



ESPECIAL
GOURMET

La revolución del vino según

NICOLÁS CATENA

En los años 80 un viaje a Napa Valley, California, le cambió la vida. A partir de su iluminación, la Argentina empezó a producir botellas de calidad y a tener lugar en el mundo. Charla con el hombre que, haciendo hincapié en la calidad, torció el destino de la vitivinicultura nacional

POR
SABRINA CUCULIANSKY
FOTO DE TAPA
MARTÍN LUCESOLE
PRODUCCIÓN
DOMA ESTUDIO

El suyo es el rostro argentino más conocido en el mundo del vino. Sin embargo, con un bajo perfil que es marca registrada, aclara que la propiedad de la bodega es de toda la familia Catena Zapata. Hace quince días, Nicolás Catena (72) recibió en Los Ángeles el mayor galardón que otorga la revista de Estados Unidos referente del los vinos, Wine Spectator, con el premio Distinguished Service Award, un reconocimiento tan valioso para su bodega como para la industria argentina. En 2009 fue nombrado Hombre del Año por la prestigiosa revista inglesa Decanter y el año último recibió la mayor distinción que brinda la revista germano-austríaca Der Feinschmecker, algo así como el Oscar europeo al vino. ¿Pero quién es este señor tan importante que define el camino de la vitivinicultura nacional?

Economista, ex profesor de Economía Agrícola en la Universidad de Berkeley, California, Nicolás Catena logró en menos de dos décadas posicionar el vino argentino en el mundo, inclusive por encima de algunos casos distinguidos de Francia y Estados Unidos, los dos productores más importantes en la actualidad. Hoy el vino argentino está en el top five del mercado americano, de Canadá y Brasil, nuestros principales consumidores. Y esto se debe a la gran calidad que nuestro país consiguió producir.

Hace dos años, Nicolás Catena le pasó el mando a su hija, Laura, y en la bodega hoy realiza un trabajo básicamente de degustación. "He circunscripto mi tarea -aclara-. Junto con Laura apruebo los vinos. Ella tiene una nariz muy sutil, pero en términos de paladar prefiere que las pruebas las haga yo, porque el entrenamiento del sabor está muy vinculado con la cantidad que uno ha probado."

El tema de la calidad del vino y su repercusión mundial es el quid de la cuestión, ya que, según sus palabras es un fenómeno muy reciente y vertiginoso.

¿Por qué puso la mirada en los mercados internacionales cuando todos se enfocaban en el nacional?

Empecé a trabajar en la empresa familiar con mi padre y mi abuelo cuando tenía 23 años. La empresa en esos años hacía vinos de distinta calidad y la exportación era algo de lo que ni se hablaba. A comienzos de los 80 viajé a California y visité la bodega de Robert Mondavi, Opus One.

Con un suspiro que se interpone en el relato, Catena transmite esa admiración como si fuera hoy, casi como si se hubiera topado con una profecía de buen augurio. "Ahí me encontré con algo que me dio

una inspiración. Los vinos fueron una sorpresa y mi movilización fue tal que comencé una especie de cruzada por igualar nuestros vinos con los de los franceses. Ya que los de Estados Unidos trataban de copiar a Francia, nosotros los debíamos igualar. Hasta ese entonces el vino francés de alta calidad era el único en el mundo y nadie se acercaba a lo que ellos hacían."

En California estaba pasando lo que sucedió hace diez años en la Argentina. Los californianos invertían en viñedos, en instalaciones, en las bodegas, en investigación, y fue la magnitud de ese movimiento lo que impresionó al empresario del vino. Con una tradición de elaboración mendocina aprendida de su abuelo y luego de su padre, Catena volvió al país con un proyecto para hacer vinos de una calidad totalmente distinta. "Hasta ese momento había vino fino, es decir, el que había sido guardado adecuadamente. Ese era nuestro patrón de calidad y era lo que estábamos acostumbrados a tomar. Fue esa visita a Napa Valley lo que me hizo pensar en buscar otro concepto de calidad. Con lo que descubrí en Napa Valley busqué seguir a Francia a través de mi inspiración."

¿Cómo empezó el proceso de cambio?

Mi pretensión fue hacer lo de los californianos y ese proyecto empezó en 1983. En 1989 vimos buenos resultados, pero recién nos animamos a exportar la cosecha de 1990. La mayor cantidad de viñedos que había eran de Bonarda y Malbec, en tintos, y en blancos una variedad del Riesling y otra de Semillón, del que mi padre era un fanático. Pero en California usaban Cabernet Sauvignon para tintos y Chardonnay para blancos, variedades francesas que en la Argentina casi no había. Entonces comencé a plantar esas dos porque si eso era lo que el mundo valoraba en vinos de categoría, teníamos que competir en esa línea. Eso fue único, porque nadie las plantaba y en realidad tampoco se sabía cómo iban a funcionar.

¿Cuál fue el hito para la entrada de la calidad argentina?

Hasta ese momento la exportación era de vinos de muy bajo precio y nadie había analizado la posibilidad de salir a competir con más calidad. El hecho histórico que cambia la mirada hacia nuestro país en términos de calidad fue la cosecha del 90, un Cabernet Sauvignon que fue un éxito de ventas en Estados Unidos. Retrospectivamente dio la impresión de que pusimos una calidad superior al precio. Pautamos un precio en función de lo que creíamos que era nuestra calidad comparada con la de otros países. Elegimos un precio de 15

**“LOS ASIÁTICOS
APRECIAN NUESTRO
VINO, SE DAN CUENTA
DE QUE ES ALGO
DIFERENTE. DICEN:
«ESTE VINO TIENE
ELEGANCIA.»”**



UN LUGAR EN EL MUNDO.

La bodega Catena Zapata entre los viñedos y los nevados picos montañosos; los toneles donde guardan sus creaciones.

dólares la botella en vinoteca, que era alto para lo que se conocía.

¿A principios del los años 90 había vino argentino afuera?

En muy pequeña cantidad, pero el más caro costaba 4 dólares. Lo nuestro fue tan novedoso que nuestro importador dijo que nunca iba a poder vender. Sin embargo, esa cosecha anduvo muy bien y también la siguiente. Mi conclusión es que fue la primera etapa de la historia de la calidad del vino argentino en Estados Unidos. Al año siguiente nos compraron vinos en Inglaterra y los dos mercados tomaron nota de que la Argentina podía producir otra calidad.

¿Cómo definiría las bases para ganar un mercado externo?

Al final es el mercado el que reconoce la calidad, vos lo único que podés hacer es conseguir que prueben el vino. Que sea degustado por los críticos del vino y que den su opinión a los vendedores, que son los que compran el vino que ofrecen a los consumidores. Al final del día lo que va a definir (para bien o para mal) es la opinión del consumidor. Pero para llegar hasta él hay todo un esfuerzo que implica convencer a una cadena de personas para que tengan tu vino exhibido. La historia del vino argentino que cuento a partir de mi historia es la que va en esta dirección, la de conseguir que probaran los vinos.

¿Cuándo llega el auge del Malbec?

En consonancia con la experiencia californiana yo no había producido una botella de Malbec, pese a que tanto mi padre como mi hija Laura decían que teníamos que hacerlo. Debo confesar que gracias a la presión de ellos dos le presté atención a la variedad. Elaboramos la cosecha 1994 y la ofrecí a un precio superior al del Cabernet Sauvignon, a 20 dólares. Considero que ese ha sido el acierto comercial más importante. Tanto para nuestra empresa como para el Malbec argentino.

¿Cuál era el objetivo de esa estrategia?

Mi razonamiento fue distinguir al Malbec del Cabernet Sauvignon (que era la gran variedad) a partir del precio. Fue generar una creencia nueva a partir del mérito de mi padre y mi hija. Debíamos correr ese riesgo porque lo peor que podía pasar era que nos lo quedáramos para tomar nosotros. Pero anduvo muy bien, la respuesta fue impresionante. Ahí nos dimos cuenta de que entrábamos con paso fuerte en el mundo de la calidad. Tanto nos entusiasmos que hicimos un Malbec de gran concentración que llamamos Catena Alta, porque tenía uvas de viñedos de más altura. Habíamos descubierto que a más altura del viñedo se obtenían uvas de mayor intensidad. En ese momento la altura máxima de viñedos en Mendoza era de 1200 metros. Lo presentamos y pedimos 50 dólares por la botella. Fue tal vez muy pretencioso, pero fue aceptado y lo vendimos muy bien. Los críticos le dieron muy buenas calificaciones y para mí esa fue la segunda etapa de esta penetración de la calidad argentina en el mundo. El gran mercado para estos Malbec fue Estados Unidos; Europa fue más reticente. Estábamos en el año 2000, pero en este mundo de la calidad no habíamos llegado a la liga de los grandes, la de los franceses. Entonces ofrecimos una categoría distinta y de más calidad. Lo llamamos Nicolás Catena Zapata y nuestro importador en Londres lo encontró tan extraordinario que organizó una degustación bajo la dirección de [la crítica británica] Jancis Robinson e invitó a la crema de la crema en temas de vino. Fue una degustación a ciegas con vinos de más de 100 dólares y ganamos.

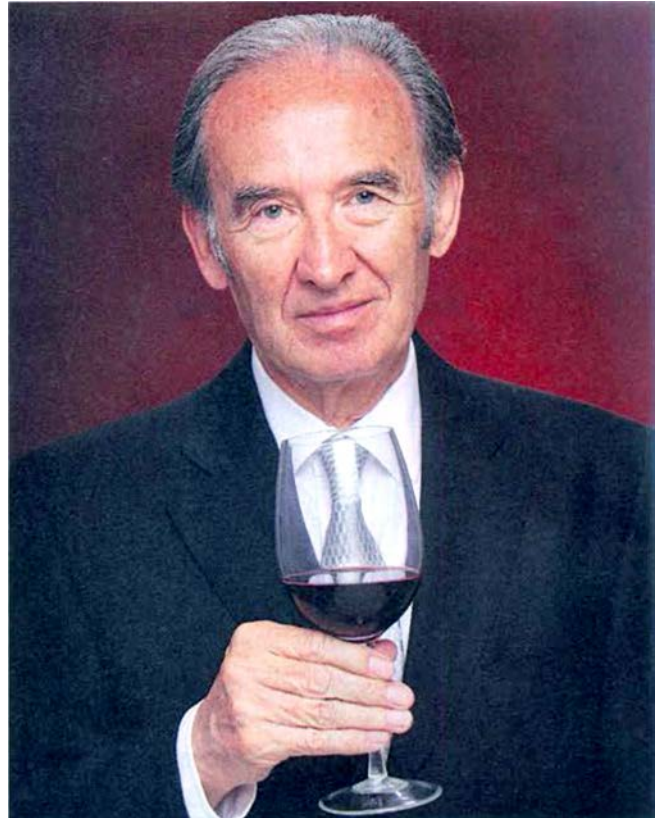


Foto: LA NACION / Martín Lucese

UNA COPA DE VIDA.

Nicolás Catena dice que produce "para quienes hacen del vino un placer relevante".

Ahí me di cuenta de lo que realmente podía producir esta región. En el mismo momento, el más importante vendedor de vinos a coleccionistas en todo el mundo incorporó nuestra botellas a los señores que señalan el rumbo en el mundo de la calidad. Ambas cosas marcaron a la Argentina como productor de la más alta calidad. Todo eso se dio en un período de 10 años.

¿Cuál fue el resultado de la conexión con Francia y Rothschild?

En 2000 vino a la Argentina el barón de Château Lafite, Eric Rothschild, el más prestigioso del mundo. Esta asociación nos trajo un ingrediente muy sutil porque introdujeron en nuestro mundo del vino un concepto: la elegancia. La elegancia en el vino es difícil de describir, pero luego de mucho tiempo he llegado a la conclusión de que es cuando en un vino hay muchos matices que lo definen, pero ninguno predomina. Lafite nos transmitió este concepto; fue lo que ha cambiado y está cambiando en una dirección muy positiva. Cada día más, los vinos argentinos van de la mano de la calidad.

¿Qué camino tomaron los demás bodegueros locales?

Lo interesante fue que a partir de allí infinidad de bodegueros argentinos y extranjeros buscaron venir a producir calidad en el país. Fue una reacción empresarial conjunta, todos hacían vinos de

Orgullosos

El 20 de octubre la reconocida revista de los críticos de Estados Unidos, Wine Spectator honró a Nicolás Catena con el Distinguished Service Award. Un premio otorgado por ser quien ayudó a elevar la calidad del vino argentino y a conseguir reconocimiento en todo el escenario mundial. "Con el premio me siento orgulloso del lugar en que nací, en donde me crié. Porque al final el mérito es del lugar. Mi abuelo y mi padre son de Mendoza."

calidad. Llegó la devaluación de 2001 y a los exportadores nos aumentó margen de ganancia que rápidamente aprovechamos para modernizar la bodega, mejorar los viñedos, replantar. Ese tipo de cambio ayudó en el proceso de ingresar al mundo, ya que el costo de ofrecer tu producto es elevadísimo y eso requiere márgenes. Desde 2010 el tipo real de cambio está decreciendo y eso es un problema, salvo que seas vendedor de muy alta calidad, en donde el tipo de cambio no se sienta tanto. Porque si tenés un vino más caro hay un margen mayor y podés aguantar un tipo de cambio en descenso.

¿Qué pasa en Asia?

Es interesante ir a las degustaciones en Asia. Los que toman vino son los que tiene mucho dinero. Se iniciaron con los vinos franceses y al igual que los ingleses desarrollaron un paladar francés. Ellos aprecian nuestro vino e inmediatamente se dan cuenta que es algo diferente, pero lo que dicen es: "Este vino tiene a su vez elegancia". Hoy nuestros vinos de calidad en China se venden muy bien.

¿Y qué sucede con los otros productores del Nuevo Mundo, como Chile y Australia?

Ambos se hicieron grandes con vinos de bajo precio y esa imagen todavía no se la pueden sacar, pese a que están haciendo grandes esfuerzos.

¿Quién estaría hoy en nuestro nivel?

Napa Valley.

¿Qué peso tiene la tecnología?

Es parte de los cambios. El gran cambio fue pasar de un modo de elaboración de estilo italiano antiguo a uno francés al abandonar el sistema antiguo de mis abuelos. Otro gran logro fue separar las uvas según la calidad de los vinos, es decir, lo que iba para los de primera y lo que iba para los de segunda o tercera calidad. Eso en función del rendimiento de los viñedos, según la cantidad de uva por planta. Fue muy difícil convencer a los agricultores que tenían que tirar un racimo. Creo que el mérito empresarial argentino fue este segundo paso. En Europa las mejores viñas son de los suelos más pobres y así los han clasificado. Nosotros habíamos plantado en los lugares más fértiles, pero si querés producir calidad tenés que plantar en lugares menos fértiles y por su puesto no hacer nada para aumentar la producción e incluso hacer raleos. El tercer punto del cambio fueron los viñedos de altura, que descubrí a mediados de los 90. Arriba hay menos temperatura y disminuye la producción y, por otro lado, hay un fenómeno que investigamos nosotros que es la ventaja de la intensidad luminosa. Otro punto fue hacer una selección de qué clones plantar.

En 2009 la revista Decanter lo nombró Hombre del año ...

Es un premio de reconocimiento europeo, ya que siguen siendo los referentes. Pusieron al vino en el gran pedestal y tienen todo el derecho de sentirse los padres de la calidad. Cuando agradecí el premio dije que mi abuelo, mi padre y yo tuvimos la suerte de ir y plantar viñedos allí. Es verdad que hay que investigar, pero si al final del día hay que agradecerle a alguien, es a la tierra.

Teniendo en cuenta la importancia de la tierra, el terroir, ¿qué se debe hacer en la bodega?

Mi conclusión es que a menor intervención mejor resultado. Lo peor que le puede pasar al Malbec es ponerle mucho roble, ya que se velarían

sus grandes cualidades. El secreto de la bodega es cómo administrar el roble, ya que forma parte de la elegancia. Hay que encontrar una armonía en la botella, en la cual esté el roble, pero a la vez no esté.

Ya descubrió el Valle de Uco. ¿Qué se viene ahora?

Lo importante de una zona es el equilibrio entre temperatura e intensidad luminosa. Es muy difícil decir cuál es el punto óptimo, porque para ver hay que ir, plantar y esperar diez años. Encontramos un lugar en La Rioja, al lado de Chañarmuyo, pero aún no conocemos los resultados.

¿Qué va a pasar con el negocio del vino?

Creo que el problema con el tipo de cambio es transitorio. Creo que la política cambiaria va a tener que ser modificada. Con este ritmo de paso cambiario se puede llegar a perder toda la exportación. El actual ya ha impedido la exportación de los vinos más baratos. El mercado interno está muy estable y no crece, y no creo que el mercado alcance el consumo del exterior.

¿Cómo se consume en la Argentina?

Lo curioso del mercado interno es que decrece el consumo de los vinos de menor precio y crece el de los de alto precio. Pero todavía no tengo una teoría al respecto. La gente hoy quiere calidad; cambia el auto, la casa y las marcas por más calidad, y en el vino eso representa selección en los viñedos. Cuanta más calidad querés producir más hay que seleccionar, y eso cuesta mucho. Las bodegas distribuyen su producción entre mucha selección para un vino de cierta calidad y en más volumen para el de menor calidad. Así maximizan el resultado de la empresa. Pero el tema es conseguir que la gente elija esa preciada botella. Para eso se usan los argumentos como las partidas limitadas y ediciones especiales. La realidad es que mirando la botella no hay algo que transmita la información de que allí hay mayor calidad. Recomendar criterios es difícil; desgraciadamente en el vino hay que ir, probar y para eso tenés que pagar la botella. Internacionalmente se habla de un vino de 20 dólares, o 100 pesos para quienes disfrutan degustándolo lentamente, quienes hacen del vino una fuente de placer relevante.

¿La industria tiene que focalizarse en vender más vino a más gente o más vino premium?

A la vista de los resultados de la empresa, es más vino a más gente. Pero lo que yo busco siempre es lograr una mayor calidad, aunque sea para una pequeña cantidad. Es el placer del producto, para mí es como un hobby. He logrado tener una calidad que pueda compararse con lo mejor del mundo. Ese es el sentido de mi vida y mientras pueda lo seguiré haciendo. Siempre tengo la expectativa de que la próxima cosecha va a ser mejor.

¿Hay alguna otra disciplina a la que se hubiera dedicado?

La familia tiene otras inversiones, pero nada tiene esa intensidad estética, emocional, sensorial, sensitiva, que no se iguala. Como en el mundo del arte. Producir algo cada vez mejor es una sensación que no se iguala ni la conseguiría en ningún otra disciplina. Eso me pasa con 50 años de experiencia. Al vino argentino le pasó algo sin igual, pasó a ofrecer una gran calidad en sólo un período, de 10 o 15 años. La Argentina se debe sentir orgullosa de estar en la liga de los más grandes del mundo.

**“HE LOGRADO TENER
UNA CALIDAD QUE
PUEDA COMPARARSE
CON LO MEJOR DEL
MUNDO. ESE ES EL
SENTIDO DE MI VIDA
Y MIENTRAS PUEDA LO
SEGUIRÉ HACIENDO”**