

José Manuel Ortega: el éxito de lo atípico



*Una “llamada loca” desde la Argentina hizo que a los 32 años este español cambie de ocupación. Pasó sin anestesia de su oficina bancaria en el Santander de Madrid a bodeguero mendocino. En la capital de Cuyo rompió todos los esquemas: apostó por nuevos terruños, por sistemas de conducción jamás usados en el país y por su cepa patria, el Tempranillo. **Giorgio Benedetti** visitó sus bodegas en Valle de Uco y en El Duero y cuenta el porqué de su inusitado éxito.*

Bueno, la verdad es que sorprende un poco que el presidente de un grupo bodeguero con producción en tres países sea quien sirva el vino a los comensales que llegan al flamante restaurante que acaba de inaugurar en su establecimiento de Valle de Uco. A los mismos comensales sorprende, quienes saben o sospechan que aquel que va de mesa en mesa botella en mano es el dueño de tamaño emprendimiento. E incluso a los mozos, claro, que ahora tienen “uno” más que los ayuda en su rutina. En todo caso, habría que decir que José Manuel Ortega no dejó de ser fiel a un estilo: el de sorprender continuamente. Desde 2000, año en que decidió cambiar su profesión -de banquero en el poderoso ibérico Santander a bodeguero en Mendoza-, casi todo lo que hizo llamó la atención de una u otra manera. Primero llegó con un proyecto de vinos premium a un país sin una fuerte historia exportadora y, hasta ese momento, sin perspectiva de iniciarla. Luego eligió como zona productora al Valle de Uco poniendo especialmente el foco en sitios prácticamente ignorados en ese entonces, como El Cepillo y Eugenio Bustos, en la localidad de San Carlos. Allí plantó su finca mayormente con la cepa Tempranillo y, encima, con el sistema de conducción tradicional de España, el “vaso” o “formación libre”, como se acostumbra en Duero y Rioja pero

inexistente en la Argentina. Con esas uvas y con las de sus fincas vecinas, el español que en aquel entonces tenía 32 años encaminó su producción (en bodega alquilada) exclusivamente hacia ejemplares de alta gama.

Todo llamaba la atención. En aquellos años se llegaba hasta el alejado Uco, y luego de contemplar incrédulo plantas jamás vistas en esas tierras, uno quedaba azorado frente a una excavación monstruosa y descomunal, con cimientos inmensos y una magnitud exorbitante.

¿Cuántas botellas piensan hacer aquí?
“No más de 400 mil”, se escuchaba.

Ah...

Siete años después no es osado asegurar que, para muchos (me incluyo), la llegada de este empresario español generó, mucho más que certezas, desconciertos. ¿Pero qué fue lo que sucedió en este tiempo? O. Fournier terminó de levantar su bodega: una sorprendente construcción diseñada por el estudio Bórmida & Yanzón que brota como un inmenso hongo en el desierto uquense. Paralelamente, dejó de ser “una bodega” para transformarse en un grupo con viñas propias en Mendoza, en Rivera del Duero -España- y recientemente en Chile, en el Valle de Leyda tan de moda en estos días. Al mismo tiempo, los vinos ya se instalaron en el mercado local e internacional como de alta gama y, en muchos casos, de excelente relación precio cali-

dad (la cosecha 2004 de su vino Urban Rivera -13 U\$S- logró 90 puntos Parker y se vendió toda -60.000 botellas- en tres semanas). Como pocos pudieron lograrlo, sin enólogos estrella ni consultores extranjeros, en sólo un puñado de años, varias publicaciones especializadas consideraron a su Malbec A. Crux como uno de los mejores del mundo, y a su *blend* homónimo como uno de los *Top 100 Wines* del mundo (*Wine Spectator*, diciembre de 2006).

No es esto ninguna panacea, pero en el marco del modelo de negocios O. Fournier estos bautismos del *mainstream* vitivinícola mundial ayudan, y mucho. Por ejemplo, en el reciente acuerdo con la *mega holding* de vinos y espirituosos Constellation Brands, para el cual producirán este primer año entre 400 y 500 mil botellas de vino con la mira puesta en el mercado estadounidense.

Lógicamente, O. Fournier también creció en hectáreas de tierra adquiridas y en volúmenes de compra de uvas, tiene todo listo para comenzar con su segunda bodega en Mendoza, donde producirá su línea Urban Uco, y en poco tiempo larga con un hotel de lujo de 36 habitaciones dentro de la finca de Eugenio Bustos. Además, claro, de la mencionada apertura de un restaurante que en sí mismo es una apuesta al turismo enológico en el sur de Mendoza (ver *En Primeur* #2, pág. 50), donde cocinan chef

de distintas partes del país y donde, a pesar de ser el principal responsable de este magnífico crecimiento, es él mismo, José Manuel, quien se da el lujo de servir el vino a los comensales que hasta allí llegan.

Proyectos globales y base local

El origen del grupo de tres bodegas que hoy comanda junto a su hermana Natalia y su cuñado José Luis Buesa nació en la Argentina, “en una llamada loca de este país que pudo ser como cualquier otra, pero no lo fue”. Allí le decían que un establecimiento vitivinícola sanrafaelino había entrado en convocatoria. El burgalés viajó entonces a Mendoza; la chance de San Rafael quedó en el camino, pero al tiempo compró el predio donde hoy está su bodega... “No tuve suerte de heredar una propiedad como en las películas, la verdad es que con mis ahorros tuve que comprar esta finca. Aunque muchos piensan que fue en el Duero, todo nació aquí, y por eso el logo original de nuestra bodega argentina es el logo del grupo; el ñandú, un animal autóctono argentino, es quien nos representa en todos lados.” Los demás “lados” son Rivera del Duero, segundo proyecto cronológico y en importancia, que incluye 100 hectáreas de viñas (60 plantadas) compradas en 2002 y una vieja bodega totalmente remodelada, en la cual elaborarán 300 mil botellas en 2007 pero con pretensiones de llegar al millón en un futuro. Y por último, en 2006, luego de buscar fincas durante tres años, comenzaron con un emprendimiento en el Valle de Leyda, Chile, que este año su primera cosecha les dará alrededor de 30 mil botellas, mayormente de Sauvignon Blanc. Y eso no es todo: “cuando terminemos de digerir este proceso de expansión pienso en un proyecto en Portugal para tintos secos y Oportos, y luego, como capricho, me gustaría tener una bodega pequeña en Napa y poder jubilarme tranquilo. Aunque si es para pedir a

los Reyes, una bodeguita en Tokai sería algo perfecto”.

José Manuel lo dice con cierta tenacidad empresarial, y no tiene el perfil de quienes esperan regalos de los Reyes. Por el contrario, apostaría a que ese *set* de bodegas está fijo en su cabeza, y que es en gran parte por ello que vive de avión en avión, de feria en feria vendiendo día y noche sus vinos con prodigiosa obstinación, siempre al tanto de lo que pasa en todas sus sedes, contestando los e-mails desde su teléfono en los taxis de cualquier ciudad del mundo.

La no moda: toda una filosofía

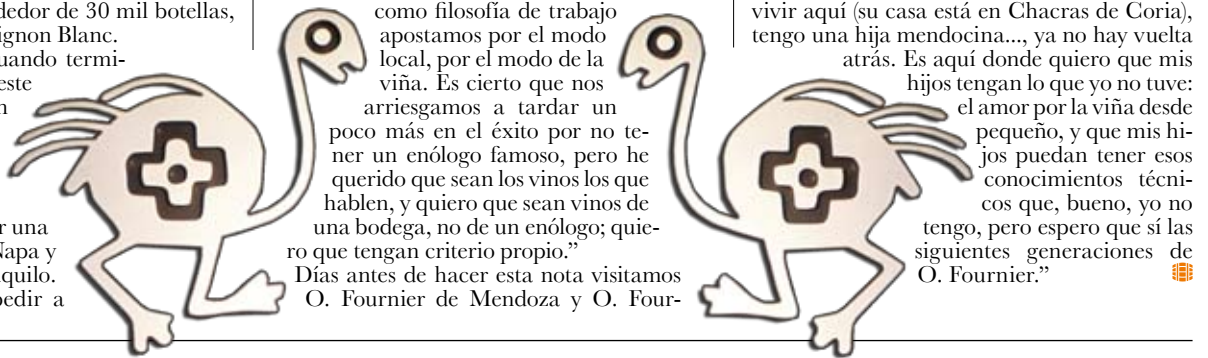
Más allá de las bodegas y lo amplio del portafolio O. Fournier, lo interesante es la interrelación que tienen entre sí. Por ejemplo, todos los enólogos van y vienen recorriendo los distintos establecimientos vitivinícolas y trabajando en dos vendimias al año. Sucede que más chances de hacer el mejor vino tiene quien más experiencia ha logrado, y si en vez de elaborar el ciclo anual de la vid es posible vinificar dos veces por año, esa experiencia literalmente se duplica. “Tenemos una cierta filosofía de grupo que hace que integremos las partes. Nuestros enólogos son del lugar; en la Argentina es un argentino (José Spizzo), en España, una española (Marian Santamaría) y en Chile, una chilena (Yanira Maldonado), y todos van y vienen entre las distintas bodegas continuamente. Hubo extranjeros que trajeron a la Argentina sus enólogos; nosotros en cambio apostamos por este país. El único español aquí soy yo, nadie más, y como filosofía de trabajo apostamos por el modo local, por el modo de la viña. Es cierto que nos arriesgamos a tardar un poco más en el éxito por no tener un enólogo famoso, pero he querido que sean los vinos los que hablen, y quiero que sean vinos de una bodega, no de un enólogo; quiero que tengan criterio propio.”

Días antes de hacer esta nota visitamos O. Fournier de Mendoza y O. Four-

nier Rivera del Duero y probamos los vinos de ambos países. Y lo cierto es que tienen un estilo que los atraviesa, y más aún los modos y usos en cada una de sus bodegas: funcionales y efectivas, sin salas de reuniones ni oficinas, con dispositivos del tipo BlackBerrys que se comunican continuamente entre los tres países y una metodología de trabajo ágil, dinámica y fundamentalista de la eficiencia.

“Uno intenta hacer las cosas lo mejor posible. Y a veces detrás de lo que parece una locura hay un análisis bastante profundo; ni el Tempranillo ni el vaso fue patriotismo, sino que tuvo que ver con un análisis objetivo de las condiciones climáticas y del suelo de la zona, y con comparar esto con zonas de España. No somos una bodega que vaya con las modas; nos tomamos muy en serio el análisis de las cosas.”

José Manuel parece obsesionado con disfrutar algunas situaciones y lugares: su familia, su nueva profesión de bodeguero, los vinos, Mendoza. Es, a las claras, de los que llegarán para quedarse. “Este lugar tiene un magnetismo especial, y aquí es donde yo tomé el amor por el vino, que quizá lo tenía, pero no era un apasionado. Para mí el vino ha sido como una especie de virus, que empieza y parece que no lo sientes. Te empieza dar un poco de fiebre y no le das bolilla, y va creciendo, y cuando te quieres dar cuenta estás vuelto loco. Y comienzan a ser 24 las horas en las que piensas en la viña, y uno se hace como viña, y empieza a ver cómo va a reaccionar en tales o cuales circunstancias. Y todo eso ha nacido aquí, en Mendoza... Mira, ya me he venido a vivir aquí (su casa está en Chacras de Coria), tengo una hija mendocina..., ya no hay vuelta atrás. Es aquí donde quiero que mis hijos tengan lo que yo no tuve: el amor por la viña desde pequeño, y que mis hijos puedan tener esos conocimientos técnicos que, bueno, yo no tengo, pero espero que sí las siguientes generaciones de O. Fournier.”



Notas de Cata

(Ordenadas por puntaje)

<p>A. Crux Malbec 2004, O. Fournier, Mendoza, \$170 Malbec de excepción, bien mineral, complejo y elegante. Al principio se muestra algo cerrado, pero luego se abre a notas mentoladas y afrutadas típicas de la variedad. En boca si bien es concentrado y potente no es áspero ni astringente; por el contrario tiene muy buen peso, equilibrio, acidez justa y taninos maduros. Beber ya o guardar.</p>	93
<p>A. Crux 2002, O. Fournier, Mendoza, \$150 Súper complejo blend con perceptible presencia Tempranillo (algo de cuero), sobrio y sutil en nariz. Entrada redonda, espesa, muy buena concentración sin exagerar. La fruta y la madera están en perfecto equilibrio; nada difícil de beber y disfrutar.</p>	92
<p>Urban Uco Tempranillo 2004, O. Fournier, Mendoza, \$22 Recién servido ostenta buena expresión de fruta cocida, <i>blackberry</i>, y lo mineral del terruño Valle de Uco. Ataque equilibrado, afrutado; paso ligero y agradable por boca, con mínima sensación de madera.</p>	83
<p>Urban Uco Torrontés 2006, O. Fournier, Mendoza, \$18 Expresión media, no tan exuberante como los tradicionales Torrontés y con los terpenos de la variedad atenuados. No obstante eso tienen notas florales y algo cítricas. En boca es equilibrado, pungente, gracias a su marcada acidez y buen volumen; de perfil internacional más que local. Mínimo amargor final. Beber ya.</p>	80

Los vinos y su cruzada interna

“Por un lado, creo que la gran variedad local es la Malbec y en la Argentina da tipicidades interesantes. En nuestro caso queremos que el vino sea atrayente los primeros años, pero que vaya creciendo con el tiempo. Aquí tenemos un Malbec de libro: fresco, floral, con suavidad en boca, gran color y la tipicidad del Valle de Uco. Pero yo tengo una cruzada interna: y es que creo que la Argentina está perdiendo una oportunidad de “vender” a un país único, que puede ofrecer más de diez variedades en los niveles de los grandes países del mundo. La gran virtud de la Argentina es la capacidad de hacer vinos de alta gama de varios tipos de uva: Malbec, Cabernet, Syrah. Nuestro Tempranillo salió entre los *Top 100 Wines de Wine Spectator* junto a dos españoles, y nada más. Esta es la gran potencia de la Argentina. Hay que vender el concepto de que esta es una tierra privilegiada para la elaboración de vinos; hay que darle más importancia al Malbec, pero no sólo al Malbec.”

* Notas de cata y calificaciones: Giorgio Benedetti