

## AMPRIUS LAGAR

# Amprius apuesta por el cambio a lo ecológico "por compromiso social"

La bodega de Térvalis se propone conseguir el certificado en el plazo de tres años

Redacción  
Alcañiz

Amprius Lagar encamina su negocio hacia lo ecológico, un cambio de modelo que supondrá transformaciones en el proceso de elaboración de sus cinco vinos y en la manera y en las técnicas aplicadas para trabajar la finca de viñedos situada en el término municipal de Calaceite, aunque a escasos cinco kilómetros de Cretas.

La decisión obedece a un cambio de estrategia del grupo Térvalis que afectará no sólo a la bodega sino a todas sus empresas, explicó el gerente de Amprius Lagar, Pedro Casas. El grupo, según Casas, "ha acordado dirigir su estrategia hacia lo ecológico, aunque más como apuesta social que como estrategia comercial y, por tanto, la decisión afectará a todos sus productos, tanto a los cárnicos, que deberán estar libres de antibióticos, como para los fertilizantes, pues buena parte de ellos se orientarán hacia

el segmento de los orgánicos". En el caso de los vinos, la transformación "comenzará por la finca", de manera que en el plazo de tres años, la empresa aspira a obtener el certificado de cultivo ecológico. Es, comentó Casas, "una manera de contribuir a la sociedad".

El cambio implicará transformaciones en un primer momento en la agricultura. "Habrá que cambiar el sistema de transporte de la viña, se tendrán que aplicar abonos orgánicos y no químicos y luchar contra las plagas de manera natural", explicó el gerente de la bodega, quien subrayó que la agricultura ecológica prohíbe el uso de herbicidas, que Lagar d'Amprius tampoco utiliza en este momento. Para llevar a cabo el proceso, la empresa contará con "un especialista" que se responsabilizará de que se den los pasos necesarios para obtener el certificado en tres años.

Amprius Lagar tiene cinco vinos en el mercado y vende alrededor de 80.000 botellas al año.



La masia de la finca donde crecen los viñedos de Amprius Lagar

Por el momento, la empresa no se plantea sacar al mercado nuevos vinos, puesto que la amalgama con la que cuenta es suficientemente amplia para la producción disponible. "Quizá más adelante, cuando las cepas envejecan, nos plantearemos ampliar

otro segmento", indicó Casas. La bodega mantiene su estrategia comercial basada en vinos jóvenes y en crianzas envejecidos en botella, dejando para el momento preciso la posibilidad del envejecimiento en bodega. La apuesta es diferencial. "Aunque el mun-

do del vino es inmenso", cuenta el gerente, "hay una cierta tendencia entre los consumidores exigentes a querer encontrar en el vino todos los sabores que tiene la uva, no los que les transmite la madera de la bodega". En este sentido, la estrategia ha servido a la bodega -que comercializa el 15% de su producción en países como Dinamarca, Suiza, Alemania o Luxemburgo- para abrirse camino entre este tipo de consumidores.

### La última cosecha

La última cosecha de uva se vio afectada por el granizo, lo que obligó a Amprius Lagar a realizar un proceso más profundo de selección de la uva. Aún con todo, "el vino es excelente, ha salido bien de color, de azúcares, de alcohol y es potente", señaló Pedro Casas.

Las cepas que Amprius Lagar tiene plantadas son de la variedad garnacha fina (la mayoritaria), de syrah, chardonnay y gewurztraminer.

The advertisement features the Amprius Lagar logo on the left, which consists of a stylized vine and a red triangle. Below the logo is the slogan "OBSESIÓN POR LO SINGULAR". On the right side, five bottles of wine are displayed, each with a different label design. The background is a warm, golden-brown color with a pattern of diagonal lines. At the bottom left, the website address "www.ampriuslagar.es" is visible.