

El vermut (de Batea) conquereix el món

El celler Casa Mariol de Batea impulsa el ressorgiment del vermut modernitzant-ne la imatge, distribuint-lo arreu del món i escrivint el primer llibre especialitzat sobre el tema

BARCELONA *Dani Gutiérrez*

Segur que ho ha vist a molts bars i terrasses. Potser vostè també hi participa. I és que el vermut torna a estar de moda. El fenomen ha impactat amb molta força i l'han fet global els jòvens urbans d'entre 25 i 40 anys. Un dels impulsors destacats d'aquest ressorgiment de la beguda ha sigut el celler Casa Mariol de Batea. Han modernitzat la imatge del producte, l'han fet més propera i atractiva i l'han aconseguit distribuir a una dotzena de països, inclosos Austràlia i els Estats Units. De fet, publicacions com el *New York Times* l'han posat més d'una vegada com a celler de

referència. El seu màxim responsable, Miquel À. Vaquer, fins i tot ha escrit el primer llibre especialitzat sobre el vermut.

Expliquen que abans, els diumenges al migdia, la gent es posava les seues millors gales, anava a missa o a passejar i abans de tornar a casa anava a un bar a fer un vermut. Però va arribar un punt en què tot això es va deixar de fer. Les úniques esglésies que sumaven adeptes eren les evangelistes, la gent va començar a preferir cremar gasolina a caminar més de 500 metres i fer un vermut es va convertir en fer el vermut, on entrava qualsevol cosa.

Però misteris de les modes cíclics,



Miquel À. Vaquer, a l'entrada de la casa de vins que Casa Mariol té a Barcelona. / SANDRA TURÓN

5A
MOSTRA
DEL CAVA
28.29.NOVEMBRE
ASCÓ 2015

Ajuntament d'Ascó
ASCO
ribera/ebre
Festes d'Ascó
Patronat de Turisme
Diputació Tarragona
Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Alimentació i Acció Rural

ques, un dia el concepte es va tornar a convertir en una beguda concreta i el vermut es va tornar a posar de moda. Els consumidors van deixar d'associar-la a una cosa de gent gran. "Hi ha un gruix de població d'entre 25 i 40 anys una mica cansada de l'oci nocturn i el vermut és la forma de fer festa diürna amb la família, els infants, els avis o els amics", explica Vaquer, tercera generació de l'empresa familiar Casa Mariol, de Batea, un celler que ven vins i vermuts des del 1949. "És una beguda baixa en alcohol, intensa i amb sucre que la fa golosa, la diàna perfecta".

Una beguda pròpia, de la terra, sense artificis i, a més a més, econòmica. Són elements molt atractius, però necessiten el toc final, l'olivet que ho canvia tot. I és que en aquest ressorgiment global també hi ha jugat un paper molt important l'aposta pel màrqueting i el disseny de moltes empreses i cellers.

REJOVENIR EL PRODUCTE "El vermut s'havia de vendre d'una altra forma, més propera i atractiva per als nous consumidors", explica Vaquer. "Per a la gent jove calia una estratègia de màrqueting més peculiar, que el nou producte connectés amb els nous consumidors i crec que nosaltres hem jugat un paper important en aquest fenomen", afegeix convençut.

Amb els seus vins i vermuts, Casa Mariol ha apostat per un 'look' entre modern i casolà, amb un etiquetatge aparentment simplista i un toc d'humor, un risc que ha estat recompensat amb diversos guardons com els Premis Laus de Gràfica i Comunicació o els Premis europeus de Disseny.

"Érem una bodega desconeguda en una DO relativament descono-

"Adéu còctels i combinats, cerveses artesanals i infusions macrobiòtiques: arriba el vermut!"

guda en el mercat global i el disseny ens ha ajudat a fer-nos-hi un forat", assenyala Vaquer, que assegura que exporten vi i vermut des d'Austràlia fins a Canadà passant pel nord d'Europa i amb algunes incursions a Àsia.

EL LLIBRE Ser un dels protagonistes del boom del vermut va portar l'editorial Ara Llibres a encarregar-li (juntament amb el director de la revista *Cuina*, Josep Sucarrats, i l'escriptor Sergi Martín) un material especialitzat sobre la temàtica. *Teoria i pràctica del vermut* "és el primer llibre que analitza el fenomen i dóna claus de com gaudir, ser més crític i conèixer més una beguda familiar, però, al mateix temps, desconeguda", explica Vaquer.

L'editorial cooperativa barcelonina Ara Llibres, líder de no ficció en català (i amb alguna ebreca entre les seues files), en fa promoció de la següent manera: "Adéu còctels i combinats, cerveses artesanals i infusions macrobiòtiques: arriba el vermut! Una terrassa on toqui el sol, bona companyia i un vas de vermut: tot un estil de vida. Per què és tan modern recuperar el que ja beviem els nostres avis? Per què ens el prenem de la mateixa manera, al mateix moment i amb les mateixes tapes? Què té el vermut que encaixa tan bé amb els gustos d'avui dia?". I el llibre, és clar, respon a aquests i a mil misteris més de la nostra existència com a éssers sorprenents. ■