

«Lo bueno de la crisis es que podía haberse roto el ADN del Priorat»

Núria Riu Gratallops

¿Qué le hizo apostar hace 20 años por esta comarca desolada?

Para que se entienda tengo que referirme a la historia de mi familia. Ésta llegó a Tarragona en 1880, procedente de Francia, donde la filoxera estaba atacando al sector. Vinieron para comprar graneles y venderlos a sus clientes franceses. Fueron varias generaciones, que se adaptaron a lo que podían, por culpa de las diferentes guerras en ambos países. A partir de la segunda guerra mundial empezaron también a embotellar aquí. Hasta que murió mi padre y me fui a trabajar a La Rioja, pero a la vez quería reconstruir mi pasado vitícola.

La apuesta era crear algo genuino.

Siendo René Barbier, tenía que hacer algo diferente. Con la influencia de la generación del 68, fui a buscar cosas con un valor añadido, en el sentido de pureza, de respeto ecológico, biodiversidad y autovivencia, lejos de una eco-

nomía fragmentada. Puede parecer una tontería, pero ahora volvemos a hablar de lo mismo.

¿Qué le sedujo?

Era un territorio que conocía bien y, aunque era muy pobre, no estaba contaminado. No habían pasado los años 50 y 60, con los abusos que se cometieron. Por otro lado, yo tenía una experiencia que me permitía ver las posibilidades de este territorio. Lo que yo veía es que el vino tenía una personalidad difícil de encontrar en otros puestos. En el mundo real del vino estaba un ADN muy identificado. Esto era fundamental ya que tenía que entrar en un mundo diferente del que conocía. Tenía aquí un ADN perfecto que no interesaba a nadie, porque no era dinero para hoy sino para dentro de mucho tiempo. Un proyecto se hace de la ilusión y del futuro, y sabía que en un futuro este ADN tendría éxito. Era cuestión de paciencia.

¿Cuáles fueron las claves?

No se explica el éxito sin el impulso que dio Lluís Arola, con la Escuela de Enología. Éste fue quien apoyó un proyecto que parecía una quijotada desde la vertiente científica, buscando sobre el territorio la formación.



Sabía que el proyecto vitivinícola tendría éxito, sólo era cuestión de paciencia

¿Significó el punto de inflexión?

Por un lado había la formación, pero ésta no podía ir sin la otra pata, y ésta era la necesidad de enamorar a gente que creyese en este proyecto. La idea era formar un grupo de gente a partir de un pacto. Éste pasaba por creer en este ADN y llevarlo a todo el mundo, en un contexto de complementariedad entre nosotros. Un espacio como este sólo podía existir desde la colaboración, por

encima de la economía. A partir de este pacto y haciendo una cooperativa de trabajo, que nos garantizaba los medios, empezó todo. Cada uno de nosotros cultivando su 'clos', reproduciendo el modelo de la Borgoña.

Y se lanzaron al mundo.

Si producíamos cuatro vinos, teníamos a cuatro comerciales, cada uno atacando un frente diferente. En este pacto de caballeros, también decidimos que en la época en la que el vino del Priorat se vendía a granel a 40 pesetas al litro, nosotros vendríamos la botella a 1.500 pesetas. Era una comarca muy pobre, que necesitaba a muchos comerciales para vender muy poco vino y le resultaría rentable.

¿Cuál fue el primer éxito?

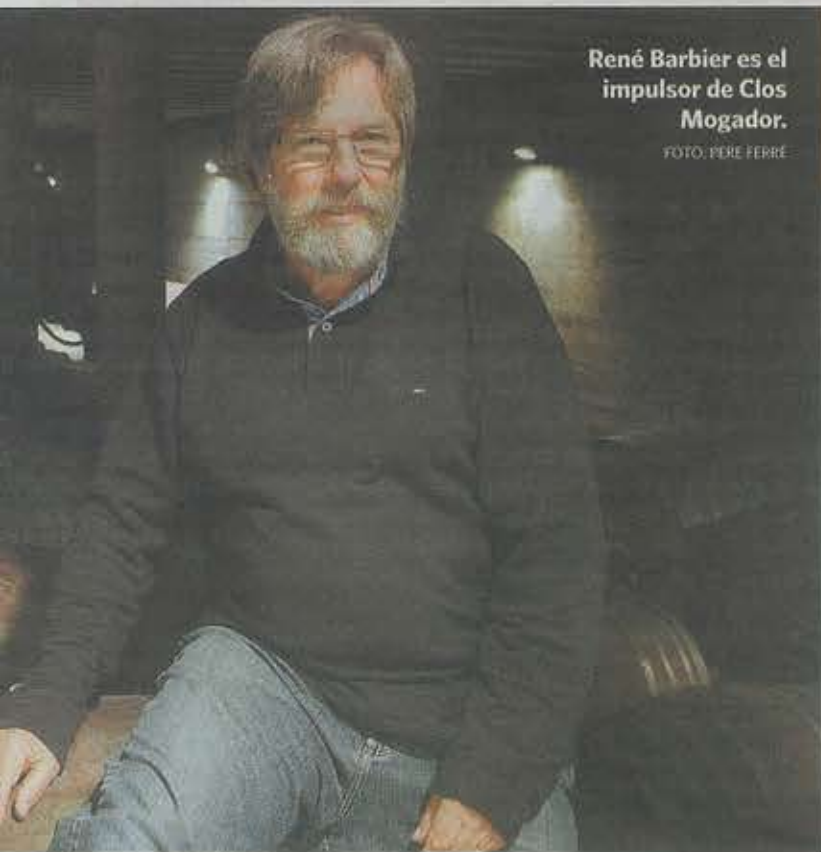
Cuando un sommelier francés nos dedicó el primer artículo, seis meses antes de la Olimpiada de Barcelona, en una revista, que era como la Guía Michelin, se hablaba de los nuestros como de los mejores vinos. A partir de



aquí nuestros vinos aparecieron en las listas de prestigio, como la del americano Robert Parker.

¿Supuso el detonante?

En cierto modo desencadenó la segunda fase económica en la que mucha gente, del antiguo Priorat, que había cerrado sus bodegas, empezó a reabrir las. Poco a poco, se construyó una nueva pata que es la de los inversores que empiezan a apostar por



René Barbier es el impulsor de Clos Mogador.

FOTO: PÈRE FERRE

el territorio. En cierto modo se genera un fenómeno de economía compulsiva. A nosotros, sin embargo, nos movía la diferencia del ADN, no la rentabilidad, que aquí es un desastre.

¿Las bodegas que han venido a posteriori han creído también en esta filosofía?

Precisamente ha habido gente que no ha venido con esta filosofía, sino que se ha apuntado al

carro. Son gente que no estaba en el sector o intelectuales que no entienden lo que es el esfuerzo y la falta de rentabilidad. Lo bueno que tiene la crisis es que en un momento dado podría haberse roto el ADN.

¿Por dónde pasa el futuro?

Me siento con la obligación de seguir con lo que vengo haciendo y mejorar el pacto de caballeros de los inicios. Evidentemen-

MUY PERSONAL Nacido en Tarragona en 1950, René Barbier forma parte de una saga de viticultores de origen francés. Se inició en los ochenta trabajando en la bodega de Álvaro Palacios en La Rioja y junto con éste Josep Lluís Pérez, Carles Pastrana y Daphane Glorian son los padres espirituales que han hecho del Priorat una de las regiones vitivinícolas más reconocidas del mundo.

te que tiene que subsistir la crisis y, por tanto, no critico a la gente que, para subsistir, rebaja los precios. A un vino que sale de un viñedo de cuatro o cinco años no le pidas un precio del ADN.

Su objetivo inicial era llevar el ADN del Priorat al mundo, ¿qué recorrido les queda?

Lo más difícil no es conseguirlo sino asentarte. Estamos en una época difícil que implica que debemos hacer el mismo esfuerzo y gastarnos lo mismo que en un periodo boyante, pero sin tener este dinero. Estamos en una economía, como mínimo aventurera, que debe convertirse en una economía real. Y, la única realidad, es que el Priorat ha tenido que bajar precios por subsistir. Es normal pero cuidado con esto. Hemos empezado a vender a China y a Japón. Es genial, pero es más esnobismo que realismo. Nuestro país sigue lejos de valorar un Priorat. No nos cuesta nada ir a ver un partido del Barça, cuando consumir una botella de vino nos cuesta lo mismo y en cambio la botella aún no la valoramos lo suficientemente. Estamos dentro de los baremos acadé-

micos, pero no dentro de los de consumición. Si dejamos de esforzarnos y los baremos académicos no corresponden a un modelo de consumición paralelo ya no nos servirán.

Un crecimiento que no se explica sin el apartado académico.

Otro aspecto que ahora también



A veces la innovación es muy tradicionalista y sólo tiene interés en tener un proyecto

está en peligro. Lo único que en estos momentos nos acompaña es el enoturismo. Hasta que no recuperamos el I+D puede suponer una autoestimación del producto. El esfuerzo académico la gente del Priorat lo tiene muy claro. En una empresa pequeña como la mía, el I+D representa más de un 20%. Pero el apartado académico a veces es muy tradicionalista. No es lo suficientemente innovador y

tiene más interés en tener un proyecto que en hacerlo.

¿El modelo del enoturismo aún no está maduro?

Hemos pasado de una base con una estructura nula a una estructura que se está construyendo. No somos California ni La Toscana, pero éramos la región más pobre de España y hemos conseguido construir una atracción. Aún es poco, no por la gente que viene, sino por lo que podría ser.

¿El catalizador puede ser si el paisaje del Priorat llega a Patrimonio de la Humanidad?

Para serlo debemos merecerlo y esto hay gente que lo olvida. El Patrimonio de la Humanidad lo tiene seguro si no hacemos más barbaridades. No se trata sólo de decirlo y de crear una aureola que acaba siendo una frustración, sino que hay que hacerlo. Que el Montsant no esté lleno de molinos de viento ha supuesto muchos conflictos entre nosotros. El punto de inflexión que tenemos en estos momentos es que la gente está esperando que pase y la crisis está esperando que nosotros cambiemos.