EMPRESAS PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DINAMÍZ@TE

EMILIO RODRÍGUEZ DÍAZ PROPIETARIO DA ADEGA DON BERNARDINO

«Cos viños da Ribeira Sacra podes ir hoxe a calquera mesa do mundo»

A adega Don Bernardino ampliará a exportación dos seus viños a novos países

LUIS DÍAZ
MONFORTE / LA VOZ

Emilio Rodríguez compaxina a súa faceta de adegueiro da Ribeira Sacra coa dirección do restaurante monfortino O Grelo. ROI FERNÁNDEZ

Propietario do coñecido restaurante O Grelo, unha das referencias gastronómicas destacadas na Ribeira Sacra, Emilio Rodríguez formou parte tamén do grupo de viticultores que impulsou a denominación de orixe a comezos da pasada década dos noventa. Na súa adega familiar de Amandi sempre se vendera parte da colleita entre os clientes de toda a vida. Dificilmente podían pensar daquela na dimensión internacional que ían acadar estes viños. «Xa estamos vendendo en Estados Unidos, Suíza e tamén algo en China, pero queremos dar o salto a outros países», explica. Nese obxectivo xoga un papel importante o programa Dinamiz@ate, que promove a Deputación de Lugo e no que está Emilio Rodríguez coa súa adega Don Bernardino.

—¿Que importancia ten o viño no desenvolvemento turístico da Ribeira Sacra?

—Ribeira Sacra é o viño. Se funciona como destino turístico é porque sacamos adiante a denominación de orixe. Hoxe as zonas de ribeira están cultivadas e dispoñen duns accesos en condicións. Coas viñas abandonadas ao monte, a paisaxe non tería o mesmo atractivo para o turismo. Os monumentos tamén son importantes, pero ao final a xente que nos visita acaba nalgunha adega.

—¿Xa non supón un lastre o prezo dos viños nesta denominación de orixe?

—No turismo e na comercialización do viño, a nosa oferta ten que ir destinada a un segmento medio-alto. Se a Ribeira Sacra está funcionando é porque as cousas se fan ben, empezando polos seus viños. Hoxe podes ir con eles a calquera sitio do mundo. Resisten as comparacións, poden competir nunha cata cos que se elaboran noutras zonas importantes. Iso é grazas a que teñen unha identidade, a que soubemos manter o noso estilo de viño. Logo hai que saber buscar os mercados, acertar a colocalos no seu sitio.

> «Hoxe véndense mellor os viños frescos e fáciles de beber que os fortes e con moita madeira»

Na casa de Emilio Rodríguez sempre se elaborou viño para autoconsumo. Como era tradición en Amandi, unha pequena parte destinábase á venta na propia adega. As uvas procedían dunha viña de media hectárea, que aínda cultiva na actualidade. A produción de Don Bernardino rolda as 50.000 botellas e a superficie de viñedo anda polas seis hectáreas. A adega ten dous empregados e contrata máis persoal durante a vendima.

—¿Que papel xoga Internet ante os novos retos de comercialización nas adegas?

—Internet xoga hoxe un papel fundamental en todo. O viño non é a excepción. Unha páxina web é unha porta aberta a todo o mundo. Cun ordenador, alguén pode ter toda a información sobre a túa adega en Estados Unidos ou Australia sen necesidade de moverse do sitio. Na Ribeira Sacra, é unha ferramenta moi importante para que fóra se coñeza a nosa singularidade. Vender esa imaxe diferente que fai que os nosos viños sexan tan apreciados. É algo no que sempre insisten os nosos importadores. Cando os levas á viña sempre din que este viños deixan de ser caros se es capaz de transmitirlle ao consumidor o que costa facelos.

—¿Funciona o enoturismo na Ribeira Sacra?

—Para que haxa un turismo do viño ten que existir unha infraestrutura axeitada, con hoteis e restaurantes de bo nivel. A xente quere ir a sitios bonitos, pero tamén estar cómoda neles. Ter unha boa sinalización, non perderse. Penso que aquí o estamos conseguindo.

—No mundo da restauración, ¿cambiaron máis os viños ou os clientes?

—Nos dous casos houbo cambios importantes. No restaurante levo vinte e seis anos, e cando comecei a xente pedía branco ou tinto. Hoxe os clientes piden denominacións, variedades. Coñecen as marcas máis rebuscada e falan de viño moito tempo durante a comida.

—¿Nótase a crise na venta de viños en sala?

—Véndense menos os viños máis caros, os que están por riba dos trinta euros. Tamén baixaron os reservas e grandes reserves, pero neste caso penso que é máis cuestión de estilo. Os clientes prefiren viños máis frescos, máis fáciles de beber. Non quere viños fortes nos que se note demasiado a barrica.

—¿En que pode axudar á adega o programa Dinamiz@te?

—Hai dous aspectos que nos interesan moito. Dun lado está a posibilidade de mellorar o posicionamento en Internet, tanto na venta directa como na promoción da imaxe da adega. Se tes unha web para darte a coñecer, o ideal é poder vender a través dela. Pero neste programa tamén hai un estudo de mercados no estranxeiro que ten moita utilidade para nós para entrar en países como México, Alemaña, Holanda ou Noruega.

DEPUTACIÓN DE LUGO
GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO · EOI Escuela de organización industrial
FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"
Proxecto Dinamiz@te, organizado pola Deputación de Lugo en colaboración coa Escola de Organización Industrial e cofinanciado nun 80% polo Fondo Europeo de Desarrollo Rexional (FEDER)