

Ribera d'Ebre

Una producció prematura i reduïda, així serà la temporada de la cirera

Aquest any la temporada ha començat el 15 d'abril a conseqüència del càlid final d'hivern i consegüent primavera

NÚRIA MESSEGUER
TIVISSA

«La temporada ha començat molt més aviat que l'any passat com a conseqüència del clima càlid d'aquest final d'hivern i inici de la primavera», explicava Hèctor Ripoll, productor de la cirera i administrador de Cerima Cherrys, empresa ebrenc, concretament de Tivissa, capdavantera amb el sector de les cireres que ha arribat a exportar «fins a Singapur o Sud Àfrica».

«La fruita ha madurat abans i cal començar a collir». Començar i no parar, perquè la temporada de la cirera és un compte enrere. No té marge a l'error, és intensa i breu, com degustar aquest apreciat fruit. Evidentment depen del lloc i la latitud de la plantació, però aproximadament dura entre uns 40-45 dies. No més».

El ritme és frenètic i la feina al camp, costosa, perquè l'arbre del cirerer, tot i ser dels més fàcils de cultivar, és el més costós de recol·lectar. Si creieu que la cirera va cara –perquè per a què enganyar-mos, és de les fruites més cares–, proveu de passar un dia al camp collint-la. I de ben segur que el recordareu sempre aquest dia.

És tant el volum de feina que comporta que en plena temporada, tal com va explicar David Manero, també productor de Cerima Cherry, «podem passar de tenir 40 o 50 treballadors en plantilla tot l'any, a tenir-n'he 800 o 1.000 contractats».

El cirerer, un arbre delicat

Hèctor Ripoll explicava que «el fruit ha de ser car, costa molt de collir, i també de produir. Si hi ha qualsevol incidència en qualsevol etapa del seu desenvolupament, pot frenar de manera determinant el seu creixement». Per exemple, ara per ara, si caiguessin unes grans precipitacions, tal com s'augurava aquest cap de setmana, «seria un desastre». Perquè el cirerer, com té el fruit, no necessita aigua i qualsevol mostra de pluja pot arruïnar per complet la producció d'aquesta primera tirada. A més a més, un altre aspecte a



Collir els fruits és una de les tasques més dures de tot el procés. FOTO: JOAN REVILLAS



La tria de les cireres. FOTO: JOAN REVILLAS

tenir en compte i què per tant també determina la dificultat de produir aquest fruit és la perfecció. Les cireres que mengem són perfectes i quasi mai tenen una taca. «Si plou, les cireres es baden

i perden el seu valor al mercat», tal com explicava Hèctor Ripoll. És tant l'escrutini al qual estan sotmeses les cireres que, com continuava David Manero, «les clasifiquem per color, dimensió i du-

resa» i és així com s'estableixen els preus al mercat. Tot i que com han remarcat els dos productors, ser agricultor implica sempre «escollir l'arbre i després responem al mercat. És la naturalesa qui marca el ritme i després mirem d'adaptar-ho a la demanda».

La temporada 2019

Aquesta temporada s'ha marcat per ser «primerenca» i «reduïda». Es va començar a collir pràcticament el 15 d'abril. Això no implica que la producció sigui més o menys reduïda, si no que és sinònim que hem tingut un hivern i primavera càlids.

Però el que sí que ha determinat la reducció de la producció és «el contrast de la temperatura». Ja que «aquest final d'hivern i inici de la primavera hem tingut temperatures molt altes al dia amb gelades a la nit, i això en època de floració és determinant per ocasionar més volum o menys», tal com reflexionaven els

productors de Cerima Cherry. I és que són amb aquests detalls quan te n'adones de la fragilitat de l'arbre del cirerer, sempre susceptible als canvis.

El posicionament del sector

Tal com explicava Hèctor Ripoll, no s'ha de pensar únicament amb Pauls, Tivissa i Miravet com a únics productors de cireres. «De cireres n'hi ha tota la Ribera, com també n'hi ha en algunes zones del Baix Ebre, la Terra Alta i Montsià, com és el cap de Godall».

El que sí que han remarcat els productors és la necessitat d'establir una marca ebrenc. Com explicava Manero: «Hi ha molts petits productors i cadascú sap el seu, però cal tenir una visió general i treballar en l'àmbit de marketing, normalitzant els estàndards de producció, fer-lo homogeni, per tal de crear un DO, com el vi de la Terra Alta, ens ajudaria a tots», sentenciava Ripoll.