

Vinos a medida para clientes que valoran lo intangible

Texto: Pilar Virtudes / Imágenes: Abel Valdenebro



Roberto Regal, fundador y director general de Enonatur.

Preservar un viñedo que desaparece, conservar el legado de sus antepasados y una forma de trabajar la viña en las fuertes pendientes de A Ribeira Sacra, proteger su paisaje y su historia y, además, hacer vinos singulares. Es la carta de presentación de Enonatur, una empresa nacida del empeño del enólogo gallego Roberto Regal que no comercializa los vinos que hace, sino que, a través del apadrinamiento, da a otros la oportunidad de tener el suyo propio, con su propia marca. Aquí se miman el viñedo, con mínima intervención y poda en verde, dejando que se exprese la tierra para devolver al cliente un vino singular y de calidad.

“¿Alguna vez has soñado con crear tu propio vino?”. Así, con esta pregunta tan sugerente presenta Roberto Regal a [Enonatur](#) en su web. Elaboran “vinos de forma natural y sostenible”, se lee a renglón seguido, pero decir esto es quedarse corto. Lo que hace este gallego en la Ribeira Sacra va mucho más allá, y enlaza tangibles e intangibles: agricultura, sentimiento, paisaje y preservación del legado rural y cultural. Definirlo parece fácil y es tan difícil...

Enonatur nace en 2007 como empresa de servicios de vitivinicultura y, desde aquí, transita hacia lo que hace hoy: recuperar parcelas de viñas en las escarpadas riberas del Miño y del Sil para hacer vinos de autor, al gusto del cliente. Roberto, enólogo apasionado —“porque aquí hay que tener mucha pasión”, dice—, no sólo hace vinos para otros sino que preserva un legado que se está perdiendo. En esta zona la viña y la cereza eran solo un complemento de la economía familiar, no había detrás una

economía potente. Y en los últimos años, “se ha perdido el conocimiento a la hora de trabajar el viñedo; ahora es todo más sistemático, con menos observación, es difícil explicar lo que puede pasar en el rural cuando se pasa tanto tiempo sin valorar las cosas, cuando hay una falta de legado”, reflexiona.

Fue en 2011 cuando la empresa cambia de objetivo. “Veía que se iban abandonando viñas que conocía y ahí fue cuando arriesgamos bastante: dimos el gran paso de coger esos viñedos”. ¿El precio? “El pago a la propiedad era recuperarlos —explica Roberto—, recuperar el suelo sin usar herbicidas, levantar muros, limpiar lindes, reponer cepas que habían muerto y buscar empresas, grupos de amigos o sumilleres que apadrinasen ese viñedo. A partir de ahí empezamos a trabajar con un ingreso directo y nos metimos a coger fincas antes de buscar los padrinos”.

VIEJAS PARCELAS, NUEVOS CLIENTES

Así, fueron apareciendo los viñedos y los clientes. “De repente encontrábamos un viñedo de cepas viejas que nos gustaba y decíamos: vamos a trabajarlo y a buscar personas que quieran hacerse cargo de los costes y que se puedan llevar un vino de un viñedo exclusivo, de calidad, un vino sano”. Clientes, además, con la conciencia de que ese apadrinamiento “genera un impacto positivo en la zona: dinamismo económico, recuperar suelos, diversidad y preservar el paisaje cultural”, todo en uno.

Encontrar los viñedos no es difícil, porque “aquí se abandonan todos los días”, y tampoco lo es que te los alquilen gratis. Para el propietario “la parte económica no es importante”, hay quien quiere que alguien “continúe su obra y saber que su nieto cuando vuelva algún día lo tenga disponible”.

Esta labor de recuperación les ha llevado a las 40 fincas que trabajan actualmente (unas 9 hectáreas en total), diseminadas por toda la Ribeira Sacra, lo que dificulta el trabajo y la movilidad en una zona de por sí difícil de trabajar, dentro de la llamada **viticultura heroica**, condicionada por fuertes pendientes que impiden la mecanización y obligan a que casi todo el trabajo sea manual.

Y aunque han hecho poca publicidad los clientes han ido llegando y actualmente elaboran 50 vinos distintos. La vinculación del vino a una parcela concreta, el cuidado manual, con mínimo impacto; la heterogeneidad de orientaciones y suelos, con geologías muy diversas; y la apuesta por variedades locales contribuyen a que cada cliente pueda tener su vino exclusivo.

¿QUÉ CLIENTE QUIERE TENER SU PROPIO VINO?

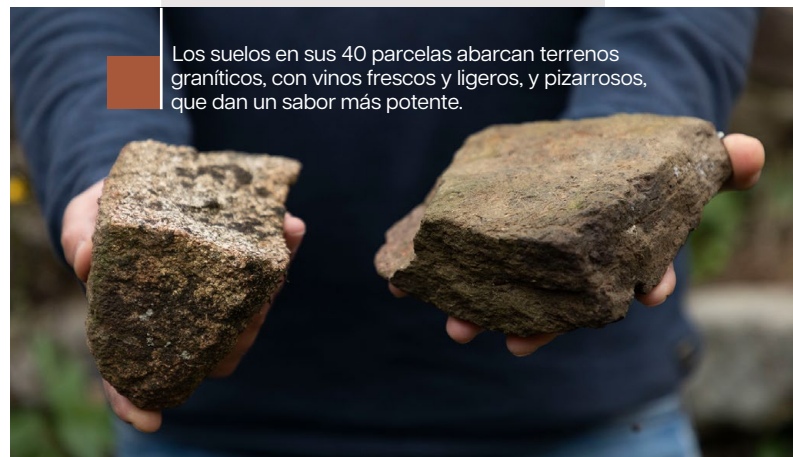
Entre los clientes, hay empresas que quieren hacer un regalo diferente a sus clientes, personas que buscan un regalo para una ocasión especial, un grupo de amigos jubilados que les gusta el vino y la zona (600 botellas entre 8 personas), o sumilleres que quieren tener un vino en sus restaurantes y hacer marca. Por supuesto, valoran que sean vinos singulares, de calidad, con mínima intervención, que reflejen la viña. Pero si hay algo que tienen en común todos ellos es que no sólo vienen por el vino; lo hacen por la historia, el paisaje y su cultura: “Al 80 por ciento lo que le importa es lo que hay detrás, de quién es el viñedo, la historia tras la viña, que le inspire algo y saber que va a

generar impactos, que es lucha contra el cambio climático, contra el abandono rural”, remarca.

Roberto tiene un catálogo dónde pueden elegir qué quieren: tintos o blancos, pizarra o granito, las variedades. También es elegible el grado de implicación, más allá del apadrinamiento. Hay clientes que al principio no se implican tanto y luego, según pasa el tiempo cada vez tienen más incidencia en su propio vino. Porque aquí también el promotor de un vino puede venir a la viña y participar en alguna fase, la poda en verde, en la vendimia o en la elaboración.

Del medio centenar de vinos que producen, el enólogo subraya que tienen en común estar “marcados por el respeto, y por la preservación de los factores que van a influir, tales como el microclima, las variedades, la intervención justa, para que al final lo que es la organoléptica del vino nos devuelva la viña. Conservar levaduras o bacterias que pueden influir, haciéndolo desde el viñedo e interviniendo en la bodega lo menos posible”, asegura.

Si alguien tiene el sueño de tener su propio vino y además cuidar el paisaje, la tradición, la dignidad del oficio de viticultor, contribuir a frenar el abandono de este viñedo tradicional, los precios oscilan entre los 17 y 27 euros por botella producida, dependiendo del tipo y la cantidad, gracias a un **equipo experimentado** y la supervisión de este enólogo que, de momento, no ha tenido tiempo de elaborar un vino con su marca. ■



Los suelos en sus 40 parcelas abarcan terrenos graníticos, con vinos frescos y ligeros, y pizarrosos, que dan un sabor más potente.



La viticultura en las fuertes laderas de Ribeira Sacra implica, obligadamente, muy poca mecanización.