vinetur

LAUS lanza una campaña para restaurar los bosques arrasados por el incendio de Riglos

La recaudación irá a la FIRE para la recuperación ecológica de más de 14.500 hectáreas arrasadas

lunes 21 de septiembre de 2026



Bodega LAUS ha puesto en marcha este lunes, 21 de septiembre, la campaña solidaria ‘LAUS por nuestros bosques’ para aportar fondos a la recuperación del entorno afectado por el incendio originado en Las Peñas de Riglos en agosto. La iniciativa se desarrolla junto a la FIRE, Fundación Internacional para la Restauración de Ecosistemas, y prevé donar 1 euro por cada botella de LAUS Crianza vendida dentro de la acción.

La empresa ha fijado una equivalencia concreta para trasladar al consumidor el alcance de la campaña: cada seis botellas permitirán financiar la plantación de un árbol dentro de las actuaciones previstas para la restauración del territorio. El dinero recaudado se entregará a la FIRE, entidad especializada en conservación y restauración ecológica, que lo aplicará a los trabajos vinculados a la zona dañada por el fuego.

El incendio, que se extendió hasta el área del Monasterio de San Juan de la Peña, arrasó más de 14.500 hectáreas del Prepirineo aragonés. La emergencia afectó a seis municipios y causó daños en masas forestales, campos de cultivo, explotaciones agrícolas y ganaderas e infraestructuras, de acuerdo con la información trasladada por la bodega. Tras la fase de extinción, queda por delante un proceso largo de recuperación del ecosistema y del territorio afectado.

Luis Nozaleda, director general de Grupo Enate, vincula la campaña a la relación de LAUS con el paisaje que rodea a la bodega. “En LAUS vivimos rodeados de naturaleza. Nuestros viñedos, el Somontano y los Pirineos nos recuerdan cada día la importancia de cuidar el entorno que nos da vida. Esta campaña nace del mismo lugar que nuestros vinos: del respeto por la tierra y del deseo de contribuir a dejar un futuro mejor”, afirma.

LAUS sitúa esa iniciativa dentro de su actividad en el Somontano, donde la empresa ubica parte de su identidad. La bodega, emplazada al sur de la DOP Somontano, sostiene que la acción busca llevar esa relación con la tierra más allá del viñedo y convertir la venta de una referencia concreta de su catálogo en una aportación económica para la zona afectada.

Desde la FIRE, su presidente ejecutivo, José María Rey Benayas, subraya que la restauración tras un incendio forestal no se limita a plantar árboles. “La recuperación de un territorio afectado por un incendio no consiste únicamente en plantar árboles. Requiere conocer el estado del terreno, estudiar cómo ha respondido el ecosistema y determinar qué actuaciones son las más adecuadas en cada momento”, señala el catedrático de Ecología.

Esa precisión técnica marca el sentido de la colaboración. La recaudación no se vincula solo a nuevas plantaciones, sino a un trabajo más amplio de evaluación y actuación sobre el terreno. La equivalencia planteada por LAUS —seis botellas para financiar la plantación de un árbol— sirve como referencia para el comprador, mientras que la definición de las actuaciones corresponde a una entidad especializada en restauración ecológica.

En este tipo de procesos, las primeras decisiones suelen pasar por revisar la regeneración natural, el estado del suelo y la situación de las zonas más dañadas antes de introducir nuevas plantaciones. La FIRE enmarca su trabajo en esa lógica de intervención técnica, con medidas adaptadas a cada área afectada por el incendio.

La campaña se desarrollará tanto en hostelería y restauración como en tiendas, vinotecas, distribución y canales propios de LAUS que participen en la acción. Las botellas incluidas estarán identificadas con materiales específicos y llevarán un código QR con acceso a una página web dedicada a la iniciativa.

En ese espacio digital, LAUS prevé mostrar un contador actualizado con la recaudación e información sobre el trabajo de la FIRE y el uso de los fondos. También incorporará un apartado de preguntas frecuentes para explicar cómo se calcula la recaudación, qué ventas entran en la campaña, en qué momento se realizará la donación y a qué actuaciones se dedicará el dinero.

La compañía ha anunciado además que hará público el importe total recaudado cuando termine la campaña y que seguirá informando sobre los siguientes pasos del proyecto. Con ese sistema, compradores, establecimientos y distribuidores podrán seguir la evolución de la iniciativa y conocer el destino de las aportaciones.