civil, comercio y capital extranjero el sector exterior de la economía española (1936-1939)». *Estudios de Historia Económica. Banco de España*. 49. Consultable en línia a: <<https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/7387/1/roja49.pdf>>.
- MARTÍNEZ SHAW, C. (1978). «El comercio marítimo de Barcelona 1675-1712. Aproximación a partir de las escrituras de seguros». *Estudios Históricos y documentos de los Archivos de Protocolos*, VI, p. 287-310.
- MARTORELL I PAÑELLAS, A. (2010). «El Penedès. Notes crítiques sobre les vicissituds de l'Agricultura, Indústria i Comerç durant el segle XIX deduint-ne els medis per lograr llur foment i desenrotlló». Treball premiat en el concurs d'història

- celebrat pel Centre Catalanista de Vilafranca el 1901. Vilafranca del Penedès. MCMII. Edició a cura de Joan Solé Bordes a *El Penedès al segle XIX*. Vilafranca del Penedès: Institut d'Estudis Penedesencs. p. 24-53. Consultable en línia a: <<https://drive.google.com/file/d/1lrF7hhnF08lNywPPxUsECeayQF-q2CCs0/view>>.
- MARTOS, R. (1995). «El sindicato agrícola de Ripollet. Un ejemplo del cultivo de viña y su comercialización en el Vallès occidental». A: *Jornades sobre la viticultura de la conca mediterrània*. Tarragona: Diputació de Tarragona, p. 684-695.
- MEDINA-ALBALADEJO, F.J. (2015a). «Co-operative wineries: Temporal solution or efficient firms? The Spanish case during late Francoism, 1970–1981». *Business History*, 57 (4), p. 109-141. DOI: 10.1080/00076791.2014.982105.
- MEDINA-ALBALADEJO, F.J. (2015b). «El desenvolupament dels cellers cooperatius a Catalunya durant la segona meitat del segle XX». A: COLOMÉ, J.; PLANAS, J.; VALLS-JUNYENT, F., eds., *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, p. 517–546.
- MEDINA-ALBALADEJO, F.J. (2016a). «Los consorzi vinicoli en Italia durante el siglo XX: un modelo de empresa cooperativa de éxito». *Revista de Historia Industrial*, 62, p. 109-141. Consultable en línia a: <<https://revistes.ub.edu/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/21389>>.
- MEDINA-ALBALADEJO, F.J. (2016b): «Intervención estatal del sector vitivinícola español durante el franquismo: las bodegas cooperativas». A: GIRBAL-BLACHA, N.M.; LÓPEZ ORTIZ, M.I.; MENDONÇA, S.R de, coords. *Agro y política a uno y otro lado del Atlántico. Franquismo, salazarismo, varguismo y peronismo*. Buenos Aires: Imago Mundi, p. 31-54.
- MEDINA-ALBALADEJO F.J.; AÑÓN HIGÓN, D.; Díez-MINGUELA, A.; LANABERASAIN, J.-M. (2021): «Old wine in new wineskins? Understanding the cooperative movement: Catalonia, 1860-1939», *European Review of Economic History*, 25 (2), p. 328-354. DOI: 10.1093/ereh/hea014.
- MEDINA-ALBALADEJO F.J.; CALATAYUD S. (2020). «Unequal access to food during the nutritional transition: evidence from Mediterranean Spain». *Economic History Review*, 73(4), p. 1023-1049. DOI: 10.1111/ehr.12993.
- MEDINA-ALBALADEJO F.J.; MENZANI T. (2017). «Co-operative wineries in Italy and Spain in the second half of the twentieth century: success or failure of the co-operative business model?». *Enterprise & Society*, 18 (1), p. 32-71. DOI: 10.1017/eso.2016.17.
- MEDINA-ALBALADEJO, F.J. i PLANAS, J. (2020). «Las bodegas cooperativas y la comercialización del vino en España en el siglo XX». *Investigaciones de Historia Económica*, 16, p. 23-34. DOI: 10.1016/j.ihe.2018.04.001.

- MEDINA-ALBALADEJO, F.J. i PUJOL-ANDREU, J. (2014). «Cooperativas de consumo y niveles de vida, España 1865-1939: una primera aproximación». *Scripta Nova*, XVIII (494). Consultable en línia a: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-494.htm#_ednref1>4.
- MEDINA-ALBALADEJO F.J.; PUJOL-ANDREU, J. (2021). «Social Economy and Living Standards: Consumer Cooperatives in Barcelona, 1891–1935». *International Review of Social History*. DOI: 10.1017/S0020859021000481.
- MEES, L., NAGEL, K.J.; PUHLE, H.J. (2019). *Una historia social del vino. Rioja, Navarra, Cataluña 1860-1940*. Madrid: Tecnos.
- MELONI, G.; SWINNEN, J. (2013). «The political economy of European wine regulations». *Journal of Wine Economics*, 8/3, p. 244-284. DOI: 10.1017/jwe.2013.33.
- MELONI, G.; SWINNEN, J. (2018). «Trade and terroir. The political economy of the World's first geographical indications». *Food Policy*, 81, p. 1-20. DOI: 10.1016/j.foodpol.2018.10.003.
- MENZANI, T.; ZAMAGNI, V. (2009). «Cooperative networks in the Italian economy». *Enterprise & Society*, 11, p. 98-127. DOI: 10.1017/S1467222700008570.
- MERINO, J. 1993. *La industria del vi escumós a Catalunya de 1872 fins 1941*. Treball de recerca de doctorat, Departament d'Història i Institucions Econòmiques de la Universitat de Barcelona.
- MIDDLETON, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA (1934). *Censo estadístico de sindicatos agrícolas y comunidad de labradores*. Madrid: Viuda de M. Navarro.
- MINISTERIO DE ESTADO. CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL (1900). *Comercio Universal de los vinos*. Madrid: Imprenta de la Viuda de M. Minuesa de los Ríos.
- MIÑANO, S. DE (1826-1828). *Diccionario geográfico estadístico de España y Portugal*. Madrid: Imprenta de Pierart-Peralta, 10 vols.
- MIR, R. M. (1943): «Los vinos de Alella y la bodega cooperativa Alella Vinícola». A: *Catalunya agrícola. Aportación a su estudio*. Barcelona, p. 155-158.
- MITCHELL, R. i HALL, C.M. (2004). «The post-visit consumer behaviour of New Zealand winery visitors». *Journal of Wine Research*, 15 (1), p. 39-49. DOI: 10.1080/0957126042000300317.
- MOLAS RIBALTA, P. (1977). *Comerç i estructura social a Catalunya i València als segles XVII i XVIII*. Barcelona: Curial «Biblioteca de Cultura catalana», 28.
- MONER Y DE BARDAJÍ, J.A. DE (1874). *Opúsculos póstumos del doctor D. Joaquín Alberto de Moner y de Bardagí, los publica con notas su hijo el doctor D. Joaquín Manuel de Moner*. Rivagorza-Fonz: Establecimiento literario, piadoso y tipográfico de Cervuna.

- MONREAL-PÉREZ, J.; ARAGÓN-SÁNCHEZ, A. i SÁNCHEZ-MARÍN, G. (2012). «A longitudinal study of the relation between export activity and innovation in the Spain firm: The moderating role of productivity». *International Business Review*, 21, p. 862-877. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2011.09.010.
- MORALES, Á. (1914). «Nuestro comercio de vinos en Suiza». *Congreso nacional de Viticultura celebrado en Pamplona en julio del año 1912. Memoria general de las sesiones del congreso y ponencias presentadas*. Pamplona: Imprenta Provincial, p. 427-429.
- MUHR, D. i REBELO, J. (2011). «Innovation in wine SMEs: The Portuguese Douro Boys». *American Association of Wine Economists Working Paper*, 84. Consultable en línia a: <https://wine-economics.org/working_paper/innovation-in-wine-smes-the-portuguese-douro-boys/>.
- MULHALL, M. G. (1892). *The Dictionary of Statistics*, London: George Routledge and Sons.
- MUNTADAS, R. (2001): *Alella Vinícola en imatges 1906-2001*. Alella: Alella Vinícola Can Jonc, SL.
- MUÑIZ, L. (1923). *La acción social agraria en España. Memoria estadística de las entidades agrícolas y pecuarias de 1.º de abril de 1923*. Madrid: Establecimiento Tipográfico Nieto y Compañía.
- MUSEO SOCIAL (1915). *Anuario Social*. Barcelona.
- MUSET PONS, A. (1997). *Catalunya i el mercat espanyol al segle XVIII: Els traginers i els negociants de Calaf i Copons*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- NADAL, J.; BENAUL, J.M.; SUDRIÀ, C. (2012). *Atlas de la industrialització de Catalunya*. Barcelona: Vicens-Vives.
- NADAL, J.; TAFUNELL, X. (1992). *Sant Martí de Provençals. Pulmó industrial de Barcelona (1847-1992)*. Barcelona: Columna.
- NADAL, R. (2013). *Quan en dèiem xampany*. Barcelona: Columna Edicions.
- NIETO SABATER, M.D. (2010). «De José Bosch y Hermano a Bosch y Cía», *Carrer dels Arbres. Revista anuari del Museu de Badalona*, 21, p.87–106. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/CarrerArbres/article/view/282138>>.
- NIETO GALÁN, A. (1997). «La tecnologia del vi i la destil·lació a la Catalunya de 1800». *Quaderns d'Història de l'Enginyeria*, II, p. 9-39. Consultable en línia a. <https://raco.cat/index.php/QuadernsEnginyeria/article/view/83857>.
- OBIOLS, J. (2000). *El Desert Verd. Imatges de la muntanya*. Tremp: Garsineu Edicions.
- OLIVER, J.; ARBUÉS, C. (2012). *Història de l'Anís del Mono. Publicitat i estratègies comercials de l'empresa badalonina des de 1870*. Badalona: inèdit.
- OLIVERAS MASSÓ, C. (1923). *Paliativos enológicos contra la crisis vinícola. Conferencia desarrollada el 17 de abril de 1923, en el Excmo. Instituto Agrícola Catalán de San*

- Isidro de Barcelona, formando parte de un ciclo sobre «La Crisis Vinícola». Reus: Talleres Gráficos de Eduardo Navas.
- OROZCO, R. de (1877). «Hamburgo». A Dirección General de Aduanas, «Datos sobre vinos». *Memorias Comerciales redactadas por el cuerpo consular de España en el extranjero*, II, Madrid: Imprenta y fundición de Manuel Tello, p. X-XI.
- OSTOS SALCEDO, P. (1981). «Documentación del Vizcondado de Vilamur en el Archivo Ducal de Medinaceli (1126-1301). Estudio diplomático y edición». *Historia. Instituciones. Documentos*, 8, p. 267-384. Consultable en línea a: <<https://revistascientificas.us.es/index.php/HID/article/view/6055>>.
- PAN-MONTOJO, J. (1994a). «El vino y la política comercial en la Restauración». *Agricultura y Sociedad*, 72, p. 167-204. Consultable en línea a: <https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_ays%2Fa072_05.pdf>.
- PAN-MONTOJO, J. (1994b). *La bodega del mundo: La vid y el vino en España (1800-1936)*, Madrid: Alianza.
- PAN-MONTOJO, J. (2001). «Estado, acción pública y cambio técnico. Introducción». A: CARMONA, J.; COLOMÉ, J.; PAN-MONTOJO, J.; SIMPSON, J., eds. *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española, 1850-1936*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, p. 267-273.
- PAN-MONTOJO, J. (2003). «Las industrias vinícolas españolas: desarrollo y diversificación productiva entre el siglo XVIII y 1960». A: BARCIELA, C.; DI VITTORIO, A. (eds.). *Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX*. Alacant: Publicacions de la Universitat d'Alacant, p. 313-334.
- PAN-MONTOJO, J.; PUIG RAPOSO, N. (1995). «Los grupos de interés y la regulación pública del mercado de alcoholes en España (1887-1936)». *Revista de Historia Económica*, XIII (2), p. 251-280. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0212610900005073>.
- PARMENTIER, A.A. (1819). *L'art de faire les eaux-de-vie, d'après la doctrine de M. Chaptal: Où l'on trouve les procédés de Rozier, pour economiser la dépense de leur distillation, et augmenter la spirituosité des eaux-de-vie de vin, de lie, de marc, de didre, de grains, etc.; suivi de L'art de faire les vinaigres simples et composés*. Méquignon.
- PASCUAL, P. (2016). *El ferrocarril a Catalunya (1848-1935). Una història de la seva explotació*, Vic, Eumo Editorial.
- PERPINYÀ, R. (1928). «La crisi del Priorat». *La Veu de Catalunya*. Reeditat (1989) a la recopilació *D'Economia Catalana i Mundial. Textos en Català (1926-1986)*. Barcelona: Editorial Alta Fulla, p. 59-81.
- PINILLA, V.; AYUDA, M.-I. (2002). «The political economy of the wine trade: Spanish exports and the international market, 1890-1935». *European Review of Economic History*, 6, p. 51-85. DOI: [10.1017/S1361491602000035](https://doi.org/10.1017/S1361491602000035).

- PINILLA, V.; AYUDA, M.-I. (2007). «The international wine market, 1850-1938. An opportunity for export growth in Southern Europe». A: CAMPBELL, G. and GUIBERT N., *Wine, Society and Globalization. Multidisciplinary perspectives on the wine industry*, Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- PLANAS, J. (2003). «Cooperativismo y difusión del cambio técnico en la agricultura. La contribución de las cámaras agrícolas (Cataluña, 1890-1930)». *Historia Agraria*, 30, p. 87-117. Consultable en línea a: <https://www.historiaagraria.com/FILE/articulos/HA30_Planas.pdf>.
- PLANAS, J. (2006). *Els propietaris i l'associacionisme agrari a Catalunya (1890-1936)*. Girona: Documenta Universitaria.
- PLANAS, J. (2008). «El Instituto Agrícola Catalán de San Isidro y la organización de los intereses agrarios (1880-1936)». *Revista de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 217, p. 13-47. Consultable en línea a: <https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_REEAP%2Fr217_13_48.pdf>.
- PLANAS, J. (2013). *Viticultura i cooperativisme. La comarca d'Igualada, 1890-1939*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- PLANAS, J. (2015). «Els inicis del cooperativisme vitivinícola a Catalunya». A: COLOMÉ, J.; PLANAS, J., i VALLS-JUNYENT, F., *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, p. 369-401.
- PLANAS, J. (2016a). «The emergence of winemaking cooperatives in Catalonia». *Business History*, 58 (2), p. 264-282. DOI: 10.1080/00076791.2015.1082546.
- PLANAS, J. (2016b). «La Federació Agrícola Catalana-Balear i el congrés agrícola de Santa Coloma de Farners (1916)». *Quaderns de la Selva*, 28, p. 41-69. Consultable en línea a: <<https://raco.cat/index.php/QuadernsSelva/article/view/350416>>.
- PLANAS, J. (2017). «State intervention in wine markets in the early twentieth century: Why was it so different in France and Spain?». *Revista de Historia Económica*, 35 (2), p. 175-206. DOI: 10.1017/S0212610916000148.
- PLANAS, J. (2020). «La Unión de Rabassaires y las respuestas de los viticultores catalanes frente a la crisis vinícola de comienzos del siglo xx». *Hispania*, 80/264, p. 201-229. DOI: 10.3989/hispania.2020.007.
- PLANAS, J. (2022). «La Unión de Rabassaires y el cooperativismo (1922-1936)». *Ayer*, 125, p. 207-235. DOI: 10.55509/ayer/125-2022-09.
- PLANAS, J.; MEDINA-ALBALADEJO, F.J. (2017). «Too Little Intervention or Too Much? The Contribution of the State to the Development of Wine Cooperatives in Spain». *Revista de Historia Industrial*, 70, p. 77-107. Consultable en línea a: <<https://revistes.ub.edu/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/21669>>.

- PLANAS, J.; VALLS-JUNYENT, F. (2011a). «¿Por qué fracasaban las cooperativas agrícolas? Una respuesta a partir del análisis de un núcleo de la Cataluña rabassaire». *Investigaciones de Historia Económica*, 7 (2), p. 310-321. DOI: 10.1016/j.ihe.2010.09.002.
- PLANAS, J.; VALLS-JUNYENT, F. (2011b). *Cacics i rabassaires. Dinàmica associativa i conflictivitat social. Els Hostalets de Pierola (1890-1939)*. Vic: Eumo Editorial / Centre d'Estudis Comarcals d'Igualada.
- PLANAS, J.; VALLS-JUNYENT, F. (2012). «Desigualdad, asociacionismo y conflictividad social en un núcleo de la Cataluña rabassaire». *Historia Social*, 72, p. 89-111.
- PLEYAN DE PORTA, J. (1885). *Guía geográfica, histórica, monumental y estadística de las comarcas que ha de atravesar el ferro-carril del Noguera-Pallaresa*. Lleida: Imprenta de Francisco Carruez.
- POMÉS, J. (1991). *Les 'Mataró's Potatoes' i el cooperativisme agrari al Maresme (1903-1939)*. Mataró: Caixa d'Estalvis Laietana.
- POMÉS, J. (2000). *La Unió de Rabassaires*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- PRADOS DE LA ESCOSURA, L. (2017). *Spanish Economic Growth, 1850-2015*. Cham: Palgrave Macmillan.
- PUIG RAPOSO, N. (1993). «La modernización de la industria del alcohol en Tarragona, Ciudad Real, Navarra y Granada (1888-1953)». *Revista de Historia Industrial*, 4, p. 91-110. Consultable en línia a: <https://revistes.ub.edu/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/18220>.
- PUIG RAPOSO, N. (1994). «Modernización y regulación. La industria alcoholera española (1856-1953)». A: NADAL, J. i CATALAN, J., *La cara oculta de la industrialización española*. Madrid: Alianza Editorial, p. 99-124.
- PUJOL ANDREU, J. (1982). *Les crisis de malvenda del vi*, tesi de llicenciatura, Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- PUJOL ANDREU, J. (1984). «Les crisis de malvenda del sector vitivinícola català entre el 1892 i el 1935». *Recerques*, 15, p. 57-78.
- PUJOL ANDREU, J. (1999). «Trabajo asalariado y actividad agrària en Can Codorniu: un caso excepcional en la explotación del viñedo catalán durante el primer tercio del siglo XX». A: CARRERAS, A.; PASCUAL, P.; REHER, D., i SUDRIÀ, C. (eds.); GUTIÉRREZ, M. (coord.). *Doctor Jordi Nadal. La industrialització i el desenvolupament econòmic d'Espanya*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona, p. 479-506.
- PUJOL ANDREU, J. (2003). «Sobre los orígenes de la industrialización en el sector alimentario: Cataluña, 1880-1935». A: BARCIELA, C.; DI VITTORIO, A. (eds.).

- Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX.* Alacant: Publicacions de la Universitat d'Alacant, p. 245-278.
- PUJOL MARIGOT, R. (1970). *La localización de la industria en Cataluña.* Barcelona: Instituto Economía de la Empresa. Camara Oficial de Comercio, Indústria y Navegación de Barcelona [4ª parte del trabajo *El desarrollo industrial de Cataluña*, J. HORTALÀ ARAU, dir.].
- QUETGLAS CIFRE, A. (2013). *Societat, cultura i política a l'època dels moviments migratoris cap Amèrica i Europa. El cas de la Vall de Sòller (1830-1936).* tesi doctoral, Universitat de les Illes Balears.
- RAMON, J. M. (1999). *El sindicalisme agrari a la Segarra.* Lleida: Pagès editors.
- RENDÉ, J. M. (1923). *Organització i guiatge de sindicats agrícoles.* Barcelona: Escola Superior d'Agricultura.
- RICHARDS, G. (2002). «Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?» A: HJALAGER, A. M. i RICHARDS, G., eds. *Tourism and gastronomy.* London: Routledge.
- RODRIGO Y ALHARILLA, M. (2007). *Indians a Catalunya: capitals cubans en l'economia catalana,* Barcelona: Fundació Noguera.
- ROVIRA GÓMEZ, S. (1984). «Els aiguardents del Camp de Tarragona a la segona meitat del s. XVIII». A: *Actes del Primer Congrés d'Història Moderna de Catalunya.* Barcelona: Universitat de Barcelona, vol. I, p. 305-320.
- ROS, R.; SALA, P. (2014). «Redes comerciales y desarrollo industrial en la manufactura corchera catalana antes de 1914. El ejemplo de Genís y Cía.», *Revista de Historia Industrial*, XXIII, 56, p. 49-80. Consultable en línia a: <<https://revistes.ub.edu/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/21109>>.
- SÁNCHEZ, A. (1993). «Les activitats econòmiques a Barcelona (1717-1833)». A: SOBREQÜÉS i CALLICÓ, J., *Història de Barcelona. Vol V. El desplegament de la ciutat manufacturera (1714-1833).* Barcelona: Enciclopèdia Catalana, p. 217-265.
- SÁNCHEZ, A.; VALLS JUNYENT, F. (2015). «El mercado de algodón en Barcelona durante la crisis del Antiguo Régimen, 1790-1840». *Revista de Historia Industrial*, 58, p. 61-93. Consultable en línia a: <<https://revistes.ub.edu/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/21255>>.
- SANTAMARIA I JORDANA, M. (2015). *Sis generacions dels nobles Palau. Formació, ascens i caiguda d'una nissaga pallaresa (1569-1803).* Tremp: Garsineu edicions.
- SANTESMASES OLLER, J. (1984). *El segle XIX a Vila-rodona,* Valls: Institut d'Estudis Vallencs.
- SAUMELL, A. (2002). *Viticultura i associacionisme a Catalunya. Els cellers cooperatius del Penedès (1900-1936).* Tarragona: Diputació de Tarragona.

- SAUMELL, A. (2003). *La Cooperativa Agrícola i Caixa Agrària del Llorenç del Penedès (1889-1936)*. Llorenç del Penedès: Cooperativa Agrícola.
- SAUMELL, A. (2004). «El cooperativisme vitivinícola i els processos de modernització agrària al Penedès (1960-2002)». *Recerques*, 49, p. 97-132. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/Recerques/article/view/137812>>.
- SEGARRA BLASCO, A. (1994). *Aiguardent i mercat a la Catalunya del segle XVIII*. Vic: Eumo editorial.
- SERRANO SANZ, J. M^a (1987). *El viraje proteccionista en la Restauración. La política comercial española, 1875-1885*. Madrid: Siglo XXI.
- SERRANO SANZ, J.M.; ASENSIO CASTILLO, M.J. (1997). «El ingenierismo cambiario. La peseta en los años del cambio múltiple, 1948-1959». *Revista de Historia Económica* 15 (3), p. 545-573. DOI: 10.1017/S0212610900006704.
- SIMPSON, J. (2005): «Cooperation and conflicts. Institutional innovation in France's wine markets, 1870-1911». *Business History Review*, 79, p. 527-558. DOI: 10.1017/S0007680500081435.
- SIMPSON, J. (2011). *Creating wine. The emergence of a World industry, 1840-1914*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- SOLÀ PARERA, A. (2008). «Negocis i identitat laboral de les dones». *Recerques*, 56, p. 5-18. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/Recerques/article/view/202075>>.
- SOLER, R. (2003). «De magatzems a cellers. Recuperació de la producció i transformacions empresarials al Penedès, 1940-2000». A: COLOMÉ, J., coord., *De l'aiguardent al cava. El procés d'especialització vitivinícola a les comarques del Penedès-Garraf*. Vilafranca del Penedès: El 3 de Vuit-Ramon / Nadal, p. 183-222.
- SOLER, R. (2007). «Les exportacions de vins catalans durant la segona meitat del segle XX». *Recerques*, 55, p. 127-52. Consultable en línia a: <<https://www.raco.cat/index.php/Recerques/article/view/137847>>.
- SOLER-BECERRO, R. (2017). «El cooperativisme rabassaire al Penedès durant el primer terç del segle XX». *Estudis d'Història Agrària*, 29, p. 187-219. Consultable en línia a: <<https://www.raco.cat/index.php/EHA/article/view/37205>>1.
- SOLER-BECERRO, R. (2019). *Viticultura, desigualtat i conflicte agrari. La lluita per la terra a la Catalunya vitícola, 1900-1936*. Tarragona-Vilafranca del Penedès: Publicacions URV-Vinseum. Consultable en línia a: <<http://llibres.urv.cat/index.php/purv/catalog/book/355>>.
- TALLAVIGNES, Ch. (1903). *Les vins français en Allemagne. Étude Générale sur la situation viticole et vinicole de l'Allemagne*. Toulouse: Société Centrale d'Agriculture de la Haute Garonne, Toulouse.

- TARRAUBELLA I MIRABET, X.; PAGAROLAS I SABATÉ, L. (2017). *La Conca de Tremp, celler del Pirineu. Dos mil anys de vinya i vi*. Barcelona: Bresca Editorial.
- TENA-JUNGUITO, A. (2006). «Sector Exterior». A Carreras, A., Tafunell, X. (editors). *Estadísticas históricas de España*. Madrid: Fundación BBVA. Consultables en línia a: <https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE_2006_estadisticas_historicas.pdf>.
- TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. (1997). *Managing innovation: Integrating technological, market and organisational change*. Chichester: John Wiley and Sons.
- TORRA FERNÁNDEZ, L. (2005). *Comerç, distribució i consum de gèneres tèxtils. El desenvolupament de la botiga estable a Catalunya (1650-1850)*. Tesi doctoral inèdita. Universitat Pompeu Fabra.
- TORRA FERNÁNDEZ, L. (2014), «Companyies, socis i negocis entorn de la taverna i la distribució comercial del vi i l'aiguardent a Barcelona (s. XVIII)». *Estudis d'Història Agrària*, 26, p. 133-149. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/EHA/article/view/291151>>.
- TORRA FERNÁNDEZ, L. (2015), «Las fuentes notariales para el estudio de la formación, renovación y cancelación de sociedades mercantiles constituidas en Barcelona durante el siglo XVIII». A: *Actas del XII Congreso de Historia Contemporánea*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, p. 2.191- 2.230.
- TORRAS ELIAS, J. (1976). «Aguardiente y crisis rural. Sobre la coyuntura vitícola, 1793-1832». *Investigaciones Económicas*, 1, p. 45-67.
- TORRAS ELIAS, J. (1985). «Aguardiente y crisis rural. Sobre la coyuntura vitícola, 1793-1832». A: GARCÍA SANZ, A. i GARRABOU, R. (ed), *Historia agraria de la España contemporánea. Cambio social y nuevas formas de propiedad (1800-1850)*. Barcelona: Critica, p. 151-173.
- TORRAS ELIAS, J. (1994). «L'economia catalana abans de 1800. Un esquema». A: NADAL, J., dir., *Història econòmica de la Catalunya Contemporània*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, vol. 1, p. 13-38.
- TORRAS ELIAS, J. (1995). «Productes vitícoles i integració mercantil a Europa s. XVI-XVIII». A *Jornades sobre la viticultura a la conca mediterrània*. Tarragona: Diputació de Tarragona, p. 527-535.
- TORRAS ELIAS, J. (1996). «Productes vitícoles i integració mercantil a Europa, segles XV-XVIII». *Estudis d'Història Econòmica*, 14, p. 23-33.
- TORRAS ELIAS, J., DURAN, M., TORRA, L. (1999). «El ajuar de la novia. El consumo de tejidos en los contratos matrimoniales de una localidad catalana, 1600-1800». A: TORRAS, J., YUN, B. (eds) *Consumo, condiciones de vida y comercialización Cataluña y Castilla, siglos XVII-XIX*. Junta de Castilla y León, p.73-82.

- TOUZARD, J.M. (2010). «Innovation Systems and the Competition between Regional Vineyards». ISDA (*Innovation et Développement Durable dans l'Agriculture et Agroalimentaire*). Montpellier.
- VALLÈS, J.M. (2014). *El Cellar de Baix. Visió històrica d'una obra col·lectiva (1913-2013)*. Valls: Cossetània.
- VALSECCHI, P. (1893). *El moderno destilador licorista. Aguardientes, jàrabes, cervezas, vinos y vinagres. Contiene más de 2500 fórmulas*. Barcelona: Manuel Sauri.
- VALLS-JUNYENT, F. (1985). «L'Arxiu Parroquial de Pierola i Hostalets». *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 2, p. 51-52.
- VALLS-JUNYENT, F. (1987). «La Guerra del Francès en un poble de la comarca de l'Anoia. 'Notas' del Dr. Pere Solanllonch, rector de Pierola». *Miscellanea Aqualatensis*, 4, p. 111-151.
- VALLS-JUNYENT, F. (1996). *La dinàmica del canvi agrari a la Catalunya interior. L'Anoia, 1720-1860*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- VALLS-JUNYENT, F. (1997a). «Contractació a rabassa morta i conjuntura vitícola a Catalunya, 1720-1850». *Estudis Històrics i Documents dels Arxius de Protocols*, 15, p. 299-334.
- VALLS-JUNYENT, F. (1997b). «La rabassa morta a la comarca d'Igualada en la transició de les velles a les noves formes de propietat (1750-1850)». *Estudis d'Història Agrària*, 11, p. 89-107. Consultable en línia: <<https://raco.cat/index.php/EHA/article/view/99672>>.
- VALLS-JUNYENT, F. (2001a). «El paper de les exportacions vitícoles en la configuració de les relacions exteriors de l'economia catalana, 1672-1869». *Anuari de la Societat Catalana d'Economia*, 17, p. 10-18. Consultable en línia: <<https://raco.cat/index.php/AnuariEconomia/article/view/21195>>.
- VALLS-JUNYENT, F. (2001b). «Cambios estructurales en el comercio vinícola y progresos en la ciencia enológica en Cataluña durante el primer tercio del siglo XIX». A: CARMONA, J.; COLOMÉ, J.; PAN-MONTOJO, J.; SIMPSON, J., eds. *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española, 1850-1936*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, p. 239-264.
- VALLS-JUNYENT, F. (2003a). «Eaux-de-vie catalanes dans le pays du cognac. Les importations françaises d'eaux-de-vie catalanes pendant la deuxième moitié du XVIIIe siècle». A: MICHEL, H.; GAVIGNAUD-FONTAINE, G., coords., *Vignobles du Sud. XVIIe-XXe siècle*. Montpellier: Publications de l'Université Paul-Valéry, p. 275-294.
- VALLS-JUNYENT, F. (2003b). «L'aiguardent, el vi i els mercats de la viticultura penedesenca durant el segle XVIII i la primera meitat del XIX». A: COLOMÉ, J., coord.,

- De l'aiguardent al cava. El procés d'especialització vitivinícola a les comarques del Penedès-Garraf*. Vilafranca del Penedès: El 3 de Vuit-Ramon Nadal, p. 75-94.
- VALLS-JUNYENT, F. (2003c). «La industria del cava. De la substitució d'importacions a la conquesta del mercat internacional». A: COLOMÉ, J. coord., *De l'aiguardent al cava. El procés d'especialització vitivinícola a les comarques del Penedès-Garraf*. Vilafranca del Penedès: El 3 de Vuit-Ramon Nadal, p. 143-182.
- VALLS-JUNYENT, F. (2004a). *La Catalunya atlàntica. Aiguardent i teixits a l'arrencada industrial catalana*. Vic: Eumo.
- VALLS-JUNYENT, F. (2004b). «Les trifulgues amb el xampany dels fabricants de l'Anís del Mono». *Estudis d'Història Agrària*, 17, p. 939-956. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/EHA/article/view/103021?articlesBySameAuthorPage=2>>.
- VALLS-JUNYENT, F. (2007). «Compitiendo con el champagne. La industria española de los vinos espumosos antes de la Guerra Civil». *Revista de Historia Industrial*, 33, p. 47-79. Consultable en línia a: <<https://revistes.ub.edu/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/19794>>.
- VALLS-JUNYENT, F. (2011). «El cava catalán ¿éxito de la empresa o del distrito?». A CATALAN, J.; MIRANDA, J.A.; RAMON-MUÑOZ, R., eds., *Distritos y clusters en la Europa del Sur*. Madrid: Editorial Lid, p. 101-121.
- VALLS-JUNYENT, F. (2015a). «El comerç atlàntic i el proveïment de bacallà». A: Mercè RENOM, ed., *Proveir Barcelona. El municipi i l'alimentació de la ciutat, 1329-1930*. Barcelona: Edicions de La Central - Museu d'Història de Barcelona - Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, p. 175-188.
- VALLS-JUNYENT, F. (2015b). «À la recherche de l'originalité. L'industrie du cava en Catalogne, ou le succès de l'imitation d'un vin de luxe». *Entreprises et Histoire*, 78, p. 100-114. DOI: <https://doi.org/10.3917/eh.078.0100#xd_co_f=Ym-ZhOTQyMzctOGRiOS00ZmE3LTlmY2UtMDM0N2ZjMjViMzdj~>.
- VALLS-JUNYENT, F. (2017). «En els orígens de Codorniu, 1886-1905». *Butlletí de la Societat Catalana d'Estudis Històrics*, XXVIII, p. 347-400. Consultable en línia: <<https://www.raco.cat/index.php/ButlletiSCEH/article/view/330359/0>>.
- VALLS-JUNYENT, F. (2020). *La Cataluña atlántica. Aguardiente y tejidos en el arranque industrial catalán*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- VENTOSA I ROIG, J. (1936). *Passat, present i esdevenidor de l'exportació de vi*. Vilafranca del Penedès: Impremta Claret.
- VERA Y LÓPEZ, V. (1885). *Tratado de la fabricación de aguardientes y alcoholes de vino, orujo, patatas, cereales, patacas, melazas, manzanas, higos y demas materias feculentas y azucaradas*. Madrid: Librería de Cuesta.

- VICENTE VALENTÍN, M. (2008). «Comerciar en femení. La identitat de les empresàries a la Barcelona del segle XVIII». *Recerques*, 56, p. 47-59. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/Recerques/article/view/202077>>.
- VILADOMIU, L. (2016). «La cooperativa lletera del Cadí: marca i qualitat». *Quaderns Agraris*, 40, p. 47-54. Consultable en línia a: <<https://raco.cat/index.php/QuadernsAgraris/article/view/91750>>.
- VILAR, P. (1962). *Catalunya dins l'Espanya Moderna. Recerques sobre els fonaments econòmics de les estructures nacionals*. Vol IV. Barcelona: Edicions 62.
- VIÑAS Y CAMPÍ (1865). *El Indicador de España y de sus posesiones de Ultramar, ó sea, inscripción general de todas las clases comprendidas en el Subsidio Industrial y de Comercio, las de la Magistratura y Administración y las casas extranjeras que faciliten antecedentes al efecto: almanaque de más de 300.000 direcciones: Año económico de 1864 á 1865, primero de su publicación*. Barcelona: Imprenta de Narciso Ramírez.
- VIZETELLI, H. (1882). *A History of Champagne, with Notes on Other Sparkling Wines of France*. Londres: Robson and Sons, printers.
- YÁÑEZ GALLARDO, C. (2006). «Los negocios ultramarinos de una burguesía cosmopolita. Los catalanes en las primera fases de la globalitzación, 1750-1914», *Revista de Indias*, 238, p. 679-710. DOI: 10.3989/revindias.2006.i238.336.
- ZAMAGNI, V.; BATTILANI, P.; CASALI, A. (2004). *La cooperazione di consumo in Italia*, Bolonia, Il Mulino.

AUTORS

MARC BADIA MIRÓ és professor agregat del departament d'Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial de la Universitat de Barcelona, investigador del Centre d'Estudis Antoni de Capmany i del Barcelona Economic Analysis Team (BEAT). Conjuntament amb Enric Tello ha publicat diversos treballs sobre els determinants de l'especialització vitícola i la desigualtat a la Catalunya de finals del segle XIX, a revistes com *European Economic History Review* (2014), *Historia Agraria* (2018) o al llibre col·lectiu *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya* (2015). Darre-rament també ha publicat sobre geografia econòmica i comerç, en perspectiva història, a l'Amèrica Llatina.

MIQUEL ÀNGEL BOVÉ SANS és llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresarials per la Universitat Autònoma de Barcelona (1991) i doctor per la Universitat Rovira i Virgili (1999). Des de del 1994 és professor del Departament d'Economia de la Universitat Rovira i Virgili, on ha estat degà de la Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials (2003-2007) i Vicerector de Transferència i Innovació (2014-2018). Els seus àmbits principals de recerca són l'economia del medi ambient, les estratègies de desenvolupament local i regional, l'economia del sector turístic, els sistemes territorials d'innovació i les metodologies d'innovació docent.

JOSEP COLOMÉ FERRER és doctor en Història Contemporània i professor del Departament d'Història, Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial de la Universitat de Barcelona, i membre del Centre d'Estudis Antoni de Capmany en Economia i Història Econòmica, de la mateixa Universitat. Ha publicat en revistes especialitzades i en diversos llibres sobre temàtiques vinculades a la història agrària, especialment sobre l'evolució del sector vitícola català, el moviment rabassaire i la conflictitat social al segle XIX, així com també ha estudiat els rols desenvolupats per les

dones en les societats agràries del segle XIX. Ha coordinat llibres com *De l'aiguardent al cava* (2003) i, amb altres autors, *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española, 1850-1936* (2001) i *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya* (2015). És autor del llibre *Terra de Ceps. Especialització vitivinícola i món rabassaire a les comarques de l'Anoia i l'Alt Penedès* (2019).

PABLO DELGADO és estudiant de doctorat d'Història econòmica al Departament d'Economia Aplicada de la Universitat de Saragossa i investigador de l'Institut Agroalimentari d'Aragó (IA2). És graduat en Economia per la Universitat de Barcelona i va obtenir un Màster Interuniversitari d'Història Econòmica de la Universitat de Barcelona, la Universitat Autònoma de Barcelona i la Universitat de Saragossa. Les seves principals àrees de recerca són el comerç i el consum de carn a Espanya des de la segona meitat del segle XX.

LLORENÇ FERRER ALÒS és catedràtic d'Història Contemporània a la Universitat de Barcelona. Els seus camps de recerca i estudi s'han centrat en la història agrària, especialment la viticultura, la demografia, els sistemes familiars, la història del treball i la industrialització. Entre els nombrosos articles i treballs publicats destaquen *Pagesos, rabassaires i industrial a la Catalunya Central (segles XVIII i XIX)* (1987), *Masies i cases senyoriales al Bages* (1996), *La vinya al Bages. Mil anys d'elaboració de vi* (1998), *Masies de Catalunya* (2003), *Hereus, pubilles i cabalers. El sistema d'hereu a Catalunya* (2007), *Sociologia de la industrialització* (2011). Ha col·laborat en diverses revistes nacionals i internacionals.

SAMUEL GARRIDO és catedràtic de la Universitat Jaume I. Ha investigat principalment sobre temes relacionats amb el cooperativisme agrari, l'aprofitament comunal de l'aigua de reg, l'agricultura comercial valenciana i els contractes agraris. En aquest darrer cas, s'ha interessat especialment per la indemnització per millores en els contractes d'arrendament i per la rabassa morta catalana. Ha publicat en revistes com ara *Economic History Review*, *International Journal of the Commons*, *European Review of Economic History* i *Journal of Agrarian Change*. Els seus dos articles més recents versen sobre la cooperació vinícola i han estat publicats a *Cliometrica* (2021) i a *Business History* (2022).

MIQUEL GUTIÉRREZ POCH és doctor en Història Econòmica i professor titular a la Universitat de Barcelona, on imparteix docència a la Facultat d'Economia i Empresa. Ha centrat la seva trajectòria investigadora en la història industrial, especialment del sector paperer —a destacar *Full a full. La indústria paperera de l'Anoia (1700-1998): continuïtat i modernitat* (1999)—, tot i que ha publicat alguns treballs sobre història agrària. Recentment ha publicat *Tradición, conocimiento y modernidad. Las claves del*

éxito de Miquel y Costat & Miquel (siglos XVIII-XXI) (2016, darrerament també publicat en anglès). Ha estat editor de *Revista de Historia Industrial* (2012-2021).

FRANCISCO JOSÉ MEDINA-ALBALADEJO és doctor en Història Econòmica (Universitat Autònoma de Barcelona, 2011) i actualment professor de la Universitat de València. En la seva recerca ha tractat diversos temes dintre del camp de la història econòmica i social: les cooperatives vitivinícoles i de consum, i la seva relació amb la industrialització del sector alimentari i la millora dels nivells de vida, així com també el desenvolupament de la transició nutricional a Espanya. Ha publicat diversos treballs sobre vitivinicultura en revistes nacionals i internacionals, com ara *Business History*, *Enterprise & Society*, *Journal of Wine Research*, *Revista de Historia Industrial*, *Historia Agraria* o *Investigaciones de Historia Económica*.

LAUREÀ PAGAROLAS I SABATÉ és doctor en Història Medieval per la Universitat de Barcelona (1990). Ha estat durant molts anys arxiver i director tècnic de l'Arxiu Històric de Protocols de Barcelona (1978-2018) i també ha exercit de professor associat d'arxivística de la Universitat Pompeu Fabra i de la Universitat Autònoma de Barcelona. És autor d'una vintena de llibres i de nombrosos articles. Centra els seus estudis en els ordes religiós-militars, l'edició de fonts medievals i, d'una manera especial, la història de la institució i la documentació notarial. També s'ha dedicat a la història local del Camp de Tarragona i, darrerament, de les terres de Lleida i del Pirineu.

VICENTE PINILLA és doctor en Economia, catedràtic d'Història Econòmica a la Universitat de Saragossa, investigador de l'Institut Agroalimentari d'Aragó (IA2), director del Centre d'Estudis sobre la Despoblació i el Desenvolupament d'Àrees Rurals, i investigador associat del Wine Economics Research Centre de la Universitat d'Adelaide a Austràlia. Els seus últims llibres han estat: *Global Wine Markets, 1860 to 2015: A Statistical Compendium* (2017, amb Kym Anderson i Signe Nielsen), *Wine Globalization. A New Comparative History* (2018, amb Kym Anderson) i *¿Lugares que no importan? La despoblación de España desde 1900 hasta el presente* (2019, amb Fernando Collantes).

JORDI PLANAS és professor del Departament d'Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial de la Universitat de Barcelona i membre del Centre d'Estudis Antoni de Capmany d'Economia i Història Econòmica. S'ha especialitzat en història agrària i del sector vitivinícola, i ha dedicat especial atenció a l'associacionisme i el cooperativisme agraris. És autor dels llibres *Els propietaris i l'associacionisme agrari a Catalunya, 1890-1936* (2006), *Cacics i rabassaires. Dinàmica associativa i conflictivitat social. Els Hostalets de Pierola, 1890-1939* (2011, amb Francesc Valls-Junyent), *Viticul-*

tura i cooperativisme. La comarca d'Igualada, 1890-1939 (2013) i *Vinyes, vins i cooperativisme vitivinícola a Catalunya* (2015, amb Josep Colomé i Francesc Valls-Junyent), entre altres.

RAIMON SOLER BECERRO és doctor en Història, tècnic de suport a la recerca al Departament d'Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial de la Universitat de Barcelona, i membre del Centre d'Estudis Antoni de Capmany en Economia i Història Econòmica, de la mateixa Universitat. Ha treballat sobre la història social i política de la pagesia en el món vitivinícola abans de la Guerra Civil i en el sector del vi a Catalunya durant la segona meitat del segle xx i fins a l'actualitat. Ha publicat articles a *Recerques*, *Business History*, *Revista de Historia Industrial* o *International Review of Social History*, i llibres com *Viticultura, desigualtat i conflicte agrari. La lluita per la terra a la Catalunya vitícola, 1900-1936* (2019) i *Celler Cooperatiu de la Granada (1920-2020): cent anys de vitivinicultura al cor del Penedès* (2019, amb Josep Maria Feliu Roca).

XAVIER TARRAUBELLA I MIRABET és llicenciat en Història Contemporània i diplomant en Biblioteconomia i Documentació per la Universitat de Barcelona. Ha estat arxiver i director de l'Arxiu Municipal Administratiu (1995-2002) i de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona (2002-2018) i, des de 2019, és coordinador de projectes culturals al Museu d'Història de Barcelona. En l'àmbit de la recerca, s'ha dedicat a les fonts documentals d'arquitectura i urbanisme, a l'arxivística i a la història del Pallars, especialment a la implantació de les hidroelèctriques al Pirineu de Lleida i a la història de la vinya i el vi, sobre els quals ha publicat una desena de llibres i diversos articles.

LÍDIA TORRA FERNÁNDEZ és doctora en Història i professora d'Història Econòmica a l'Escola Superior de Comerç Internacional de la Universitat Pompeu Fabra. Des del 2008 al 2014 ho fou també del Departament d'Història i Institucions Econòmiques de la Universitat de Barcelona. Els seus estudis es centren en la comercialització i el consum de productes manufacturats a la Catalunya del segle XVIII. Sobre aquests temes ha publicat diversos articles i capítols en obres col·lectives. És autora del llibre *Història Econòmica de les Fires a Catalunya* (2004, amb Albert Carreras).

La producció i el comerç de vins, aiguardents i caves ha estat un element clau en la conformació de la Catalunya contemporània. Aquest llibre recull un conjunt de treballs totalment inèdits que s'han portat a terme en els darrers anys sobre la comercialització vinícola catalana i que, en la seva diversitat, permeten resseguir l'evolució del sector vitivinícola català des del segle XVIII fins a l'actualitat, una evolució a la qual l'historiador Francesc Valls Junyent (1966-2017) va dedicar una atenció preferent i al qual aquesta publicació vol servir d'homenatge.

