

Enófilos del mundo, unidos

Por **Gabriela Malizia** / gmalizia@areadelvino.com

Inversores foráneos ponen su dinero en el Valle de Uco, en un proyecto que les permitirá tener su marca de vino. The Vines of Mendoza, la empresa que ideó el producto, se expande en hectáreas, llegando a 500. Este año, además, comienza a construir su bodega





Cuando Pablo Giménez Riili, el socio mendocino de The Vines of Mendoza, comenzó a visualizar en su mente el proyecto de ofrecer viñedos privados a quienes quisieran tener su marca propia, no imaginó que durante el peor año que ha vivido Argentina desde la devaluación, debería añadir 270 hectáreas de tierra a las 200 ya adquiridas en el Valle de Uco, debido a la gran demanda.

El proyecto de Private Vineyard Estates comenzó en el 2005, y fue concebido e impulsado por Giménez Riili, y por su socio norteamericano Michael Evans, y se inició gracias a varios inversores extranjeros que confiaron en un proyecto inmobiliario de etapa temprana, gozando de servicios y de beneficios.

“Primero lo ofrecimos en el núcleo de nuestros amigos y conocidos, y luego se fue abriendo, por la difusión que tuvo el proyecto en la prensa. Además, al abrir el tasting room (en calle Espejo del centro de Mendoza) empezamos a tener clientes de distintas nacionalidades, y éste lugar ha servido para la venta”, comentó a V&V Pablo Giménez Riili.

Estos 50 compradores cubren 110 hectáreas de viñedos. En promedio cada uno posee entre dos y dos hectáreas y media. “El proyecto era hacer sólo 100 hectáreas, pero la experiencia demostró que se necesitaba una escala mayor para tener mejores costos a todos”, añade el empresario.

La inversión total del proyecto oscila entre 15 y 20 millones de dólares. Sin con-

tar las 271 nuevas hectáreas.

AMOR POR EL VINO

Private Vineyard Estates es una idea atractiva para aquellos inversores que sueñan con tener el vino propio, sin dedicarse exclusivamente a la actividad. Hasta ahora son 50 clientes los que compraron parcelas cultivadas: entre ellos hay europeos, norteamericanos, un inversor africano, algunos brasileños y sólo dos argentinos. Entre ellos están Jeff Davis que vive en Alemania, un arquitecto de Los Angeles, que adora dormir en las cabañas de La Posada del Jamón y despertarse en la finca, un matrimonio americano que adora el lugar. Anécdotas de una inversión importante, que está atrayendo las miradas del mundo.



NOVEDADES

The Vines of Mendoza está evaluando la posibilidad de tener una marca paraguas, con el excedente en volumen de los usos particulares, “una marca que gerencie y comercialice The Vines of Mendoza. Además, como tenemos El Club de Vinos con el que realizamos envíos a Estados Unidos, ya conocemos la estructura logística para vender ese vino en aquel país”, adelantó Giménez Riili.

En alojamiento, a su vez, se está definiendo la construcción de un hotel para el cual se reservaron 8 hectáreas. “Estamos realizando el estudio de factibilidad económica. Si todo sale como está previsto, tenemos intención de construirlo en 2009. Este hotel, probablemente, pertenecerá a un grupo de inversores, porque para este tipo de servicio queremos gente con experiencia, posiblemente de una cadena hotelera conocida”, adelantó el joven empresario que ríe cuando comentamos que será el segundo hotel cinco estrellas (uno es el previsto por O. Fournier) en el Valle de Uco.

Para Giménez Riili gran parte del éxito de la inversión se debe al servicio al cliente post venta, que incluye información periódica sobre cada uno de los avances.

Para ingresar a Private Vineyard Estate el cliente debe poner el 100% del capital de

una sola vez, y lo que se les vende son las hectáreas cultivadas y con tres años de mantenimiento.

Sin embargo, el que compra sólo ve una porción de tierra yerma. Según el vino que desea elaborar pide los clones, los varieta-

les, los sistemas de conducción, y cada detalle del viñedo. Obviamente se desaconseja la implantación de algunos varietales, pero el cliente pone la uva que desea. Hasta el momento, están cultivadas 5 variedades blancas y 9 tintas. El 50% se lo lleva el Malbec. El otro 30% se reparte entre Merlot, Cabernet Sauvignon y Cabernet Franc. El 20% se divide en el resto de las variedades, en las que se destaca el Torrontés y también el Syrah.

El inversor tiene incluido tres años de mantenimiento. Luego, año tras año paga los costos de mantenimiento y las utilidades de la empresa prestadora, un 20%. Los costos son los de producción por hectárea, asegura Giménez Riili.

INVERSIÓN EN BIENES RAÍCES

Hace tres años, el valor de la hectárea dentro de este viñedo privado costaba 60.000 dólares. Hoy la misma hectárea se comercializa a 135.000 dólares. Con la expectativa de subirlo un 10% más. Cada año la empresa ha vendido 30 lotes y el último lo vendió en julio pasado.



LA BODEGA

En 2010 cuando estén en producción total 70 hectáreas, comenzará a funcionar la bodega de The Vines of Mendoza. El edificio - cuyo proyecto es de los arquitectos Bórmida & Yanzón- comenzará a construirse antes de fin de año en varias etapas. El primer cuerpo comenzará en diciembre. Como está prevista para que cada productor elabore su vino en forma individual, y a fin de que no haya más de 50 o 60 vinificaciones a la vez, la bodega se diagramó en distintos cuerpos industriales. Finalmente habrá 8 áreas de recepción de la uva. El primer edificio tiene capacidad para 280.000 litros en 70 tanques de acero inoxidable, y 1.000 barricas colocadas en una sala subterránea que comunica todos los cuerpos de la planta productora.

El enólogo en jefe y consultor es el famoso Santiago Achával, (de Achával-Ferrer). Con él trabaja además Rob Lawson, enólogo de Napa Valley. Lawson es gerente de Napa Wine Company, una bodega que sólo elabora vinos para terceros.

Dentro de la bodega inicial está previsto un sector de propietarios, con cocina y quincho para pasar el día. La inversión prevista (con la inflación actual) es de 5 millones de dólares, y 2 millones para el cuerpo que estará terminado en 2009.

Muy a pesar de la inflación y el conflicto que paralizó las rutas durante varios meses, los inversores siguieron llegando.

“Hay que separar la crítica a lo que hizo el Gobierno, que fue un desastre, de la forma en que afectó esto a la vitivinicultura, o al negocio, Porque yo tengo que reconocer



que hemos seguido vendiendo normalmente, quizá porque tratamos de demostrar que este es un proyecto a 40 años. La gente confía en eso, piensa que el país puede tener vaivenes, pero nunca expropiación de tierras de particulares. Sin embargo, es verdad que algunos potenciales inversores de Argentina dejaron sus inversiones en stand by”, subraya Giménez Riili.

Otro motivo por el que los extranjeros siguen prefiriendo Argentina, si se trata de viñedos, es porque en Napa una hectárea puede costar hasta 1 millón de dólares. Al igual que en Nueva Zelanda o Australia.

De hecho, muchos extranjeros con dinero están dispuestos a invertir mucho más que 135.000 dólares por hectárea, con tal de tener su viñedo y su casa de lujo, en la lejana Mendoza. Para esto los socios de The Vines reservaron 100 hectáreas, con terrenos grandes. “Son terrenos Vip, con mayor extensión, una cancha de polo, viviendas, y

un club house, que pueden llegar a 200.000 dólares la hectárea – explica el empresario mendocino - Hay un segmento de mercado al que Private Vineyards le queda chica. Para gente con mucho dinero, que gastaría hasta 2 millones de dólares en un viñedo, estamos ofreciendo algo más exclusivo”, señaló.

Estos son clientes a los que les da igual cualquier lugar del Mundo, pero adoran Argentina, la gente, la comida y su nivel cultural, que la hace atractiva. De hecho en el proyecto de The Vines las residencias sólo se permitirán en terrenos más grandes, o en lugares que no perjudiquen la vista. De los 50 vendidos hasta ahora, 8 tienen previstas construcciones de vivienda.

En los viñedos no se usará malla antigranizo, por una cuestión estética. A menos que un cliente quiera tenerla, y la pida específicamente. La zona tiene menos problemas de granizo y de heladas, por la altura. **V&V**

