

MEMORIA 2011

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACION DE ORIGEN CALIFICADA RIOJA



Denominación de Origen Calificada



S U M A R I O

Presentación.....	3
Consejo Regulador. Una organización al servicio de la Denominación:	
- Composición y funciones del Consejo Regulador	5
- Pleno y Comisiones.....	6
- Organigrama.....	10
- Acuerdos del Pleno.....	11
Los recursos económicos del Consejo.....	21
Memoria de Actividades por Departamentos:	
- Servicios Administrativos.....	24
- Asesoría Jurídica.....	25
- Servicios Técnicos:	28
A) Servicios de Inspección.....	30
B) Sección Informática.....	34
- Comunicación y Promoción.....	36
Comercialización:	
- La exportación alcanza su máximo histórico en 2011 y compensa la caída del consumo en España	60
- Estudio Nielsen sobre el mercado español de vinos. Rioja mantiene la supremacía en el mercado español gracias a los vinos tintos criados en bodega	62
- Según el estudio realizado por la consultora británica independiente Wine Intelligence, Rioja se convierte en el vino preferido para los británicos	64
La cosecha 2011 en la D.O.Ca. Rioja: el Consejo Regulador valora como 'Excelente' la cosecha de Rioja 2011	65
Estadísticas. El Rioja en cifras:	
- Evolución de la vitivinicultura en la D.O. Calificada Rioja.....	68
- Producción y elaboración.....	70
- La viticultura en cifras.....	72
- Estadística de bodegas.....	76
- Estadística de comercialización.....	78

EDITA:

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACION DE ORIGEN CALIFICADA RIOJA

Dirección editorial: Javier Pascual Corral

Impresión: Gráficas Quintana, S.L.

Depósito Legal: LR-160-1993

I.S.B.N.: 84-85375-83-X

El impulso de las ventas de Rioja en los mercados exteriores, hasta conseguir un nuevo record histórico, ha sido sin duda la mejor noticia que nos ha dejado el balance de un año marcado por una difícil situación económica que impide la recuperación del consumo. También hemos de congratularnos por haber obtenido, por segundo año consecutivo, una cosecha de calidad 'excelente', algo que para Rioja constituye la piedra angular de su estrategia de posicionamiento en los mercados.

A pesar de un entorno económico tan complicado como el que hay en todos los mercados, que obviamente ha influido sobre nuestra cadena de valor, Rioja ha dado muestras de su fortaleza y flexibilidad para adaptarse a las exigencias de los consumidores consiguiendo un ligero incremento de las ventas. La actuación sobre el mercado mediante un importante esfuerzo inversor en promoción durante 2011 ha sido nuestra apuesta de futuro para afrontar la crisis y para garantizar la continuidad de uno de los pilares básicos de nuestro Plan Estratégico, como es crecer en la exportación.

Debo hacer una valoración positiva del ejercicio de responsabilidad que supuso haber alcanzado un acuerdo ampliamente mayoritario de las organizaciones del sector para continuar el desarrollo de la campaña promocional que se está llevando a cabo durante los últimos años en los principales países consumidores de Rioja y que ha sido decisiva para impulsar las ventas y mejorar el posicionamiento de la marca Rioja respecto a la competencia. Sin embargo, he de lamentar igualmente las consecuencias tangibles e intangibles de que los presupuestos no se aprobaran en tiempo y forma, a pesar del convencimiento mayoritario que había de la necesidad de hacerlo.

Como decía al principio, la valoración como 'Excelente' de una cosecha siempre es una buena noticia para nuestra denominación, especialmente si, como en el caso de la añada 2011, hablamos de una cosecha que ha ofrecido uno de los mejores resultados de calificación de los últimos 30 años. Es una buena prueba de la mejora continua de la calidad que ha experimentado nuestra viticultura y nuestra enología, pues hay

que tener en cuenta que el Consejo Regulador ha elevado en los últimos años los requisitos establecidos para la calificación global de la cosecha. Y nos proponemos seguir elevando en el futuro dichos requisitos para la calificación, con el objetivo de que Rioja siga manteniéndose en los mercados como referente de los vinos de calidad, algo en lo que también la comunicación juega un papel fundamental.

Uno de los factores claves que explican el prestigio del que goza el vino de Rioja entre los consumidores y el posicionamiento alcanzado en los mercados internacionales es



Víctor Pascual Artacho, presidente del Consejo Regulador.



PRESENTACIÓN

el compromiso de esta denominación de origen con la calidad, sustanciado en las inversiones realizadas en tecnología, I+D+i y capital humano, tanto en viticultura como en enología. Ha sido la mejor forma de garantizar esa fidelidad que están mostrando los consumidores al vino de Rioja en estos momentos de crisis económica, una fidelidad motivada sin duda porque nuestro vino representa para ellos un valor seguro por calidad e imagen de marca.

Considero destacable el éxito de nuestra estrategia de especialización en las categorías de vinos criados en barrica, ya que nos ha permitido afianzarnos en los segmentos de más valor añadido. Como nos ha confirmado la consultora Nielsen en su estudio anual sobre el mercado español, los vinos tintos con crianza de Rioja ostentan un liderazgo abrumador del 75% en la hostelería y más del 55% en la alimentación respecto al conjunto de vinos españoles con D.O.

Pero de igual modo que el informe Nielsen destaca esa gran fortaleza de Rioja en vinos tintos criados, que ha permitido mantener el liderazgo y cuota de mercado a pesar de la caída de consumo, los resultados del estudio ponen también en evidencia algo que se ha convertido en una debilidad para esta denominación: en vinos blancos Rioja está perdiendo la oportunidad de un mercado en desarrollo, ya que los blancos son los únicos cuyo consumo viene aumentando estos últimos años. Hace ya cinco años que nuestra denominación acordó incorporar nuevas variedades blancas, pero la autorización de las nuevas plantaciones no ha llegado. Y mientras tanto, Rioja está perdiendo el tren de un incremento de consumo en blancos, que ha sido recogido por otras denominaciones.

Entre los retos actuales de nuestra denominación, la liberalización de plantaciones de viñedo prevista en la actual OCM del Vino para el año 2015 es sin duda uno de los principales, ya que causaría un daño irreparable a la economía de las zonas productoras de vinos de calidad. Durante 2011 se han dado pasos importantes, aunque no definitivos, para impedir que se lleve a cabo dicha liberalización, tanto a través del frente común constituido por las denominaciones de origen europeas, como de los apoyos

que vienen manifestando los diferentes estados a la postura de las denominaciones en el sentido de continuar regulando el potencial productivo para que las nuevas plantaciones de viñedo se concedan exclusivamente cuando se demuestre una necesidad de mercado para atender la demanda, decisión que debería estar en manos de organizaciones de carácter profesional, gestionando el sistema de derechos la autoridad pública.

También hemos avanzado en la necesaria actualización de la normativa de nuestra denominación y, tras muchos meses de trabajo en la redacción del nuevo Pliego de Condiciones, este fue finalmente remitido a Bruselas por las autoridades del Ministerio dentro de los plazos establecidos. En él se ha plasmado la demanda que ha venido formulando el sector vitivinícola riojano en el sentido de preservar los aspectos fundamentales del modelo de Rioja, que ha demostrado sobradamente su eficacia, manteniendo una estructura que le permita realizar con las garantías necesarias las labores de gestión y control, dentro de la separación de funciones ya consagrada por la Ley de 2003.

Quiero finalizar expresando una vez más mi preocupación por el continuado descenso del consumo de vino en España, algo que requiere con urgencia una actuación conjunta del sector e instituciones para promocionar el consumo moderado de este producto alimentario tradicional, con tanto peso en la economía de las regiones vinícolas españolas y muy especialmente en la nuestra. El Consejo Regulador suscribió el pasado año el convenio de adhesión de Rioja al programa europeo 'Vino con Moderación – Arte de Vivir', una iniciativa del sector vitivinícola europeo para promover el consumo responsable de vino como norma cultural, algo que se pretende contribuya a impedir el abuso y el uso indebido de bebidas alcohólicas.

Composición y funciones del Consejo Regulador

La ORDEN APA/795/2004 de 25 de marzo del Ministerio de Agricultura modificó los artículos 39, 40, 41 y 42 del Reglamento de la D.O.Ca. Rioja, a fin de hacer posible “la constitución del Consejo Regulador con la misma representatividad y consecuencias que la Organización Interprofesional del Vino de Rioja, de conformidad con la disposición adicional octava de la Ley de la Viña y el Vino, así como introducir los cambios precisos en sus funciones y forma de funcionamiento”.

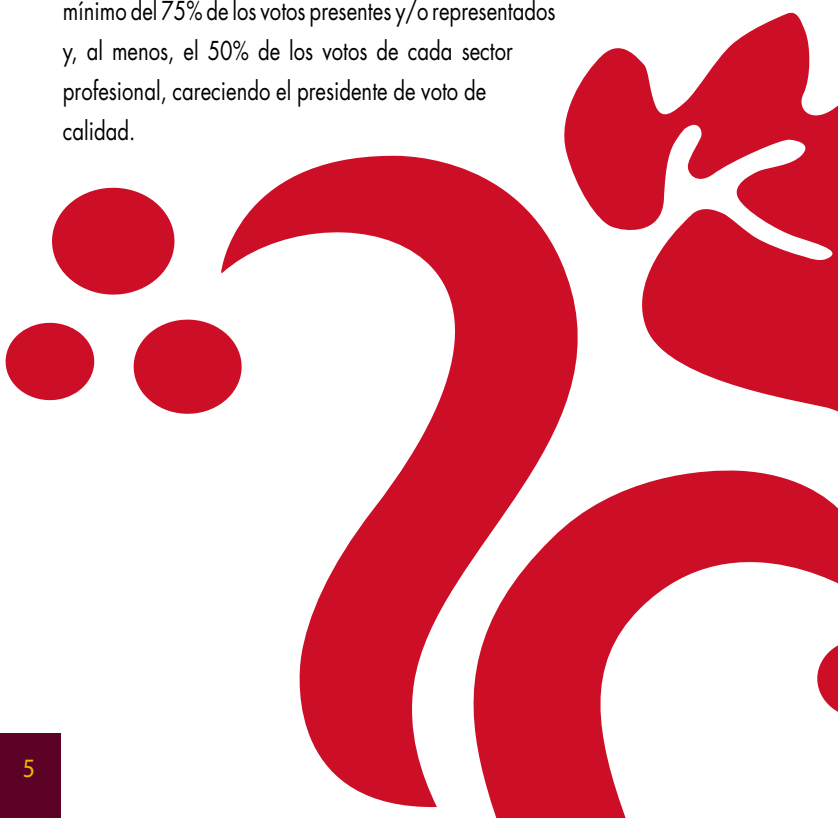
El Pleno del Consejo Regulador, órgano de gestión de la Denominación nombrado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y dependiente de éste, está integrado por 32 vocales que representan a seis asociaciones de bodegas y nueve asociaciones de viticultores, es decir, la totalidad de las asociaciones del sector, y son los mismos integrantes de la Junta Directiva de la Organización Interprofesional del Vino de Rioja, cuyo presidente ostenta también la presidencia del Consejo Regulador en virtud de la reglamentación vigente. También participan en el Pleno, con voz pero sin voto, los respectivos representantes del MAPA y de las Administraciones autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra.

El artículo 40 del Reglamento señala que al Consejo Regulador le corresponden, “además de las funciones establecidas en las disposiciones de carácter general que le sean de aplicación y las atribuidas en este Reglamento”, las siguientes: cumplir y hacer cumplir el Reglamento, proponiendo al efecto las disposiciones internas que sean necesarias y mandando ejecutar los acuerdos que adopte; regir y gestionar la actividad del Consejo Regulador, así como organizar su régimen interior y los servicios; administrar los ingresos y fondos del Consejo Regulador y ordenar los pagos; contratar, renovar o suspender a su personal; informar a la Administración pública de las incidencias que en la producción y mercado se produzcan; y, por último, remitir a los Organismos interesados

los acuerdos que para el cumplimiento general acuerde el Consejo.

Respecto a las funciones a desempeñar por el presidente del Consejo Regulador -que según está previsto “será el presidente de la Junta Directiva de la Organización Interprofesional y que, conforme a sus Estatutos, podrá ser miembro de la Junta o una persona externa a ella”-, el artículo 41 le atribuye la representación legal del Consejo Regulador ante cualquier entidad pública o privada, Administraciones, Organismos, instancias judiciales y de mediación; presidir las sesiones y moderar el desarrollo de los debates, ordenando las deliberaciones y votaciones; asegurar el cumplimiento de las leyes; visar las Actas y Certificaciones de los acuerdos del Organismo; y ejercer cualquier función que las Leyes, el Reglamento o el Pleno le atribuyan específicamente.

Por último cabe señalar, en cuanto al régimen de funcionamiento establecido en el artículo 42, que el Consejo se reunirá como mínimo una vez cada dos meses, y siempre que lo considere necesario el Presidente o lo solicite al menos el 15% de los votos, y que los acuerdos se adoptarán por un mínimo del 75% de los votos presentes y/o representados y, al menos, el 50% de los votos de cada sector profesional, careciendo el presidente de voto de calidad.





VOCALES DEL PLENO / SECTOR COMERCIAL (100 votos y 16 vocales)

GRUPO RIOJA (66 votos y 9 vocales)

D. Víctor Pascual Artacho
D. Fernando Salamero Laorden
D. Jose Luis Benítez Robredo
D. Rogelio Jiménez Palacios
D. José Luis Fernández de Jubera
D. Pedro Aibar Sánchez
D. Enrique Abiega Olabarrieta
D. Rafael Vivanco Sáenz
D. Rubén Baz Rodríguez

ABC (11 votos y 2 vocales)

D. Iñigo Torres Andrés
D. Enrique Ayala Herrán

ARBOR (10 votos y 2 vocales)

D. Jesús Martínez Bujanda Irribarria
D. Jesús de Miguel Martínez

ABRA (6 votos y 1 vocal)

Doña Inés Baigorri Uribe

BFR - PROVIR (4 votos y 1 vocal)

D. Juan Carlos Sancha González

ARAEX (3 votos y 1 vocal)

D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

Representante del M.AGR.A.M.A.:

D. Faustino Manso Martínez

Representantes de las Comunidades Autónomas:

C.A. La Rioja: D. Igor Fonseca Santaolalla
C.F. Navarra: D. Julián Suberviola Ripa
C.A. País Vasco: D. José Luis Anda Fernández



VOCAL DEL PLENO / SECTOR PRODUCTOR (100 votos y 16 vocales)

FECOAR (37 votos y 5 vocales)

D. José Luis Rubio Bretón
D. Fernando Ezquerro Cuevas
D. José María Daroca Rubio
D. José Mª Rojas Miguel
Vacante

UCAN (5 votos y 1 vocal)

D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE (3 votos y 1 vocal)

D. Ramón Emilio Muro Aguirrebeña

ASAJA (25 votos y 3 vocales)

D. Alejandro Las Heras Quintín
D. José Antonio Rubio Gutiérrez
D. Luis Alberto Lecea Blanco

UAGA (12 votos y 2 vocal)

D. Jesús Bauza Nuin
D. Enrique Pérez Mazo

UAGR (8 votos y 1 vocal)

D. José Luis Pisón Martínez

UPA (5 votos y 1 vocales)

D. Eusebio Fernández García

UAGN (4 votos y 1 vocal)

D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

EHNE (1 voto y 1 vocal)

D. Alberto Sáenz Sáinz

REPRESENTACIÓN OSTENTADA POR LAS ASOCIACIONES (MARZO 2012)

Comisiones

El Consejo Regulador cuenta con una Comisión Permanente y cuatro Comisiones de trabajo: la de Promoción, la de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior, la Técnica y de Control, y la de Reglamento. Estas comisiones se reúnen periódicamente para estudiar los temas de su competencia y elevar al Pleno las propuestas para su aprobación.

1. **Comisión Permanente.**- Debe fijar el orden del día de las sesiones plenarias y resolver las cuestiones de trámite o urgentes que puedan plantearse entre un pleno y otro. Otras competencias son el conocimiento de las resoluciones en materia de etiquetado, el estudio previo de actas y propuestas de resolución de expedientes sancionadores, así como la asunción de encomiendas o delegaciones plenarias de carácter específico o general.

2. **La Comisión de Reglamento.**- La Comisión de Reglamento fue específicamente constituida para el estudio del Reglamento de la Denominación y de sus modificaciones, así como de todas las cuestiones legales que se le planteen al Organismo.

3. **La Comisión Técnica y de Control** estudia todos los temas relacionados con el control en su vertiente cualitativa y cuantitativa, proponiendo las medidas oportunas para ejercer dicho control y hacer cumplir el Reglamento.

4. **La Comisión de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior** confecciona el presupuesto del Consejo y trata los asuntos relacionados con la administración de los fondos presupuestarios y personal.

5. **La Comisión de Promoción** plantea al Pleno los programas de actuación del Consejo en materia de comunicación y promoción.

6. **Comisión de Análisis y Desarrollo del Plan Estratégico** creada en 2008 para realizar el seguimiento del plan estratégico de Rioja 2005-2020.

COMISIÓN PERMANENTE

Presidente: D. Víctor Pascual Artacho (GRUPO RIOJA)

GRUPO RIOJA:

D. Rogelio Jiménez Palacios
D. José Luis Fernández de Jubera Ruiz
D. Fernando Salamero Laorden
D. José Luis Benítez Robredo

ABC:

D. Iñigo Torres Andrés

ARBOR:

D. Jesús Martínez Bujanda Irribarria

ABRA:

Doña Inés Baigorri Uribe

COMPARTEN UNA VOCALÍA:

ABRA: D. Carlos Gaona Alonso
BFR - PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González
ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

FECOAR / UCAN / DOLARE:

D. José Luis Rubio Bretón
D. José María Daroca Rubio
D. Ramón E. Muro Aguirrebeña
D. Fernando Ezquerro Cuevas

ASAJA:

D. Alejandro Las Heras Quintín
D. Luis Alberto Lecea Blanco

UAGA:

D. Jesús Bauza Nuin

UAGR:

D. José Luis Pisón Martínez

COMISIÓN DE ADMINISTRACIÓN, PERSONAL, FINANZAS Y RÉGIMEN INTERIOR**Presidente:** D. Luis Alberto Lecea Blanco (ASAJA)

GRUPO RIOJA: D. Santiago Frías Monje y D. Manuel Gómez Campo

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARBOR: Jesús de Miguel Martínez

ABRA: D. Pablo Muñoz Campos

ARAEX: D. Juan Luis Cañas Herrera

BFR - PROVIR: D. Pedro Salguero Aznar

FECOAR : D. Carlos Ezquerro Preciado y D. José Manuel Madorrán

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

ASAJA: D. Alex Las Heras Pérez

UPA: D. José Ramón Peciña Ramírez

UAGR: D. Gonzalo Gil Gil

UAGA: D. Juan Luis Bujanda Fernández

COMISIÓN DE PROMOCIÓN**Presidente:** D. José Luis Benítez Robredo (GRUPO RIOJA)

GRUPO RIOJA: D. Víctor Pascual Zárate,

D. Rodolfo Bastida Caro y Dña. Raquel Pérez Cuevas

ARBOR: D. Jesús de Miguel Martínez

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

BFR - PROVIR: Dña. Mª José Nestares

ABRA: Dña. Charo Alegre Ruiz

FECOAR: D. Raul Leza Leza y D. José M. Marrodán Calvo

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE : D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

ASAJA: D. Alex Las Heras Pérez

UAGR: D. José Antonio Antón Benés

UAGA: D. Itxaso Companiñ Arrieta

UPA: D. Teodoro Ruiz Monge

COMISIÓN TÉCNICA Y DE CONTROL**Presidente:** D. Fernando Ezquerro Cuevas (FECOAR)

GRUPO RIOJA: D. José Luis Fernández de Jubera Ruiz y

D. Rafael Vivanco Sáenz y D. Víctor Pascual Zárate,

ARBOR: Jesús Martínez Bujanda Irribarria

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARAEX: D. Juan Luis Cañas Herrera

BFR - PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

ABRA: D. Carlos Fernández Gómez

FECOAR: D. José M. Rojas Miguel

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

ASAJA: D. Alejandro Las Heras Quintín y D. Alfredo Ruiz Domeco de Jarauta

UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

UAGR: D. Roberto Ruiz-Clavijo Díez

UAGA: D. Eduardo Jalón

EHNE: D. Javier Acedo Marquínez

UPA: D. Tomás Latasa Asso

COMISIÓN DE REGLAMENTO**Presidente:** Doña Inés Baigorri Uribe (ABRA)

GRUPO RIOJA: D. Rogelio Jiménez Palacios

ARBOR: D. Jesús de Miguel Martínez

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta

BFR - PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

ABRA: D. Gabriel Frías del Val

FECOAR: D. José Mª Daroca Rubio y Bernardo Iruzubieta López

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

ASAJA: D. José Mª Ruiz Ramírez y Dña. Virginia Salazar Velasco

UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

UAGR: D. Ángel Palacios Muzquiz

UAGA: D. Juan Luis Bujanda Fernandez

UPA: D. Eusebio Fernández García

COMISIÓN DE ANÁLISIS Y DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO**Presidente:** D. Iñigo Torres Andrés (ABC)

GRUPO RIOJA: D. José Luis Benítez Robredo

ARBOR: D. Jesús de Miguel Martínez

ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta

BFR - PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

ABRA: Doña Inés Baigorri Uribe

FECOAR: D. Abel Torres Sáinz

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

ASAJA: D. José A. Rubio Gutierrez y D. Angel Campos García

UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

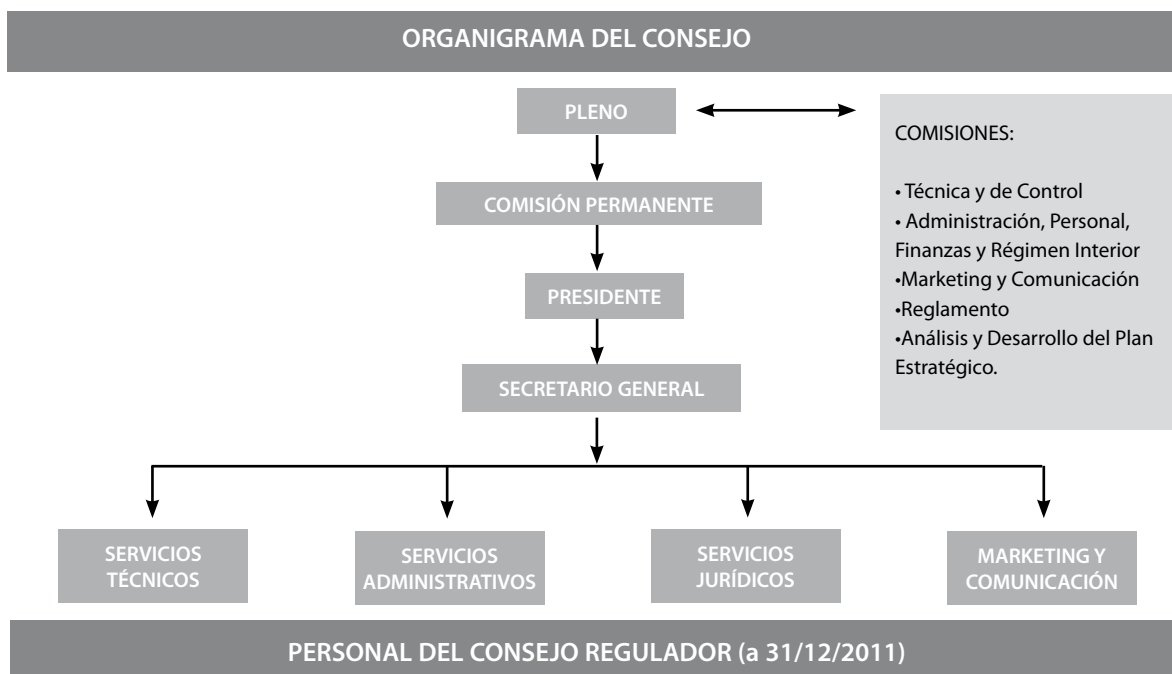
UAGR: D. Ángel Palacios Muzquiz

UAGA: D. José Antonio Ugarte García

UPA: D. Tomás Latasa Asso

EHNE: D. Alberto Sáenz Sáinz

CONSEJO REGULADOR UNA ORGANIZACIÓN AL SERVICIO DE LA DENOMINACIÓN



- VÍCTOR PASCUAL ARTACHO
Presidente
- JOSÉ LUIS LAPUENTE SÁNCHEZ
Secretario General
- DOMINGO RODRIGO MARTÍNEZ
Jefe de los Servicios Técnicos
- M^a ANGELES NALDA MURGA
Letrada Gabinete Jurídico
- JOSÉ IGNACIO MARTÍNEZ DE TORRE
Letrado Gabinete Jurídico
- GREGORIO MARTÍNEZ RAMÍREZ
Jefe de los Servicios Administrativos y Generales
- RICARDO AGUIRIANO SAN VICENTE
Director de Marketing y Comunicación
- CARMEN QUEMADA SÁENZ - BADILLOS
Responsable de Promoción y Relaciones Públicas
- REBECA GÓMEZ AIELLO
Técnico Marketing Internacional
- JAVIER PASCUAL CORRAL
Asesor de Comunicación
- SONIA DOMÍNGUEZ LUMBRERAS
Veedora
- BERNABÉ ARRIETA VILLAREAL
Veedor
- JESÚS HERNÁEZ CONDE
Veedor
- BALTASAR MARCHAN NAVARRO
Veedor
- JAVIER MORAL ALONSO
Veedor
- PEDRO SALGUERO RODRÍGUEZ
Veedor
- JOSÉ ANTONIO BLANCO RUIZ
Veedor
- JOSÉ LUIS MARTÍNEZ OLARTE
Veedor

- GLORIA CUNCHILLOS ABAD
Oficial Administrativa 1.^a - Secretaría de Presidencia
- ANA PÉREZ-IZAGUIRRE URQUIZU
Oficial Administrativa 1.^a - Gabinete Jurídico
- M.^a ANGELES NALDA SÁENZ-TORRE
Responsable Informática
- M.^a DEL CARMEN YUS GARCÍA
Oficial Administrativa 1.^a - Servicios Técnicos
- M.^a VEGA VICENTE MANZANOS
Oficial Contable-Servicios Administrativos
- M.^a SOLEDAD PARMO DE PABLO
Oficial Administrativa 2.^a - Servicios Administrativos
- M.^a DOLORES PASCUAL MARTÍNEZ
Oficial Administrativa 2.^a - Servicios Técnicos
- M.^a JOSÉ FERNÁNDEZ-AZCONA PUJADAS
Oficial Administrativa 2.^a - Servicios Técnicos
- M.^a PILAR GONZÁLEZ SÁENZ
Oficial Administrativa 2.^a - Servicios Técnicos
- M.^a JESÚS IGLESIAS PONCE DE LEÓN
Oficial Administrativa 2.^a - Servicios Técnicos
- ANA ROSA LÓPEZ CACHO
Oficial Administrativa 2.^a - Servicios Técnicos
- AMAYA FERNÁNDEZ BENGOA
Oficial Administrativa 1.^a - Servicios Técnicos
- M.^a TERESA VICENTE BASARTE
Oficial Administrativa 2.^a - Mark. y Comunicación
- ANA DÍAZ BRAVO
Técnico Especialista- Catas
- EDUARDO ECHARRI JUSTO
Encargado-Almacenero
- JOSÉ MANUEL FONTECHA OLAVE
Conserje-Recepcionista

Durante el año 2011 se contrató personal eventual para servicios puntuales con un total de 221 personas: 169 auxiliares de vendimia, 18 ayudantes técnicos, 11 para el Plan de Calidad, 18 técnicos de viñedo, 4 para aforos de bodegas y 1 auxiliar administrativo .

PLENO 14-1-2011

Presupuesto para actividades promocionales.- El Pleno aprueba un presupuesto para la participación del Consejo Regulador en Madrid Fusión (30.000 euros), el patrocinio de Primer (10.000 euros) y la colaboración en la Campaña de la Federación Española del Vino – Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas para el incentivo del consumo moderado y responsable del vino, a razón de un máximo de 100.000 euros por cada uno de los dos años previstos.

Convenio y LOPD.- El Pleno aprueba unánimemente el convenio colectivo para regir las relaciones laborales del personal del Consejo Regulador, así como nombrar al secretario general, José Luis Lapuente Sánchez, responsable de Seguridad del Consejo Regulador en cumplimiento de lo que determina el artículo 95 del Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal.

PLENO 9-2-2011

Aprobación del presupuesto 2011.- El Pleno aprueba mayoritariamente un presupuesto de gastos del Consejo Regulador para 2011 por importe de 13.710.399,34 euros. Siguiendo los criterios de distribución de años anteriores, se acuerda que el sector comercializador soporte un gasto de 7.897.303,12 euros y el sector productor de 5.813.096,22 euros. Así mismo se acuerda que, pendientes del cierre del ejercicio y acorde con una estimación inicial de remanente, una aportación de las tres comunidades autónomas de la denominación por importe de 750.000 euros y la cofinanciación de los proyectos OCM, la contribución máxima por kilo de uva no sobrepase el equivalente en euros de 1,88 pesetas, mientras que para la botella un máximo del equivalente en euros a 3,32 pesetas, asumiendo una contribución neta del sector comercializador de 6.138.405,83 euros y del productor de 4.227.724,17 euros.

Cierre ejercicio y planes OCM.- Con motivo del cierre del ejercicio 2010 se acuerda mayoritariamente la habilitación a la Comisión de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior, para efectuar las transferencias necesarias de partidas presupuestarias de dicho ejercicio, sin perjuicio de su ulterior aprobación plenaria. Igualmente se acuerda la presentación de los Planes OCM para los ejercicios 4º y 5º, así como del 6º de China, con la única vinculación presupuestaria para OCM IV.

Protección del paisaje de viñedo.- En relación con la instalación de una línea eléctrica de alta tensión en Rioja Alta, el Pleno acuerda de manera unánime solicitar la interrupción de las obras de instalación del nuevo tendido eléctrico y la celebración de una reunión de todas las partes, promotor, administraciones involucradas de ámbito estatal, autonómico y local, así como las partes afectadas, con el objeto de buscar soluciones concretas, que si no eliminan, minimicen al máximo el daño ambiental asociado a ésta actuación. Igualmente se





ACUERDOS DEL PLENO

insta a las administraciones autonómicas y locales a que pongan en marcha con urgencia un sistema de protección para los viñedos históricos y paisajes vitícolas de la totalidad de la Denominación de Origen Calificada Rioja, que eviten o minimicen al máximo el impacto ambiental asociado a las actuaciones en materia de infraestructuras, que amenazan dicho patrimonio paisajístico y cultural.

Vocal de ASAJA.- Se traslada por parte de la Interprofesional la certificación del nombramiento como miembro de su Junta Directiva en representación de ASAJA de D. Alejandro Las Heras Quintín, proponiéndose al M.A.R.M. que, siguiendo el procedimiento habitual, lo nombre vocal en el Pleno del Consejo Regulador en representación de ASAJA.

PLENO 4-3-2011

Financiación de los presupuestos del Consejo.- El Pleno acuerda mayoritariamente la distribución de un remanente final de 974.248,14 euros, derivado de una realización presupuestaria por importe de 14.084.104,07 euros, una vez añadidas las variaciones en la recaudación y subvenciones

junto con otros ingresos, así como también el efecto fiscal, que en virtud de observar la misma proporción de recaudación, procede atribuir hasta 295.164,90 euros al sector productor y 679.083,24 euros al comercializador, acordando su detracción de la financiación del presupuesto 2011.

En base a la distribución de este remanente y al acuerdo tomado en la sesión plenaria del 9 de febrero en cuanto a los criterios financiación para el presupuesto de gastos de 2011, se traslada el presupuesto de ingresos para sufragar el de gastos ordinarios y adicionales por importe de 5.601.116,34 euros, distribuido entre el sector productor y comercializador en un 31,13% y 68,87% respectivamente, con porcentajes de recaudación del 0,7727 % sobre plantaciones, valorado el kilogramo de uva producido a 0,55 euros, así como un porcentaje de recaudación del 0,2590 % sobre los productos amparados, valorados éstos en base a su comercialización y a razón de 2,66 euros el litro de vino sin crianza, 3,90 euros el litro de crianza, 5,24 euros el de Reserva y 9,26 euros el de Gran Reserva, considerados en ambos casos los volúmenes de producción amparada y comercialización embotellada del ejercicio 2010.

Respecto a la financiación del presupuesto de gastos ex-





traordinarios de promoción por un monto de 8.269.283,00 euros, al 50% por cada sector, se traslada que su financiación, tras la aplicación del remanente, se atenderá a los mismos índices de valoración para la derrama que los utilizados en relación con el Presupuesto Ordinario y Adicional. A resultados de todo ello, se da cuenta de que se propondrá a la Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios la modificación de los porcentajes de recaudación establecidos en el art. 43.1.1º del Reglamento de la D.O.Ca. Rioja. (Ver detalle del presupuesto de gastos e ingresos 2011 en el apartado de esta Memoria "Los recursos económicos del Consejo").

Amparo de uva vendimia 2009.- Se acuerda comunicar a los titulares de viñedo, a través de los Boletines Oficiales de las Comunidades por las que se extiende la Denominación, que a la fecha del anuncio han sido remitidos por el Consejo Regulador todos los informes de Elaboración e Informes de Cosecha a sus titulares, quedando en la sede de este Organismo una copia a disposición de quienes no los hubieran recibido y habilitándose un plazo general de 10 días hábiles para la presentación de solicitudes que afecten directa o indirectamente al amparo de uvas por la Denominación de Origen Calificada Rioja, fijando en cualquier caso el 31 de marzo de 2011 como límite máximo para la presentación de dichas solicitudes.

Reunión mantenida por los representantes de las asociaciones que integran el Pleno del Consejo Regulador con las autoridades del Ministerio de Agricultura en la sede del Consejo el 1 de marzo de 2011.

PLENO 1-4-2011

Calificación "Excelente" de la cosecha 2010.- El Consejo otorga a la cosecha 2010 la valoración oficial de "Excelente". Es el resultado obtenido del riguroso proceso de calificación mediante análisis y cata al que se han sometido las 4.008 muestras representativas de los 284,29 millones de litros de vino elaborados de esta cosecha. Un resultado que confirma las grandes expectativas que había despertado la alta calidad de la uva recolectada durante la vendimia y posterior proceso de elaboración de los vinos, en el sentido de que esta cosecha pudiera convertirse en una de las históricas de Rioja. Las claves fueron una climatología muy favorable, que permitió mantener un excelente estado vegetativo y sanitario del viñedo hasta el final del ciclo, unos rendimientos de producción muy moderados, sumado todo ello al buen trabajo y profesionalidad de viticultores y elaboradores.

Declaración institucional.- El Pleno acuerda por unanimidad la siguiente declaración institucional: "El Pleno del Consejo Regulador de la D.O.Ca Rioja quiere manifestar su más profunda indignación y rechazo ante las continuas declaraciones insidiosas que están realizando miembros del Partido Riojano que, con el único objetivo de obtener rédito político, no dudan en efectuar acusaciones infundadas en contra de ésta Institución y de su Presidente, por lo que se insta de forma enérgica a que cese dicha actitud, que sólo tiene como resultado el daño de la imagen y credibilidad del Consejo Regulador de la D.O.Ca Rioja".



ACUERDOS DEL PLENO



Frente europeo contra la liberalización de plantaciones de viñedo

El comisario europeo de Agricultura, Dacian Ciolos, se reunió el 1 de abril de 2011 con los representantes del sector vitivinícola riojano en la sede del Consejo Regulador para analizar los dos temas de máxima preocupación en el marco de la política común europea, como son la liberalización de plantaciones prevista a partir de 2015 en la actual OCM del vino y las ayudas a la promoción en el mercado interior. Ciolos no ofreció soluciones a ninguna de las dos cuestiones, pero mostró su total disposición a plantear las reformas necesarias en la revisión prevista de la OCM en 2012, algo que debe ser impulsado por los representantes políticos de los diferentes países en el Parlamento Europeo. Para el comisario, "el tema de los derechos de plantación se zanjó en 2008, cuando el Consejo de Ministros decidió

la supresión. Si hay elementos nuevos se podrá reabrir el debate en 2012, cuando se presentará un informe de los Estados para analizar la trayectoria de la reforma". No obstante, el comisario expresó su convicción de que el modelo de calidad que ha desarrollado la D.O. Calificada Rioja no se vería perjudicado por la liberalización, dada la estricta regulación que la UE mantiene en este frente de las Denominaciones de Origen. Una opinión con la que discrepa el sector vitivinícola riojano, tal como le puso de manifiesto el Presidente del Consejo, Víctor Pascual, quien reclamó el derecho a la autorregulación de los derechos de plantación por parte del sector como requisito básico para mantener un desarrollo equilibrado y salvaguardar el patrimonio de las denominaciones de origen. En el tema de la promoción,



PLENO 13-5-2011

Ciolas destacó el papel que las organizaciones interprofesionales, como la del Vino de Rioja, pueden jugar en la promoción para obtener mejores resultados de las ayudas europeas, pero no ofreció expectativas sobre la posibilidad de que esas ayudas a la promoción puedan destinarse al mercado interior europeo y no solo a terceros países.

Ante el Senado francés

La Federación Europea de Vinos con Denominación de Origen (EFOW) consideró muy satisfactorias las conclusiones del simposio sobre los derechos de plantación y el lugar de la viticultura en la PAC organizado por el Senado francés el 4 de abril, simposio en el que participó el presidente del Consejo Regulador de Rioja, Víctor Pascual, junto al presidente de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas, Fernando Prieto, y el senador José Cruz Pérez Lapazarán. El ministro francés de Agricultura, Bruno Le Maire, calificó la liberalización de los derechos de plantación como “una locura económica, un error político”, y expresó su intención de movilizar el mayor número de estados miembros y de enviar una carta conjunta a la Comisión Europea solicitando que se mantenga el régimen de regulación. El Presidente de la EFOW, Riccardo Ricci, afirmó que “la movilización de los parlamentarios nacionales es una señal fuerte para nosotros, como lo es la determinación del ministro francés. El mantenimiento de nuestro modelo vitícola y la regulación del potencial no es sólo una cuestión económica, sino también una cuestión social, ya que la abolición de los derechos de plantación afectará el desarrollo de territorios, paisajes, medio ambiente, etc. Es responsabilidad de los gobiernos hacer un esfuerzo en la defensa de nuestro actual modelo”.

Selección de vinos institucionales.- El Consejo Regulador ha llevado a cabo la selección de los vinos que utilizará a lo largo del año en sus actos institucionales, vinos que corresponden a los diferentes tipos y categorías que actualmente conforman la gama de vinos de Denominación de Origen Calificada Rioja y que se presentan vestidos con etiquetas del Consejo expresamente diseñadas para cada categoría. Para realizar esta selección el comité de cata del Consejo ha sometido a cata ciega las 161 muestras presentadas por las bodegas al concurso convocado al efecto, una alta participación que pone de manifiesto el valor que otorgan las bodegas al hecho de que sus vinos representen a la Denominación. Domingo Rodrigo, Jefe de los Servicios Técnicos del Consejo y responsable de los comités de cata, ha resaltado la alta calidad media de los vinos presentados, una calidad que se supera cosecha a cosecha. El resultado final en cada una de las categorías de vino seleccionadas ha sido el siguiente:

BLANCO JOVEN COSECHA 2010

de Bodegas Estraunza, de Lapuebla de Labarca.

BLANCO CRIANZA COSECHA 2008

de Bodegas Baigorri, de Samaniego.

ROSADO JOVEN COSECHA 2010

de Bodegas y Viñedos Ilurce, de Alfaro.

TINTO JOVEN COSECHA 2010

de Bodega San Miguel S. Coop, de Ausejo.

TINTO CRIANZA COSECHA 2008

de Bodegas Estraunza, de Lapuebla de Labarca.

TINTO RESERVA COSECHA 2007

de Bodegas Tobía, de Cuzcurrita de Río Tirón.

TINTO GRAN RESERVA COSECHA 2004

de Viña Olábarri, de Haro.



ACUERDOS DEL PLENO



Nombramiento de nuevos vocales.- Se traslada por parte de la Interprofesional la certificación del nombramiento como miembro de su Junta Directiva en representación de GRUPO RIOJA de D. Rubén Baz Rodríguez, quien sustituye a D. Iñaki Mencía Huergo, y de D. José María Daroca Rubio en representación de FECOAR, quien sustituye a D. Miguel Ángel Ciria Cenicerros, proponiéndose al M.A.R.M. que, siguiendo el procedimiento habitual, los nombre vocales en el Pleno del Consejo Regulador en representación de GRUPO RIOJA y FECOAR respectivamente.

PLENO 3-6-2011

El Consejo insta a las Administraciones a impulsar a Bruselas el Pliego de Condiciones de la Denominación.- El Pleno acuerda de manera unánime que por parte de la Comisión de trabajo que viene atendiendo las reuniones con el Ministerio sobre cuestiones legales del Consejo se revise el Pliego de Condiciones originalmente aprobado por éste con las correcciones de forma que procedan, si bien manteniendo la misma orientación de fondo en todos los temas, para su remisión al Ministerio junto con una misiva del presidente que urja el envío del documento a Bruselas.

Petición para sumar esfuerzos promocionales.- El Pleno acuerda por unanimidad trasladar a las Administraciones que tutelan la denominación la necesidad de coordinar las actividades relacionadas con la promoción de los vinos de Rioja que se generan desde los diferentes ámbitos institucionales, con el fin de que tales acciones alcancen una mayor eficacia y se rentabilicen mejor las inversiones realizadas.

PLENO 1-7-2011

Fecha límite para el riego.- En materia de riego se adopta unánimemente el acuerdo de no fijar una fecha límite de riego alternativa y remitirse así a la regulación reglamentaria que establece dicho límite en 30 días antes de la vendimia y en todo caso en el 15 de agosto, sin perjuicio de poder contemplar condiciones excepcionales, previa comunicación y autorización al efecto.

Nuevos vocales de UAGA.- Se traslada por parte de la Interprofesional la certificación del nombramiento como miembros de su Junta Directiva en representación de UAGA de D. Jesús Bauza Nuín y D. Enrique Pérez Mazo, quienes sustituyen a D. Daniel Espada Garrido y D. José Antonio Ugarte García,



proponiéndose al M.A.R.M. que, siguiendo el procedimiento habitual, los nombre vocales en el Pleno del Consejo Regulador en representación de UAGA.

PLENO 19-7-2011

Normas de Campaña para la vendimia 2011.- El Pleno aprueba las 'Normas de Campaña' para la próxima vendimia, normas en las que se establece el riguroso sistema de control aplicado para garantizar el origen y calidad de los vinos producidos en la Denominación, así como las medidas relacionadas con los rendimientos máximos de producción y transformación, que se fijan en un rendimiento máximo amparable de 6.500 kgs. por hectárea para variedades tintas y de 9.000 kgs. por hectárea para variedades blancas. Por otra parte, en atención a las condiciones climatológicas que pudieran incidir al final del ciclo vegetativo del viñedo, en esta campaña el límite máximo para la entrega en bodega de uva que supere el rendimiento máximo establecido se fija en el 10%. Las 'Normas de Campaña' aprobadas por el Consejo mantienen el alto nivel de control alcanzado en las últimas campañas, en las que se han venido incrementando los recursos humanos y económicos destinados a este fin y se han

adoptado medidas más restrictivas, como la descalificación de las producciones de viñedos afectados por incumplimiento de la normativa. Las actuaciones del Consejo Regulador durante la vendimia son claves dentro del sistema de garantías de calidad y origen de los vinos que Rioja ofrece a los consumidores, sin duda el más reconocido de todas las denominaciones de origen.

PLENO 2-9-2011

Auditoría externa.- Se acuerda el nombramiento de AUDITEBRO AUDITORES S.A. como auditor de cuentas para el ejercicio 2011, por un importe de 6.209,16 euros, que comprendería la auditoría completa de las cuentas anuales. Igualmente se acuerda la reclasificación al epígrafe de financiación de la O.I.P.V.R. de un monto de 200.824,40 euros relativo a una actuación promocional en Alemania y de otro de 170.640,00 euros por otra acción promocional en Reino Unido.

PLENO 7-10-2011

Cambios en el Reglamento.- El Pleno acuerda mayoritariamente varias modificaciones en el Reglamento de la De-





ACUERDOS DEL PLENO



Quince prestigiosas regiones vitivinícolas internacionales se alían en defensa de la veracidad en el etiquetado de los vinos

Rioja se sumó en 2011 a otras regiones vinícolas de primer nivel internacional para reclamar una regulación que proteja los nombres geográficos de procedencia de los vinos y atienda la creciente demanda de los consumidores de veracidad en el etiquetado. La iniciativa recibió el apoyo de renombrados chefs y sumilleres de todo el mundo en la reunión celebrada en Nueva York por los firmantes de la Declaración para la Protección del Origen y los Nombres de Procedencia de los Vinos, una coalición formada en 2005 que ha doblado su tamaño desde entonces y que dio la bienvenida a Rioja y a Long Island como nuevos miembros junto a Champagne, Chianti Classico, Jerez, Napa Valley, Oregon, Paso Robles, Oporto, Sonoma County, Tokaj, Victoria, Walla Walla Valley, Washington state y Western Australia.

La Declaración defiende que los nombres geográficos constituyen una herramienta fundamental para que los

consumidores identifiquen los vinos en relación con las áreas específicas de las que provienen. En la reunión de Nueva York, las regiones vinícolas reafirmaron su compromiso de trabajar conjuntamente en la educación del consumidor y en abogar públicamente por que se asegure que estos nombres son protegidos y respetados a nivel mundial. “Las 15 regiones que han liderado la Declaración ponen de manifiesto la creciente demanda global de protección de los nombres geográficos”, dijo José Luis Lapuente Sánchez, secretario general del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja. “Cuando el nombre de una región vitivinícola es mal utilizado, es el consumidor el que más lo padece y quien desconfiará de la autenticidad de los vinos que compra y consume. Estamos trabajando con nuestros socios americanos, como Napa Valley y Oregon, para proteger nuestros nombres geográficos como merecen. Estamos protegiendo así a los



El secretario general del Consejo Regulador, José Luis Lapuente, asistió a la reunión de Nueva York en representación de la D.O. Ca. Rioja, que se incorporó formalmente a la 'Declaración para la Protección del Origen y los Nombres de Procedencia de los Vinos', una coalición formada en 2005 e integrada por 15 prestigiosas regiones vinícolas del mundo..

viticultores que cultivan las viñas, el territorio y el vino obtenido por los elaboradores, que durante años ha ido consiguiendo generar valor y reputación para el nombre de sus respectivas regiones”.

En la reunión de Nueva York se presentaron los resultados de una encuesta entre consumidores de Estados Unidos realizada por Public Opinion Strategies, según la cual el público americano tiene una percepción muy firme y positiva sobre el papel que el lugar de origen de los vinos juega en las decisiones de compra. Según Rob Autry, responsable del estudio, “la manifestación tan rotunda del consumidor es una señal de que los americanos dispensan una gran importancia al nombre del lugar de procedencia de un vino y claramente quieren un acceso rápido a esa información cuando miran la botella”.

nominación que habían sido previamente convenidas y que afectan al Artículo 8, referido a los rendimientos máximos de producción, al Artículo 10, referido a las prácticas de elaboración y rendimiento de transformación, así como al Artículo 16, referido a las características analíticas de los vinos amparados por la D.O. Ca. Rioja. Igualmente se modifica el punto de las Normas de Calificación (Orden APA/3465/2004, de 20 de octubre) referido a la acidez total, que queda como sigue: “La acidez total de los vinos amparados por la Denominación de Origen Calificada Rioja no será inferior a 3,5 gr./l. (47 miliequivalentes por litro) de ácido tartárico”.

PLENO 4-11-2011

Autorización del riego.- El Pleno, una vez concluida la vendimia y considerando que concurren condiciones ecológicas que justifican la aplicación del riego como práctica cultural que contribuye al mantenimiento del equilibrio del potencial vegetativo de la planta con el ecosistema clima-suelo y a la obtención de productos de calidad, acuerda autorizar el riego del viñedo en las modalidades y condiciones previstas en el artículo 6º.2. del Reglamento de la D.O.Ca. Rioja. A resultas de este acuerdo, el riego queda autorizado hasta que el Pleno determine la fecha límite para la realización de esta práctica, de conformidad con el informe que se emita por los Servicios Técnicos sobre los índices de pluviometría y el estado vegetativo del viñedo.

Cambios en el Reglamento.- El Pleno acuerda unánimemente la modificación del Reglamento en los puntos relacionados con el contenido de anhídrido sulfuroso y de azúcares reductores en los vinos protegidos por Denominación de Origen Calificada Rioja, estableciéndose los límites máximos autorizados para los diferentes tipos de vinos. Los cambios se aplican igualmente en el punto ‘Baremos analíticos de control de calidad’ de las Normas de Calificación, que respecto a los azúcares residuales fija el límite máximo en 4 g/l. Se exceptúan los vinos tintos, blancos y rosados semi-secos, y los blan-



ACUERDOS DEL PLENO

cos y rosados dulces y semidulces, siempre que este tipo de elaboración se comunique al Consejo Regulador con carácter previo a la fermentación.

Respecto al anhídrido sulfuroso total la cantidad máxima admitida en fase de calificación será en vinos secos de 100 mg/l. para tintos, 150 mg/l. para rosados y 150 mg/l. para blancos. En vinos semisecos con 5 o más gramos/litro de azúcares el límite será de 180 mg/l. para tintos, 240 mg/l. para rosados y 240 mg/l. para blancos. En vinos semidulces será de 240 mg/l. para rosados y de 240 mg/l. para blancos. Por último, en vinos dulces, será de 240 mg/l. para rosados y de 240 mg/l. para blancos.

PLENO 22-11-2011

Cofinanciación planes OCM.- Se acuerda unánimemente habilitar al presidente del Consejo Regulador para la solicitud del otorgamiento de tres avales bancarios por parte de Bankia con el fin de garantizar la ejecución de los planes de promoción en terceros países durante el período que se extiende entre el 1 de agosto de 2011 y el 31 de julio de 2012. El importe de los mismos es equivalente al 15% de la ayuda concedida por la Unión Europea para los respectivos planes de promoción: 231.134,23 euros de aval para el de Estados Unidos, 81.001 euros para los de Méjico y Suiza, y 34.998,65 euros para el de China.



PLENO 14-12-2011

Stock cualitativo cosecha 2010.- Se comunica que, en virtud del ratio que ha de regir el destino del stock constituido en la campaña 2010/2011, calculado en 3,006311307, todo el volumen almacenado por este concepto debe destilarse con fecha límite 31 de marzo de 2012.

Contraetiquetas.- Se informa que a partir del 1 de enero de 2012 tendrá vigencia un nuevo valor para los documentos de garantía de 2,0655 euros por millar para el papel-cola y de 7,67 euros por millar para el adhesivo. Así mismo se traslada que la cuota obligatoria por expedición será de 2,0655 euros por millar de documentos.

Por último, se presta conformidad mayoritariamente a la suscripción de un Convenio Colectivo que rijan las relaciones laborales en el seno del Consejo Regulador durante 2011, que en comparación con el vigente significaría una revisión del 3% en los conceptos económicos, equivalente al IPC a diciembre 2010.



Actividades de promoción en China y Estados Unidos cofinanciadas con fondos OCM.

RECURSOS ECONÓMICOS DEL CONSEJO

Presupuestos y financiación

La financiación de las actividades del Consejo Regulador procede de las aportaciones realizadas por los viticultores y las bodegas inscritas en el mismo, con base a los siguientes conceptos:

- Cuotas obligatorias sobre el valor de la producción amparada. Se toma como base real la producción de uva de la vendimia del año precedente.
- Cuotas obligatorias sobre los productos amparados. Su base real es la comercialización de los embotellados del año precedente de cada uno de los tipos de vino genérico, crianza, reserva y gran reserva.
- Cuotas obligatorias por valores certificados documentados.
- Cuotas obligatorias sobre contraetiquetas y precintas. Su base está relacionada con los distintivos de control entregados a las bodegas comercializadoras.

El Presupuesto básico de gastos e inversiones se establece considerando los objetivos de actuaciones y servicios que el Consejo presta a sus inscritos. En el cálculo del presupuesto ordinario de ingresos por producción amparada, se ha considerado la base del volumen amparado de la cosecha de uva del año anterior y, a modo de índice de valoración, un precio medio estimado para el kg. de uva amparada, cuantificado en 0,55 euros/kg. Respecto a los ingresos presupuestados por comercialización, se toman como base de cálculo las

estadísticas de los litros comercializados en el año anterior y los precios medios por litro que con carácter estadístico reportan mensualmente los operadores, correspondientes a cada una de las categorías del vino comercializado en exportación: 2,63 euros/l. el vino Genérico, 3,77 euros/l. el Crianza, 5,58 euros/l. el Reserva y 9,38 euros/l. el Gran Reserva.

Sobre estas bases se aplican las participaciones determinadas para cada sector, productor y comercializador, y mediante la aplicación de los tipos resultantes se derraman las cuotas obligatorias sobre los inscritos.

Por otra parte se aplican las cuotas sobre el valor documentado y la que gravita sobre los documentos de garantía y control, contraetiquetas y/o precintas, manteniéndose ambas contribuciones sin mayores variaciones sobre años anteriores que las debidas a las cantidades de documentos facilitadas. La cuota obligatoria sobre los distintivos de garantía es un montante relacionado con el número de documentos que cada bodega recibió en el año anterior y se derrama en recibos mensuales por doceavas partes.

Se recibieron subvenciones correspondientes a las campañas promocionales cofinanciadas con fondos OCM por importe total de 2.053.806,00 euros, de los cuales 1.343.060,43 euros correspondían al tercer año OCM que finalizó el 31 de julio de 2011 y ya fue cobrado, y el resto, 710.745,57 euros, corresponde al siguiente año OCM que concluirá el 31 de julio de 2012 y que se encuentra pendiente

CRITERIO DISTRIBUCION PRESUPUESTO 2011					
PORCENTAJES DE DISTRIBUCIÓN	PRESUPUESTO	SECTOR PRODUCTOR	%	SECTOR COMERCIALIZADOR	%
PRESUPUESTO ORDINARIO	4.393.487,94	1.120.339,42	25,50%	3.273.148,52	74,50%
PRESUPUESTO ADICIONAL	1.287.632,85	643.816,42	50,00%	643.816,43	50,00%
PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO	8.269.283,00	4.134.641,50	50,00%	4.134.641,50	50,00%
TOTALES PRESUPUESTOS	13.950.403,79	5.898.797,34	42,28%	8.051.606,45	57,72%



RECURSOS ECONÓMICOS DEL CONSEJO

de cobro. Adicionalmente, se recibió un compromiso de las Comunidades Autónomas por un total de 450.320 euros para sufragar en parte el mismo tipo de gastos.

El presupuesto y tipos porcentuales de recaudación se someten a la correspondiente autorización de la Dirección General de la Industria Alimentaria, antes Dirección General de Industrias y Mercados Alimentarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, antes Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

y comunicación se tiene designado un grupo compuesto por expertos seleccionados por las asociaciones representadas en el Consejo Regulador, así como por técnicos de este organismo. El grupo de expertos valora los planes, acciones y presupuestos a desarrollar en cada país de cara a su sometimiento al Pleno para su aprobación. En los planes desarrollados se contemplaron acciones publicitarias y promocionales fundamentalmente en Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Suecia, China, Méjico y Suiza, dedicando así mismo parte para publicidad y promoción en mercado nacional, destacando la campaña de publicidad de los "Mil y un Riojas. Mil y un momentos" y la campaña dirigida al canal de alimentación.

Presupuesto de gastos

El Presupuesto básico de gastos e inversiones se estableció considerando los objetivos, actuaciones y servicios que el Consejo presta a sus inscritos. En el Presupuesto se considera el gasto de personal de acuerdo al Convenio Colectivo manteniéndose las actividades de control. En gastos de funcionamiento corrientes se mantiene un montante similar, adecuando partidas al I.P.C. y a los requerimientos de actividades. En el capítulo de Comunicación y Promoción se continúa con las acciones del

Salón de Novedades del Vino de Rioja, Premio Prestigio Rioja, asistencia a ferias, cursos de cata y divulgación en restauración e Internet.

Se mantienen las actuaciones de recogida de muestras en puntos de venta nacionales y extranjeros. En el capítulo adicional se contempla también la inversión por estampación holográfica "Rioja Trustseal" en los documentos de garantía.

Presupuesto extraordinario.

El Pleno del Consejo Regulador aprobó un Presupuesto Extraordinario para el Plan de Marketing y Promoción de 8.269.283,00 euros. Este Presupuesto extraordinario, unido a la cantidad aprobada del Presupuesto ordinario para comunicación, constituye un montante relevante para promoción del vino de Rioja en los mercados, y siendo dirigido fundamentalmente a publicidad y promoción en el mercado interior y exterior. Para el estudio de las actuaciones en marketing





PRESUPUESTO DE GASTOS AÑO 2011	
GASTOS DE PERSONAL	
Retribuciones personal fijo	1.347.476,43
Retribuciones personal eventual	469.356,50
Cuotas Seguridad Social	475.079,57
Gastos sociales	27.559,58
TOTAL CAPITULO I	2.319.472,08
GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	
Reparaciones y conservación (Edificios, maquinaria y utillaje, material de transporte, mobiliario equipos informática, jardinería, limpieza e inmovilizado material)	241.509,65
Material de oficina, suministros y varios (Materiales, combustibles, comunicaciones, transportes, seguros de locales y de vehículos, tributos, etc.)	298.803,13
Gastos diversos (RR.PP., material promocional, defensa de marca y de la Denominación y gastos imprevistos.)	340.245,94
Trabajos realizados por otras. empresas (Informe Nielsen, programación de ordenadores, Gabinete de Prensa, Plan de Calidad, análisis, muestras y mantenimientos.)	235.527,47
Indemnizaciones por servicios (Viajes, manutención, alojamiento, asistencias, etc.)	321.213,67
TOTAL CAPITULO II	1.437.299,86
INVERSIONES REALES	
Equipos para procesos de informática, mobiliario, enseres y otros	34.668,00
Medidas de control en contraetiquetado y vendimia	1.230.002,35
Control en puntos de venta	57.630,50
Comunicación y Promoción (Ferias, exposiciones, actos, promoción y publicidad en medios, comunicación, concursos, colaboraciones, objetos de promoción)	602.048,00
TOTAL CAPITULO III	1.924.348,85
RESUMEN PRESUPUESTO ORDINARIO	
GASTOS DE PERSONAL	2.319.472,08
GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	1.437.299,86
INVERSIONES	1.924.348,85
TOTAL PRESUPUESTO ORDINARIO 2011	5.681.120,79
PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO	
PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN (Mercado nacional y mercados exteriores: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Suecia, China, México y Suiza)	8.269.283,00
TOTAL PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO	8.269.283,00
TOTAL PRESUPUESTO GLOBAL 2011	13.950.403,79

SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

Actividades por departamentos

El estricto cumplimiento del Reglamento de la Denominación de Origen Calificada Rioja exige el control y expedición de un importante volumen anual de documentos, misión que corresponde desempeñar a los Servicios Administrativos del Consejo. Entre los más significativos se encuentran los documentos para exportación, la autorización de traslados de vinos entre bodegas inscritas y sus documentos de acompañamiento, la gestión de las fichas de control de añadas para los distintos tipos y categorías de vinos y la gestión de entregas a las bodegas de las contraetiquetas y precintas que garantizan el origen, categoría y añada de los vinos amparados por la Denominación de Origen.

Corresponde también a los Servicios Administrativos la gestión económica de la entidad, desde la elaboración y seguimiento de los presupuestos, a la gestión contable y de la tesorería, gestión de los diferentes tipos de cuotas obligatorias a repercutir sobre viticultores y bodegas, que constituyen los ingresos del Consejo, así como el control de los correspondientes gastos.

Gestión de documentos

Documentos para exportación.- En el 2011 se expedieron 591 certificados de origen para exportación con destino a terceros países. La autenticación del origen en los documentos de acompañamiento no es exigible para el vino embotellado toda vez que cada botella porta certificación individual

Autorización de traslados y sus documentos de acompañamiento.- La cantidad total de litros trasladados entre bodegas inscritas durante el 2011 ha ascendido a 215 millones. Para estos traslados se han concedido 3.463 autorizaciones para vinos protegidos. Respecto a los documentos de acompañamiento, los Servicios Administrativos del Consejo han autenticado, comprobado y visado en el 2011 un total de 8.931 documentos.

Fichas de control de añadas.- Los Servicios Administrativos del Consejo expedieron durante el año 2011 un total de 1.196 fichas de control de añadas para los distintos tipos y categorías de vinos.

Contraetiquetas y Precintas.- Un total de 16.800 "Documentos para el contraetiquetado/precintado de vinos de Rioja, y otras salidas exentas del uso del documento comercial", - que han de ser cumplimentadas tanto por viticultores como por comercializadores - fueron entregados y registrados en las correspondientes fichas del año 2011.

Por otro lado, las 6.552 entregas de contraetiquetas y precintas efectuadas a los embotelladores de vino de Rioja inscritos en los registros del Consejo Regulador han sumado 372.326.165 documentos de garantía. De ellos 6.155.993 han sido contraetiquetas en papel normal y 8.620.071 en papel autoadhesivo y 214.324.552 precintas en papel normal y 143.225.549 precintas en papel autoadhesivo. Además de dichas entregas, se han confeccionado y registrado los correspondientes albaranes de entrada de imprentas, en total 1.234 impresos, además de 545 documentos de devolución.

Al igual que en años anteriores, ha continuado incrementándose proporcionalmente el consumo de precintas, que desde 2000 con el 78%, ha pasado a ser del 96,03% en el 2011, debido a la continuada utilización por parte de las bodegas de contraetiquetas informativas, así como el uso del documento de garantía en soporte de papel autoadhesivo que ha pasado del 17% en el 2006 al 41% en el 2011 en detrimento del soporte en papel normal.



ASESORÍA JURÍDICA

Actividades por departamentos

El Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja cuenta con una Asesoría Jurídica propia, insertada en su estructura organizativa desde 1986. Posteriormente, se incorporó al texto de su Reglamento en la Orden de 3 de abril de 1991, que le otorgó el carácter de "Calificada", manteniendo su presencia en el vigente Reglamento, aprobado por Orden APA/3465/2004, de 20 de octubre. Es uno de los pocos Consejos Reguladores que dispone de este servicio con carácter propio y permanente, lo que da idea del nivel de desarrollo alcanzado por la Denominación.

La actividad de la Asesoría Jurídica se dirige principalmente a la tramitación de los expedientes administrativos seguidos en el Organismo. Las causas principales de su iniciación son: solicitudes en materia de producción de uva con destino a la elaboración de vinos amparados y de transformación de uva en vino, descalificaciones de vinos, autorizaciones y denegaciones de etiquetas, modificaciones de inscripción fundamentalmente altas y bajas, suspensiones y anulaciones en los distintos Registros de Viñas y Bodegas, etc.

En la tramitación de los expedientes sancionadores iniciados por acuerdo del Consejo Regulador, bien a consecuencia de las inspecciones de sus Veedores, bien por orden superior o petición razonada de otros órganos de la Administración, bien a raíz de denuncias, asiste en las distintas fases del procedimiento: Preparación, redacción y tramitación de los actos del organismo y del Instructor, redacción de informes sobre las alegaciones y recursos que se planteen para el Instructor, el Pleno del Consejo Regulador, el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y, en su caso, los Tribunales de Justicia y, finalmente, llevando a cabo la gestión del cobro de las sanciones que puedan recaer, en orden a que se ingresen en el Tesoro Público.

Asimismo, la Asesoría Jurídica se encarga de redactar periódicamente informes jurídicos sobre distintas cuestiones que afectan a la Denominación y al Consejo Regulador y de llevar a cabo las actuaciones necesarias para la defensa de la Denominación ante las Administraciones Públicas y los

Tribunales de Justicia.

El volumen de trabajo de la Asesoría Jurídica resulta significativo y por ende prolijo. En particular, la evolución en los últimos años ha sido la siguiente:

	2008	2009	2010	2011
No sancionadores	1.112	1.848	975	1.296
Sancionadores	50	12	82	80

Expedientes no sancionadores

Durante el año 2.011, se han tramitado 1.296 expedientes administrativos de carácter no sancionador consecuencia de las actuaciones iniciadas en otros Departamentos del Consejo Regulador. Los motivos de los mismos, básicamente, son: solicitudes de autorización de diseños de etiquetado, inscripción de superficie de viñedo productivo una vez autorizados por los Departamentos o Consejerías de Agricultura de cada una de las tres Comunidades que integran el territorio de la Denominación, incidencias observadas en campo por el Servicio Habilitado de Veedores respecto a los viñedos en su segundo año de plantación (discrepancias de cabida, variedades cultivadas, densidad de plantación, localización, etc.), alegaciones en torno al proceso de calificación de los vinos, reclamaciones sobre la cantidad de uva amparada, etc.

En otro orden, también es desempeño de la Asesoría Jurídica el suministro de información y asesoramiento tanto a inscritos en el Consejo Regulador como a terceros. Igualmente, se da curso a las peticiones de documentación requerida desde instancias judiciales -sobre todo del orden civil- a resultados de reclamaciones entre particulares mediando plantaciones tuteladas por la Denominación de Origen Calificada RIOJA.

Expedientes sancionadores

Durante el año 2011 se tramitaron 80 expedientes de carácter sancionador.

El artículo 37 de la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, establece que los incumplimientos a lo dispuesto



Etiquetado

Tramitadas un total de 619 solicitudes de etiquetados, comprendidos en los anteriormente citados, de los cuales 311 corresponden a nuevas marcas y 198 a revisiones de diseño de etiquetados ya autorizados. No reunieron las condiciones exigidas para su autorización o desistieron de la misma hasta 110 etiquetados.

en la misma, en la normativa comunitaria, autonómica o en las disposiciones de desarrollo, serán considerados como infracciones administrativas, que podrán ser leves (artículo 38), graves (artículo 39) o muy graves (artículo 40). En los expedientes tramitados a lo largo de 2011 se han imputado 45 infracciones muy graves por uso irregular de Tarjeta de Viticultor, 8 infracciones muy graves por uso indebido de documentos de garantía, 4 infracciones graves en materia de aforo, 2 infracciones graves por declaración en exceso de documentos de garantía, 1 infracción grave por obstrucción, 1 infracción grave en materia de declaración del rendimiento de transformación, 9 infracciones leves en materia de etiquetado, 9 infracciones leves por inexactitudes en el reporte de movimientos y 1 infracción leve por la falta de presentación en plazo de declaraciones.

De las sanciones impuestas en los expedientes tramitados, y de otras que traen causa de expedientes sancionadores iniciados con anterioridad y resueltos antes o durante el 2011, se han recaudado para el Tesoro Público a lo largo de 2011 un total de 384.069,76 euros.

Relaciones con otros Órganos Judiciales

Se mantiene la tendencia observada en años anteriores de ligero incremento de la conflictividad en las relaciones entre inscritos o en las que una de las partes es un inscrito, en las que se ven afectados viñedos, derechos de plantación o bienes afectos a bodegas, reclamándose al Consejo Regulador por distintos Juzgados y Tribunales, todo tipo de informes y certificaciones.

Durante el año 2011 se han interpuesto 21 Recursos Contencioso-Administrativo contra resoluciones recaídas en expedientes sancionadores iniciados por este Consejo Regulador.

Comisión de Reglamento

El Consejo Regulador en su actual mandato mantiene una Comisión de Reglamento, formada por 30 miembros con representación paritaria de cada sector, de la que es Secretaria la Letrada de la Asesoría Jurídica. La principal misión que ha

tenido encomendada durante el año 2011, es el estudio y discusión del futuro marco jurídico de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

Otras actividades de la Asesoría Jurídica

La Asesoría Jurídica ha participado en distintos foros, habiéndose preparado sucesivos informes, valoraciones, observaciones y comentarios.

Mantenimiento del servicio de documentación jurídica.-

La Asesoría Jurídica tiene establecido un amplio registro, continuamente renovado y puesto al día, de legislación vitivinícola sobre viñedos y sobre vinos de calidad, originada en la Unión Europea y en España con preferente atención a la generada por las Comunidades Autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra.

En el año 2001 la Asesoría Jurídica incluyó en la página web del Consejo Regulador información legislativa de interés, en la que puede hallarse un repertorio de normativa estatal y comunitaria europea aplicable en el ámbito de la D.O.Ca. Rioja, así como Oficios-Circulares que publicitan los acuerdos más significativos adoptados por el Pleno del Organismo, habiendo continuado la labor de actualización durante el año 2011.

Recopilaciones y manuales.- La Asesoría Jurídica mantiene actualizadas la recopilación de la normativa española básica aplicable tanto a la D.O.Ca. Rioja como a las distintas Denominaciones de Origen de vinos, y la de los Oficios-Circulares emitidos por el Consejo Regulador con contenido normativo desde 1968, con índices por materias y cronológicos.

En otro orden, también es desempeño de la Asesoría Jurídica el suministro de información y asesoramiento tanto a inscritos en el Consejo Regulador como a terceros. Igualmente, se da curso a las peticiones de documentación requerida desde instancias judiciales.

Así mismo la Asesoría Jurídica ha participado en distintos foros, habiéndose preparado sucesivos informes, valoraciones, observaciones y comentarios, destacando entre otros los siguientes:

- Integración en el Comité Asesor del proyecto Wine Tech.
- Integración en Grupo de Trabajo constituido en el seno de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas para el diseño de una Guía de Puntos Clave para la constitución de un Panel de Análisis Sensorial del Vino.
- Representación de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas en el Consejo Rector de la Plataforma Tecnológica del Vino.
- Colaboración, coordinación de actividades y representación de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas en EFOW (European Federation of Origin Wines).
- Elaboración de informes y desarrollos articulados en materia de etiquetado y ejercicio de control oficial.
- Elaboración de distintos informes y borradores relativos al Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Calificada Rioja.
- Representación del Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja en el Lobby Internacional para la defensa del origen y los nombres geográficos en Nueva York.
- Impartición de Conferencia sobre derechos de plantación en el viñedo en Asamblea General de la AIDV (Association Internationale des Jurist pour le Droit de la Vigne et du Vin).
- Impartición de Conferencia sobre el valor de marca de Rioja en jornadas organizadas por AZK y la Administración del País Vasco en San Sebastián.
- Participación en misión comunitaria representativa de productos de calidad europeos con el Comisario de Agricultura en China.



SERVICIOS TÉCNICOS

Actividades por departamentos

Los Servicios Técnicos del Consejo Regulador desarrollan la actividad de control de la Denominación de Origen Calificada Rioja, en su vertiente presencial y administrativa, con actividades tan diversas como la gestión del Registro de Bodegas y Viñedos, la gestión de las Tarjetas de Viticultor, el control de las prácticas de cultivo, de los rendimientos de uva y de las elaboraciones de vino; la toma de muestras y la coordinación de la calificación de los vinos; la inspección de bodegas y viñedos; el control de movimientos y del envejecimiento y comercialización de los vinos; el control y uso de los documentos de garantía; muestreo de mercado y, por último, la confección de estadísticas derivadas del control.

A. SERVICIOS DE INSPECCIÓN

Para la inspección el Consejo Regulador cuenta con Veedores Habilitados por el Ministerio de Agricultura. Entre sus funciones están las de velar por el cumplimiento de la normativa vitivinícola y, en especial, la establecida en el Reglamento de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

Inspección de viñedos: se controla la plantación en su segundo año, la densidad de plantación, las variedades autorizadas, las prácticas de cultivo (la poda y el riego), los rendimientos de producción, etc... De las inspecciones se deja constancia, en caso de incumplimiento de la normativa, con el levantamiento de un Acta que da lugar a la incoación de un expediente. Por otra parte, se inspeccionan por el Servicio Habilitado de Veedores la evolución del estado fenológico de las vides, de accidentes meteorológicos y plagas y enfermedades que puedan afectar al desarrollo de la cosecha y a los rendimientos. En la fase final del ciclo se efectúa el seguimiento de la maduración de la uva y se emite un boletín semanal, que tiene como finalidad informar a los inscritos de la evolución de la uva para que la vendimia se haga en las fechas más adecuadas, para optimizar la calidad.

Con el fin de garantizar el origen y calidad de los vinos

de Rioja, el Pleno del Consejo Regulador establece cada año las "Normas de Campaña" que regirán en la vendimia y que constituyen un riguroso sistema de control cuyo estricto cumplimiento corresponde supervisar al Servicio Habilitado de Veedores del Consejo. Ellos son los responsables durante el transcurso de la vendimia de controlar los movimientos de uvas y su entrada en las bodegas, vigilar las zonas limítrofes de la Denominación, verificar la calidad de las uvas y coordinar a los "Auxiliares de Vendimia" presentes en cada centro de recepción.

Calificación de los vinos: tras la vendimia se procede a la calificación de los vinos. La ejecución y la coordinación del proceso de la nueva cosecha, corresponde igualmente al Servicio Habilitado de Veedores quienes, con la colaboración de personal contratado, realizan la toma de muestras de los vinos elaborados para someterlos a examen analítico en los laboratorios oficiales de la denominación y a su valoración organoléptica por el Panel de Cata del Consejo Regulador. A lo largo del año, durante el proceso de crianza hasta la comercialización, se continúa con el control de calidad de los vinos mediante la toma de muestras aleatorias en bodega, que se someten igualmente a examen analítico y organoléptico.

Inspección de bodega: el Servicio Habilitado de Veedores del Consejo Regulador, lleva a cabo sistemáticamente inspecciones en las bodegas, consistentes en el aforo de las existencias de vino en cada tipo de envases y de la documentación que las sustenta, revisión de los documentos de garantía de origen y revisión del almacén de productos terminados. También se realiza un control y vigilancia de la circulación de los vinos entre bodegas inscritas y la salida de bodega de los vinos no amparados, con actuaciones puntuales fuera de la Denominación. Se comprueban las denuncias relacionadas con el uso indebido de la Denominación de Origen Calificada "Rioja" dentro y fuera del ámbito de su territorio. El Consejo Regulador, a través de la empresa AC Nielsen, hace un muestreo de mercado de los vinos de Rioja, que abarca al territorio nacional y países, fundamentalmente europeos, con más presencia de comercialización. Mensualmente se reportan las muestras



desde los puntos de venta al Consejo Regulador, las cuales son examinadas por el Servicio de Veedores del Consejo y del Comité de Cata, tanto desde el punto de vista de las características del producto, como del etiquetado y de la autenticidad de los documentos de garantía que ostenten.

Otras actividades desarrolladas por el equipo de Veedores del Consejo Regulador es la de comprobar los resultados del expediente de calificación de los vinos de cada bodega, con la comprobación de los datos analíticos y organolépticos, remitiendo los resultados a sus titulares; la de atender las consultas presenciales y telefónicas que se reciben cotidianamente en la sede del Consejo Regulador; la de autorizar los traslados de vinos y la entrega de documentos de garantía de origen; realizar diferentes tipos de informes de inspección de bodegas y viñedo, y de las actas levantadas; la de la calificación de la cosecha de cada uno de los elaboradores; y otros como la evolución del ciclo vegetativo de la campaña y accidentes meteorológicos, evolución de la maduración y de los controles de vendimia.

También se valoran permanentemente las incidencias que aparecen en las fichas de control del movimiento de vinos.

B. SECCIÓN INFORMÁTICA

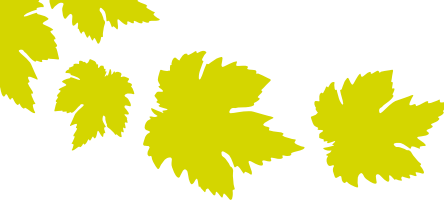
La informatización de los servicios del Consejo Regulador ha constituido uno de los objetivos permanentes a los que se han dedicado importantes inversiones a lo largo de los últimos años, lo que ha supuesto un avance decisivo para la agilización y la eficacia en los sistemas de control y, en consecuencia, una mejor trazabilidad de los vinos y garantía de calidad al consumidor. A medida que se ha profundizado en la complejidad de los sistemas de control, se han ido mejorando los

equipos informáticos y sus prestaciones, y diseñando los programas más idóneos para el cumplimiento de los objetivos.

Las actividades de la Sección Informática relacionadas con la viticultura se concretan en la gestión del Registro de Viñedos (altas, bajas, cambios de titular, etc.) y la gestión de las "Tarjetas Magnéticas de Viticultor", procesamiento y cotejo de los datos de las "entregas de uva" y de las "declaraciones de cosecha" presentadas por los elaboradores, realización y remisión de los informes de cosecha con los datos de las uvas y vinos amparados y no amparados a cada titular de viñedo y a cada bodega elaboradora.

En esta campaña se ha seguido mejorando el programa informático para la gestión del proceso de entrega de uva con la Tarjeta de Viticultor, la transmisión telemática de los datos al Servidor del Consejo Regulador y procesamiento de los mismos, que permite una información continuada e inmediata de la producción y los rendimientos de cada viticultor y de la elaboración de cada bodega. Se ha incorporado una página Web que permite a cada inscrito acceder a sus datos de entrega de uva en la vendimia y a cada bodega de los datos de la uva recibida, siendo a su vez una herramienta importante para la confección de la declaración de cosecha.

Se desplegaron hasta 187 terminales en otros tantos centros de pesaje y recepción, para procesar las entregas de uva en bodega con las 17.200 Tarjetas de Viticultor y el control de las reexpediciones entre bodegas. La experiencia adquirida y las mejoras incorporadas en estos seis años desde la implantación de la Tarjeta de Viticultor, hacen que la valoración del proyecto sea muy positiva y satisfactoria para los inscritos y con la determinación de optimizar cada vez más el proceso de vendimia. Durante la misma los Servicios Técnicos dan respuesta inmediata a todos los problemas que surgen en el uso



SERVICIOS TÉCNICOS

de las Tarjetas de Viticultor.

Tras la vendimia se procesan las declaraciones juradas de producción y elaboración, cotejando los datos obtenidos por el Consejo Regulador con los proporcionados por los productores y elaboradores de uva y mosto.

Durante el proceso de calificación se tramitan los expedientes y se procesan los datos obtenidos en los exámenes analíticos y organolépticos, remitiendo a cada titular el expediente de cada partida. Tras el proceso de calificación, de cada añada, se abre una ficha de control con el asiento de la elaboración, donde se tienen que reflejar todos los movimientos que afecten a la misma. Igualmente se lleva una ficha que permite el control y seguimiento de los vinos no amparados y descalificados para que salgan de bodega conforme a las normas establecidas.

Mensualmente es preceptiva la remisión, por la bodega, de las fichas de control de cada añada donde están anotados los datos de movimientos de los vinos y las existencias a fin de mes. Se procesan los mismos en el programa informático y se comprueba si hay incidencias en los movimientos y existencias, y en los vinos etiquetados la correspondencia de los tiempos de envejecimiento con el uso de los documentos de garantía, que previamente han sido entregados por los servicios del Consejo Regulador superados todos los controles.

Esta información procesada genera datos estadísticos sobre la comercialización de vino de Rioja en el mercado nacional y en el exterior, por países, por tipos de bodegas y por categorías y tipos de vinos, que son enviados a los inscritos y asociaciones para su conocimiento.

El Registro de Bodegas se mantiene actualizado permanentemente, procesando las altas, las bajas y las modificaciones en las instalaciones y en los envases y capacidades que se van produciendo en las ya inscritas con anterioridad.

DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN

El control e inspección en la Denominación de Origen lo llevan a cabo el equipo de ocho Veedores Habilitados del Con-

sejo Regulador, cuyas actividades se desarrollan en parte en las propias oficinas de la entidad y que en este año han ocupado el 23,78% de su tiempo. Este trabajo de oficina abarca distintos cometidos, como atender las consultas presenciales o telefónicas que se reciben de forma permanente, valorar los expedientes de calificación de cada elaborador, autorizar los traslados de vinos y la entrega de documentos de garantía de origen, realizar diferentes tipos de informes, complementarios a inspecciones realizadas en viñedos y bodegas, o a las actas levantadas cuando se requiere un informe adicional. Este año 2011 se han levantado un total de 258 actas de inspección. Se realizan también informes sobre el ciclo vegetativo de la campaña, accidentes meteorológicos y del desarrollo de la vendimia en cada subzona.

También se valoran permanentemente las incidencias que aparezcan en las fichas de control del movimiento de vinos.

Por otra parte, las salidas de inspección propiamente dichas han ocupado el 76,22% restante del tiempo, totalizando 1.318 salidas distribuidas de la siguiente forma:

- Inspección sobre viñedos: 309 - 23,41 %
- Inspección sobre bodegas: 561 - 42,56 %
- Calificación de cosecha: 209 - 15,82 %
- Control de vendimia: 173 - 13,13 %
- Otras actividades: 66 - 5,08 %

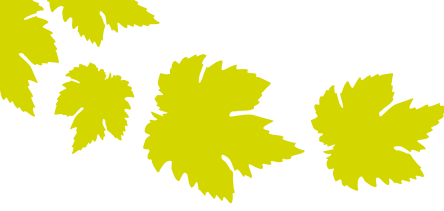
Inspección sobre viñedos.- El Servicio Habilitado de Veedores del Consejo comprueba sobre el terreno el cumplimiento por parte del titular del viñedo de la normativa de la Denominación en cuanto a las prácticas de cultivo, como conducción del viñedo y poda, la densidad de plantación, la correspondencia de variedades autorizadas con las plantadas. Desde el año 1994 se comprueban sistemáticamente todos los viñedos, antes de su entrada en producción y, por lo tanto, antes de su inclusión en la Tarjeta de Viticultor. Esta inspección de los viñedos, que han sido autorizados previamente por la administración correspondiente, tiene por objeto comprobar que los datos de la inscripción se correspondan con la realidad del viñedo plantado. Concretamente en el año 2011 se ha

realizado este tipo de control específico sobre los viñedos plantados en el año 2009, que entrarán en producción amparada a partir de la próxima cosecha. Para este trabajo el Consejo Regulador contrató 17 técnicos que, coordinados por el Servicio Habilitado de Veedores, durante los meses de agosto y septiembre, comprobaron “in situ” 1.385 viñedos, distribuidos en 113 localidades y pertenecientes a 1.098 titulares. Las incidencias encontradas son valoradas por el Servicio Habilitado de Veedores y remitidas a los Servicios Jurídicos del Consejo Regulador y se abre un expediente para estudiar la situación y se suspende de forma cautelar la inscripción. De los 1.385 viñedos visitados, un total de 195 viñedos presentaban algún tipo de incidencia en su mayoría de tipo administrativo de fácil resolución y, teniendo en cuenta que algunos viñedos presentaron varias incidencias, la distribución de las mismas sería la siguiente: por cambios en las variedades hincadas, generalmente entre tintas autorizadas (14,87%), por utilizar marcos de plantación incorrectos (1,54%), por superficies diferentes a las autorizadas (55,90%), por errores en la identificación de las parcelas (33,85%), por estar plantadas o injertadas en años diferentes (6,67%), y, por último, por estar sin plantar o por tener un porcentaje alto de faltas (2,05%).



Seguimiento de viñedos de referencia.- Los Servicios Técnicos, para el seguimiento de la evolución del viñedo en cada campaña y compararlo con las anteriores, tienen seleccionadas 168 parcelas, las cuales sirven de referencia para valorar la evolución de distintos parámetros del estado fenológico como son: la brotación, la fertilidad, el cuajado, el envero y la maduración. Permite también valorar de forma continuada las expectativas productivas y cualitativas, con el fin de comunicar al Pleno del Consejo Regulador y a los inscritos, la situación en cada momento del viñedo. Este trabajo lo realiza el Servicio de Veedores con la colaboración de dos técnicos de apoyo.

Control de producción de viñedos.- En esta campaña se ha realizado un seguimiento para la detección de viñedos con alta producción, con el fin de comunicar a sus titulares la incidencia e instarles a la corrección productiva. Para ello, el Servicio Habilitado de Veedores ha contado con el apoyo de 17 técnicos contratados y se ha hecho un muestreo sobre más de 10.000 viñedos repartidos a lo largo de la Denominación. Una vez que la producción se consideraba consolidada, se le comunica la irregularidad a cada uno de los viticultores afectados, para que en el período del inicio del envero procedieran a ajustar los rendimientos a los parámetros establecidos en las Normas Campaña. En todos los viñedos aforados se procedió al ajuste de la producción eliminando racimos.



SERVICIOS TÉCNICOS

Seguimiento del viñedo y de la maduración de la uva.-

El Servicio Habilitado de Veedores desempeña una importante misión de seguimiento del estado fenológico de las vides, accidentes meteorológicos, plagas y enfermedades que puedan afectar al desarrollo vegetativo y al rendimiento de la cosecha. En la fase final del ciclo, se efectúa el seguimiento de la maduración de la uva y el día 22 de agosto de 2011 se comenzó la recogida de muestras que, desde 1993, se lleva a cabo por el propio Servicio Habilitado de Veedores y que tiene como finalidad determinar las fechas de vendimia más adecuadas para cada localidad. Una vez analizadas las muestras por los laboratorios acreditados de las tres Comunidades Autónomas, el Consejo editó semanalmente un “boletín de resultados” ampliamente difundido entre viticultores y elaboradores. En total se editaron 6 boletines en la pasada vendimia, desde el 22 de agosto hasta el 26 de septiembre de 2011, en los que se facilitaron datos sobre la variedad, año de plantación, cota de altitud, peso de la uva, grado alcohólico probable, acidez total tártrica, pH, ácido málico, potasio, IPT, antonianos e intensidad colorante.

Control de vendimia.- El Servicio Habilitado de Veedores es el responsable durante el transcurso de la vendimia de controlar los traslados de uvas y la entrada en bodega, vigilar las zonas limítrofes de la Denominación, verificar la calidad de las uvas y coordinar a los “Auxiliares de Vendimia” que el Consejo contrata expresamente para controlar la entrega y el pesaje de las uvas en cada una de las básculas ubicadas en los centros de elaboración, donde cada Auxiliar dispone de un Terminal de Vendimia con el que se procesan los datos en cada Tarjeta de Viticultor. En la vendimia 2011 el Consejo contrató un total de 169 “Auxiliares de Vendimia”, además de 18 Técnicos de Apoyo, que colaboran en las labores inspectoras con el Servicio Habilitado de Veedores, dedicados especialmente a la vigilancia de zonas limítrofes, comprobación aleatoria de vendimia de viñedos y de la carga de las uvas, de supervisión de vigilantes de pesaje.

Inspección sobre bodegas.- Previo a la inscripción en el Registro de Bodegas, el Servicio Habilitado de Veedores inspecciona las instalaciones de la bodega para comprobar que las mismas se ajustan a los datos reflejados en la solicitud y que cumplen con lo establecido en el Reglamento de la Denominación de Origen Calificada Rioja para cada tipo de registro (cosecheros, almacenamiento, cooperativas y crianza).

Por otra parte el Servicio de Veedores realizó, durante el 2011, un total de 410 aforos de bodegas, que se llevan a cabo de forma sistemática para comprobar las existencias y envejecimiento de los vinos en los distintos envases, por tipos de vino y añadas, así como el aforo y control de gasto de los documentos de garantía por parte de las bodegas embotelladoras. Igualmente de manera sistemática, se hacen inspecciones en el almacén de productos terminados para la toma de muestras y control de los vinos etiquetados. Por último, durante todo el año se realiza un control y vigilancia de la circulación de los vinos entre bodegas inscritas y las salidas de bodega, fuera de la denominación, de los vinos no amparados y descalificados. De los vinos trasladados se hace un amplio muestreo para su control analítico y sensorial. Cabe también dejar constancia de las actuaciones llevadas a cabo por el Servicio Habilitado de Veedores, para la comprobación de denuncias relacionadas con el uso indebido de la Denominación de Origen Calificada “Rioja” fuera del ámbito de su territorio, así como de la colaboración que el personal de estos Servicios Técnicos presta en las actividades de divulgación (catas comentadas, conferencias, etc.) desarrolladas por el Consejo Regulador.

Calificación de los vinos de la cosecha 2010.- Desde 1980 el Consejo Regulador viene realizando la calificación de todos los vinos producidos en cada cosecha, así como el seguimiento de los mismos a lo largo de las diferentes fases de su crianza. La ejecución y coordinación de este proceso de calificación de los vinos de la nueva cosecha corresponde al Servicio Habilitado de Veedores.

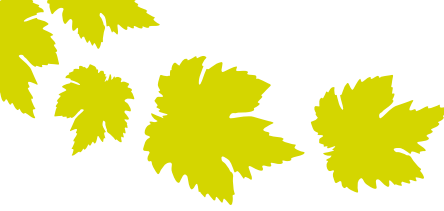
Las primeras solicitudes de calificación de vinos del 2010 se solicitaron a partir del 26 de octubre de 2010, con el exclusivo fin de su comercialización como vinos de año. También durante todo el mes de noviembre de 2010 se solicitó la calificación adelantada de hasta un 10% de la elaboración por varias bodegas. El día 1 de diciembre se inicia de forma sistemática la recogida de muestras atendiendo a las solicitudes de las bodegas elaboradoras, con un programa de recogida de muestras por parte del Servicio Habilitado de Veedores y con la ayuda de nueve técnicos contratados. La toma de muestras abarca a cada uno de los depósitos de las bodegas elaboradoras. El proceso de recogida se prolongó hasta el día 2 de marzo de 2011, ya que este año fueron muchas las muestras tomadas y numerosas las bodegas que lo solicitaron hacia el final del plazo marcado. En una primera fase, se cogieron 3.948 muestras, representativas de los 277,9 millones de litros elaborados en la Denominación de Origen Calificada "Rioja" en esta cosecha, de las cuales se calificaron 3.874 (el 98,1%). Las muestras emplazadas o las descalificadas recurridas, se volvieron a coger por segunda vez, entre el 12 de enero y el 14 de abril de 2011, con lo que el total de las muestras tomadas en la campaña ascendió a 4.093. El Consejo Regulador ha contado en esta campaña de 2010 con la colaboración de 151 catadores, para llevar a cabo los análisis organolépticos. Diariamente se realizaron siete catas, tres en la Estación Enológica de Haro y cuatro en el Consejo Regulador, celebrándose un total de 349 sesiones de los comités de calificación, que valoraron una media de doce muestras por sesión, dictaminando si eran o no aptas y la valoración cualitativa de la partida, aspecto este último que es utilizado para la valoración global de la añada. El Comité de Apelación, formado por trece miembros, se reunió en seis sesiones de cinco catadores, entrando a valorar las 28 muestras descalificadas inicialmente por el Comité Ordinario, de las cuales 10 fueron aceptadas y 18 definitivamente rechazadas.

El proceso de calificación ha ocupado un tercio del trabajo de los Veedores Habilitados del Organismo durante tres meses; dos coordinadores de cata y un conductor durante tres



meses; una administrativa durante cinco meses y siete técnicos especialistas para la toma de muestras durante un mes y medio. Se han utilizado, por otra parte, de 2 a 4 vehículos diarios en las salidas a tomar muestras y transporte de las mismas. El análisis químico de las muestras ha sido realizado en los laboratorios de las Estaciones Enológicas de sus respectivas Comunidades Autónomas, quienes lo realizan sin coste alguno para los inscritos.

Seguimiento de los vinos calificados.- Durante el año 2011 se tomaron, por el Servicio Habilitado de Veedores, en los almacenes de productos terminados de las bodegas 580 muestras de vinos embotellados en proceso de comercialización, en la fase previa a la salida de bodega y de un porcentaje del 7% de vinos a granel trasladados entre bodegas inscritas.



SERVICIOS TÉCNICOS

Por otra parte, el Consejo Regulador tiene un convenio con la empresa AC Nielsen, para la toma de muestras del mercado. En el año 2011 se tomaron 896 muestras en diferentes puntos de venta, tanto en el mercado interior como en el exterior. Todas las muestras fueron sometidas a control analítico y organoléptico. Los resultados fueron altamente satisfactorios y se ha podido comprobar que la valoración de los vinos, en la mayoría de los casos, supera la calificación que se le dio al conjunto de la añada en la primera fase de calificación, algo lógico si se tiene en cuenta que los mejores vinos de cada cosecha se destinan a las categorías de crianza, reserva y gran reserva.

SECCIÓN INFORMÁTICA.

Equipos.- Se ha continuado con la mejora y sustitución de equipos por otros más potentes en función de la demanda y requerimiento del trabajo diario.

Programación.- Se han mantenido actualizadas las diferentes aplicaciones que afectan al trabajo interno del Consejo Regulador.

Sección informática: Bodegas

Movimientos y existencias de vinos.- Del exhaustivo control informático llevado a cabo por los Servicios Técnicos del Consejo Regulador, sobre el movimiento de vinos y existencias efectuados por cada una de las bodegas, puede dar una idea el hecho de que mensualmente se hayan codificado una media mensual de 4.645 “fichas de control de añadas y de movimiento de vinos”, que son remitidas por criadores, almacenistas y cooperativas antes del día 10 de cada mes. Estas fichas han supuesto en el año 2011 una media mensual de 6.479 movimientos de vino procesados. De las incidencias detectadas se da cuenta al Servicio Habilitado de Veedores para su valoración.

El número de titulares de bodega que tenían informatizadas las fichas de movimientos de vino al final del año 2011 eran 331, siendo continuo el incremento de solicitudes que se reciben a este respecto, lo cual permite que, en su mayor parte, el intercambio de los datos se haga por vía informática.

En paralelo con los movimientos, se remiten los documentos de comercialización en el mercado exterior (219 mensuales), que fueron también procesados y que permiten confeccionar listados estadísticos sobre la comercialización de vino de Rioja en el exterior: por países, por tipos de bodegas, por categorías y tipos de vinos, etc. Tanto estas estadísticas, como las de comercialización en el mercado interior y resúmenes comparativos con el año anterior, fueron enviadas mensualmente a los inscritos y asociaciones para su conocimiento y análisis.

Respecto al Registro de Bodegas, los datos se mantienen actualizados permanentemente, informatizando las altas, bajas o modificaciones de titulares y bodegas que se producen a lo largo del año, así como la relación y capacidad de los distintos envases y el número y capacidad de las barricas de cada bodega.

Tras la vendimia se procesaron las declaraciones juradas de elaboración de cada bodega, contrastando los datos proporcionados con los obtenidos por los Servicios Técnicos del Consejo Regulador en el control de vendimia. Finalizado el proceso de calificación, se efectuó el control y seguimiento de los vinos no calificados. También se fueron comprobando los datos de salidas obligatorias por mermas de barrica.

Por último, cabe reseñar la atención personalizada y telefónica que se presta a criadores, almacenistas y cooperativas para tratar de solucionar las dudas e incidencias que a menudo se plantean a propósito de cuestiones como movimientos de vinos, existencias, regularizaciones, estadísticas, etc.

Sección Informática: Viñedos

Las actividades de esta sección de los Servicios Técnicos del Consejo Regulador, referidas a este apartado, se desarrollan cronológicamente de la forma siguiente:



El Consejo comprueba sobre el terreno el cumplimiento por parte de los viticultores de la normativa de la Denominación en cuanto a las prácticas de cultivo, como conducción del viñedo y poda, densidad de plantación, correspondencia de variedades autorizadas con las plantadas, etc.

Enero – Marzo: una vez finalizado el proceso de comprobación y grabación de los datos de vendimia, producción y elaboración, se lanzan los informes de elaboración con los datos de uva y vino amparados, cuyos datos se remiten a las bodegas elaboradoras y se abre un periodo de reclamaciones y consultas. Finalizado éste se envía la comunicación de cosecha obtenida a cada uno de los viticultores con la información de la cosecha amparada y el exceso de producción. Atendidas las reclamaciones se remiten los informes definitivos.

Abril - Junio: terminado el proceso de informatización anterior se reanudan las tareas de mantenimiento y actualización del Registro de Viñedos.

Se revisan y valoran los expedientes remitidos por las distintas Comunidades Autónomas que afectan al Registro de Viñedos (altas, bajas, cambios de titular, etc.), procesando los datos y devolviendo copias selladas a los interesados.

A todos aquellos titulares que no retiraron la tarjeta de viticultor en vendimias, se les requiere por escrito el motivo y se procede a dar de baja de los registros en los casos que no se justifica la causa.

Julio – Agosto: una vez finalizado el proceso informático de los datos con las modificaciones del Registro de Viñedos, se editan los correspondientes recibos y listados de cobro, para la remisión a las entidades colaboradoras que se encargan de su distribución y cobro de las exacciones. Se procede al escaneado de la documentación de viñedos procesados en esta campaña. La informatización gráfica de los impresos de viñedos se prolonga hasta final de año.

Septiembre – Octubre: durante este tiempo se atienden las reclamaciones de vendimia y del funcionamiento de las Tarjetas de Viticultor, y se procesan los datos de producción de los viñedos inscritos plantados en el año 2009 que previamente habían sido visitados en campo por el Servicio Habilitado de Veedores, preparándose las correspondientes tarjetas para aquellos titulares que no poseen otros viñedos productivos. A las bodegas de criadores, almacenistas y cooperativas se les envían los impresos para la declaración de la cosecha y se emiten los listados para el aforo de la elaboración y de existencias de 234 cosecheros-elaboradores.

Noviembre – Diciembre: se comprobaron e informatizaron las 234 declaraciones de cosecha y elaboración presentadas por los viticultores-elaboradores, así como las 412 de las firmas (criadores, almacenistas y cooperativas), contrastando los datos reflejados en las mismas con los obtenidos por los Terminales de Vendimia que gestionan las entregas de uva con las Tarjetas de Viticultor.

Durante todo el año se informaron 959 solicitudes de plantación de viñedo en La Rioja, 78 en Álava y 229 en Navarra, presentadas en el Consejo Regulador por los servicios de viticultura de las tres Comunidades Autónomas.

Además de las actividades reseñadas, durante todo el año se atienden las consultas de los viticultores que se hacen personalmente en las oficinas del Consejo y las recibidas por vía telefónica, con mayor incidencia antes y durante la vendimia y durante el plazo de gestión de los rendimientos de viñedos de 2º año.



COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Actividades por departamentos

Objetivos y estrategias de comunicación

El Departamento de Marketing y Comunicación lleva a cabo la planificación, coordinación y gestión de las diferentes actividades de promoción que desarrolla el Consejo Regulador, tanto en el área de publicidad, como de prensa y relaciones públicas. Corresponde al Dpto. la planificación y ejecución tanto en el mercado nacional como internacional de campañas publicitarias y colaboración promocional con medios informativos, así como la creación y realización de iniciativas de diversa índole que contribuyan a la promoción de los vinos de Rioja, como el Premio Prestigio Rioja, la presentación de nuevas añadas, asistencia a ferias, organización de cursos de cata, colaboración con otras entidades implicadas en la promoción del vino, etc.

La relación permanente con los medios de comunicación a través del Gabinete de Prensa constituye también un elemento importante en la estrategia de comunicación del Consejo, emitiéndose a lo largo del año más de un centenar de notas de prensa, comunicados, informes, reportajes,

colaboraciones especiales, etc. y atendiendo de forma personalizada las numerosas demandas de información planteadas por los medios y periodistas especializados.

Otras actividades del Departamento son la edición de las diferentes publicaciones del Consejo (boletín informativo "CONSEJO" y Memoria anual de actividades, página en internet permanentemente actualizada y variado material promocional-informativo, que se reedita periódicamente debido a su gran demanda), la gestión de la Oficina de Información de

Vinos de Rioja, ubicada en el propio Consejo, y la atención a un gran número de personas, tanto españolas como extranjeras, que visitan la sede del Consejo. También se planifica y coordina la realización de estudios de mercado e imagen por parte de compañías especializadas, así como su difusión al sector.

El plan de actuaciones del Departamento en materia de comunicación está orientado fundamentalmente hacia la consecución de los objetivos definidos dentro de la estrategia general de comunicación aprobada por el Pleno del Consejo:

a) Proyectar a través de los medios de comunicación una imagen de calidad, diversidad e innovación de los vinos de Rioja, generando una corriente constante de información.

b) Incrementar el prestigio del vino de Rioja entre los consumidores, divulgando aquellas características que más resalten su singularidad.

c) Generar una imagen atractiva y moderna del vino Rioja acercándolo al consumidor joven y promoviendo iniciativas de 'consumo responsable'.

d) Consolidar la imagen de la Denominación como líder de la vitivinicultura española y del Consejo Regulador como entidad representativa de la misma, tanto fuera como dentro de su ámbito de actuación.

La difusión de los aspectos diferenciales de nuestra Denominación, desde la viticultura a la elaboración y comercialización de los vinos, se articula sobre conceptos claves como la nobleza y originalidad de sus variedades, la aptitud para el envejecimiento, las garantías de calidad que ofrece un riguroso sistema de control, la historia de la zona, su diversidad, su constante dinamismo y un inteligente equilibrio entre tradición y modernidad, todo lo que, en suma, contribuye a resaltar las singularidades del Rioja entre el resto de regiones vitivinícolas españolas y del mundo.

Promoción internacional

Campaña promocional en 8 mercados estratégicos para consolidar el crecimiento de las exportaciones

La D.O.Ca. Rioja invirtió 9,5 millones de euros en el desarrollo de la campaña promocional que llevó a cabo durante 2011 en los principales países consumidores de Rioja (España, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Suiza, Suecia, México y, por primera vez, China) con el objetivo de fortalecer el excelente posicionamiento alcanzado por los vinos de esta Denominación y consolidar así el record histórico de exportación conseguido en 2010. El desarrollo de los planes de promoción aprobados por el Pleno del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja ha supuesto dos tercios del presupuesto total de 13,8 millones de euros con que contó esta entidad para el año 2011.

El Consejo Regulador diseñó una estrategia global para todos los países en los que realiza la campaña de promoción. El principal objetivo que se persigue es potenciar y prestigiar la marca Rioja entre los consumidores finales, prescriptores, periodistas y profesionales del punto de venta. Igualmente, constituye un objetivo estratégico prioritario orientar las campañas a la consecución de una mayor presencia y visibilidad de Rioja en el punto de venta a través de promociones específicas.

Los conceptos clave que se transmiten a través de los mensajes de la campaña se centran en la gran calidad y diversidad de los vinos de Rioja, su innovación permanente junto al mantenimiento a lo largo del tiempo de su autenticidad, la variedad tempranillo como clave de su personalidad, la excelente relación calidad-precio, así como la tradición y prestigio de la región.

Por lo que se refiere a la cuantía de las inversiones por países, cabe destacar que los 3,3 millones de euros destinados a Estados Unidos acaparan el mayor porcentaje (33%) del presupuesto total, debido a que se considera el mercado con mayor potencial de crecimiento futuro. Al igual que en Estados Unidos, las inversiones promocionales que se han programado



La página web del Consejo (www.riojawine.com) se renovó en julio de 2011 unificando desde entonces las páginas web informativas que tenía en cada uno de los países en los que desarrolla la campaña de promoción.

para México (850.000 euros), Suiza (850.000 euros) y China (160.000 euros) cuentan con la cofinanciación de fondos OCM, dada su consideración de 'países terceros', por lo que la D.O.Ca. Rioja ha obtenido unos 2,5 millones de euros de dichos fondos para este fin.

España, que concentra el 70% de las ventas de Rioja, es el segundo país donde más se invirtió (1,9 millones de euros, un 20% del presupuesto total), mientras que el tercer lugar entre los países en que se realiza una mayor inversión promocional corresponde al Reino Unido, primer importador de vinos de Rioja con un 33% del total exportado. Los 1,3 millones de euros destinados a la campaña en este país representan el 14% del presupuesto total. En Alemania, con 480.000 euros, y Suecia, con 175.000 euros, se mantuvo la inversión de años anteriores.

Por último, China se incorporó este año por primera vez a las campañas de promoción de Rioja en el exterior con un presupuesto de 160.000 euros. El objetivo principal de la campaña es educar a los líderes de opinión y profesionales del comercio de vinos sobre las cualidades de los vinos de Rioja a través de eventos, seminarios y acciones directas al importador y al canal detallista.

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

ESTADOS UNIDOS

La campaña en Estados Unidos, que ha pasado a ocupar el tercer puesto del ranking de importadores de Rioja, se basó en una nueva estrategia que centró los esfuerzos en el punto de venta, destinándose el 75% del presupuesto a alimentación y el 25% a hostelería, con el objetivo de generar visibilidad de la marca Rioja en ambos canales e incrementar así las ventas de Rioja. Se ha trabajado en programas en el punto de venta con grandes cadenas de alimentación, potenciando entre otras iniciativas los viajes a Rioja de compradores, combinados con los viajes de periodistas que ya venían realizándose. Las acciones se han centrado en Nueva York, Florida, Chicago, California y Texas, como mercados prioritarios, ampliando la campaña a otros mercados secundarios. La campaña Vibrant Rioja 2011 ha combinado programas de relaciones públicas, patrocinios, publicidad, promociones para profesionales y consumidores y las actividades 'online'.

Rioja Grand Tasting' en Nueva York y San Francisco.- Tempranillo, la uva estandarte de Rioja, fue la protagonista durante la celebración del 'Rioja Grand Tasting', tercera edición del evento anual de Rioja en Estados Unidos dirigido a profesionales que en 2011 tuvieron lugar en San Francisco y en Nueva York, el 2 y el 5 de mayo respectivamente. En esta edición se ofreció a la prensa y a los profesionales del sector la oportunidad de catar más de 350 vinos de Rioja procedentes de 96 bodegas representadas por 70 importadores en el mayor escaparate de vinos de esta región en Estados Unidos. Alrededor de unos 250 profesionales participaron en San

Francisco y unos 400 profesionales en Nueva York .

Los seminarios dirigidos por el reconocido especialista de vino Marnie Old contaron con la participación de Cristina Forner, propietaria de la bodega Marques de Cáceres; Diego Pinilla enólogo de Bodegas Bilbaínas, y Rafael Vivanco enólogo y propietario de Bodegas Dinastía Vivanco. Para dar una visión del mercado local también participaron otros panelistas como Earl Jones, fundador de TAPAS y Paul Grieco, cofundador y director de vino de Hearth Restaurant y los bares Terroir Wine en New York. Los que no pudieron asistir al evento de Grand Tasting y al seminario de cata el 5 de mayo en Nueva York tuvieron la oportunidad de seguirlo en directo a través de la página web www.vibrantrioja.com/riojabuzz, siendo la primera vez que una región vinícola retransmite un evento de estas características realizado en el extranjero en directo utilizando las nuevas tecnologías.

Rioja 'viste' de rojo el Soho neoyorkino.- El evento "Spanish Soho Mile", celebrado el 1 de junio, permitió a los neoyorkinos disfrutar de los diseños y joyas de las firmas más representativas de la moda española con tiendas en las calles más de moda del Soho, así como degustar vinos de Rioja, que ha participado por primera vez como único vino que se ofrecía en las tiendas, decoradas con botellas de Rioja. A todos se les facilitaba un pañuelo rojo de diseño para convertir Nueva York en una marea roja. Este exclusivo Fashion Tour incluía 7 tiendas y un showroom (Mango, Agatha Ruiz de la Prada, Camper, Custo Barcelona, Jaime Mascaró, Tous y Tierra). La 'top model' internacional Almudena Fernandez fue la madrina del evento. Esta no es la primera vez que Rioja colabora con



Promoción internacional



la moda, ya que del 2007 a 2009 fue el vino tinto oficial y exclusivo de la semana de la moda en Nueva York "NY Fashion week".

Rioja y los hoteles InterContinental promueven la cultura del vino y tapas en Estados Unidos.-

En septiembre arrancó una alianza exclusiva de siete meses de duración entre los vinos de Rioja y el grupo de hoteles InterContinental, y que ha tenido como escenario los hoteles de la cadena en Miami, Baltimore, Boston, Nueva York, Houston, Atlanta y Puerto Rico. Vibrant Rioja e Intercontinental presentaron su acuerdo en Miami a través de un festival de vino y gastronomía durante la semana del 26 al 31 de Septiembre en honor a Rioja, coincidiendo con la época de vendimia. En Miami dio comienzo la alianza a través de una gran cata y un festival de tapas donde los huéspedes pudieron disfrutar de música española en directo y conocer más de cerca los vinos de la Denominación. Entre los asistentes se sorteó como premio un viaje a España con todos los gastos pagados incluyendo alojamiento en el hotel Intercontinental de Madrid y visita a la Denominación de Origen Rioja. Esta alianza ha nacido como respuesta a la creciente popularidad de las tapas y de los vinos por copas en Estados Unidos, así como por la demanda cada vez mayor de los consumidores por recibir recomendaciones de como maridar vino y gastronomía por personal cualificado. La colaboración ha incluido una selec-

ción de vinos de Rioja por copas y de menús maridados con botellas de vino de Rioja. El personal de la cadena ha recibido programas de educación en vino por parte de especialistas de la D.O.Ca. Rioja para incrementar la cultura del vino de Rioja entre sus clientes. En conjunto, la cadena opera con 200 hoteles y resorts en más de 75 países.

Programa de apoyo al 'trade'.- Lo que en 2010 fue un programa piloto, en 2011 se ha consolidado como uno de los pilares básicos de la campaña de Rioja en USA. A través de diversos programas dirigidos por la embajadora de marca, Ana Fabiano, y con el apoyo de 5 embajadores regionales, Rioja ha puesto en marcha más de 1000 eventos apoyando tanto a distribuidores como a cadenas y a minoristas, un 70% de alimentación y un 30% de hostelería. Promociones al consumidor final, publicidad regional, catas degustación, cenas maridajes, formación e incentivos para vendedores y gerentes y distribución de materiales merchandising son algunas de las acciones desarrolladas. Los mercados prioritarios donde se han llevado a cabo los programas son Nueva York, California, Florida y Chicago.

Patrocinio de 'Tempranillos al Mundo'.- Rioja patrocinó el concurso internacional de vinos 'Tempranillos al Mundo' que organiza la Federación Española de Asociaciones de Enólogos (FEAE) y que se celebró el 14 al 16 de noviembre en Nueva York con la participación de 418 vinos de 12 países. Además de conseguir 29 de las 55 medallas de oro que concedió el jurado, el vino 'Mirto' 2006 de la bodega riojana Ramón Bilbao se alzó finalmente con el Gran Premio del con-



COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



curso. El objetivo del concurso es mostrar la diversidad y la riqueza de la variedad tempranillo, para fomentar la calidad y mejorar el conocimiento de esta variedad que alcanza en Rioja su máxima expresión cualitativa. El jurado del concurso ha estado formado por 25 enólogos, periodistas y sumilleres, actuando como maestro de ceremonias Kevin Zraly, experto de vinos de renombre mundial para quien "la variedad Tempranillo produce algunos de los vinos más versátiles y de mejor combinación en la gastronomía". Los vinos elaborados con Tempranillo, sexta variedad de uva más cultivada en el mundo, son de gran calidad, bien equilibrados y aromáticos, de intenso color, con acidez y graduación medias, predominando a menudo su carácter carnosos y aromas y sabores de bayas, tabaco, vainilla, cuero y especias.

Campaña online.- Con el objetivo de llegar a un público joven (de entre 20 y 35 años) se lleva a cabo una campaña de publicidad online, tanto en revistas de estilo de vida como especializadas, apoyando la presencia en estos medios con las herramientas facebook y twitter que Rioja actualiza de manera permanente. La comunidad online de Rioja se ha incrementado en 2011 con 7.726 nuevos miembros en la base de datos y supera ya los 82.700 consumidores y amantes del vino a los que se les han enviado 11 'newsletter' con las últimas noticias de Rioja y de la campaña.

REINO UNIDO

Reino Unido es el primer importador de vinos de Rioja y en la campaña de 2011, como actividades más destacadas, se repitió el exitoso "Festival Tapas Fantásticas" en Londres, se promocionó el vino de Rioja en supermercados a través de sus portales de venta directa a sus clubs de fidelización y se patrocinó de la sala Club Elite en LIWF. Los vinos inscritos en la campaña de este año alcanzaron un nuevo récord de 244 vinos representando a 69 productores que suponen un aumento del 48% del número de inscripciones comparado con 2010. De los 244 vinos inscritos, 178 eran tintos, 38 eran blancos, y 19 eran rosados.

'Tapas Fantásticas'.- El vino Rioja y la gastronomía española fueron los protagonistas en la fiesta 'Rioja Tapas Fantásticas' que se celebró el fin de semana del 25 y 26 de junio en Londres al aire libre y con un marcado color español. Este popular festival que organiza el Consejo Regulador de Rioja reunió en su cuarta edición a 18.000 británicos en el Potters Fields, a los pies de la Torre de Londres. Los asistentes pudieron disfrutar de la calidad y diversidad de una amplia variedad de vinos rosados, blancos y tintos pertenecientes a 33 bodegas, todas ellas con el sello de prestigio de la D.O. Ca. Rioja. Para acompañar y apreciar estos vinos se degustaron las tapas más emblemáticas de nuestro país, elaboradas por algunos de los restaurantes españoles más importantes de Londres.

Los conocidos periodistas Olly Smith, presentador y catador de vinos de la BBC, y Susy Atkins, crítica de vinos del Sunday Telegraph, transmitieron al consumidor británico la cultura del vino de Rioja a través de seminarios y catas que mostraban la historia y producción de los vinos de Rioja. Por su parte, el prestigioso chef español José Pizarro mostró sus secretos de cocina mientras Olly Smith y Susy Atkins sugerían el mejor Rioja para cada una de sus recetas. El público, en su mayor parte joven y amante de la gastronomía, disfrutó del festival con música en vivo y también las familias se divertieron con las actividades y espectáculos dirigidos a los niños. Todo

Promoción internacional



En un acto celebrado en el marco de la feria London Wine, el presidente de la D.O. Ca. Rioja, Víctor Pascual, recogió el premio a 'Tapas Fantásticas' acompañado por Anna Noble, de la agencia de comunicación Phipps PR que ha desarrollado la campaña.

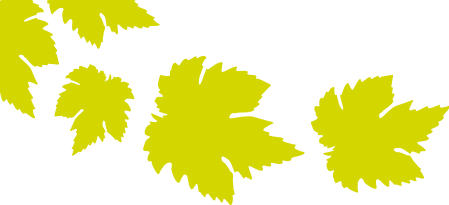


ello caracterizado por un ambiente festivo y muy español. El Festival 'Rioja Tapas Fantásticas' se ha convertido en un acontecimiento muy popular en Londres. En septiembre 2010 fue distinguido con el premio a la mejor campaña de promoción de vinos en Reino Unido en el International Wine Challenge, prestigioso concurso del sector vitivinícola. En mayo de 2011 también recibió el premio a la mejor campaña al consumidor final en Reino Unido otorgado por la prestigiosa revista Drink&Business. 'Rioja Tapas Fantásticas' es el evento más importante que la D.O. Ca. Rioja organiza en Reino Unido, donde casi 1 de cada 2 vinos españoles con Denominación de Origen vendidos son de Rioja.

Promociones 'online' en cadenas de alimentación.- Después del gran éxito alcanzado en 2010 con las promo-

ciones de Rioja en los portales de Internet de las cadenas, en 2011 se ha repetido la iniciativa en las cadenas de referencia de Reino Unido. Las promociones a través de internet son muy eficaces para trabajar con los minoristas de vinos más importantes, ya que la naturaleza integradora de las promociones 'online' permite incluir tantas bodegas de Rioja como sea posible y da la posibilidad de llegar a los consumidores de vino que realizan sus compras a través de este medio.

Rioja 'vino exclusivo' en el club elite de la London Wine.- La D. O. Calificada Rioja se promociona ante los principales compradores internacionales mediante el patrocinio del espacio más exclusivo de la London Wine Fair, la Sala Club Elite, una sala con acceso restringido a los compradores VIP de la feria en la que disponen de un espacio para reunio-



COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

nes, buffet y zona wifi. El Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja ofrece en este espacio tan exclusivo una amplia selección de vinos de la denominación a estos profesionales con el objetivo de mostrar la gran diversidad de estilos del vino de Rioja. En los diferentes soportes informativos de la feria se incluye un plano de situación realizado por el Consejo Regulador con la ubicación y listado de todas las bodegas de Rioja participantes con stand propio. Celebrada en Londres el mes de mayo, más de 400 compradores internacionales de primer nivel (50% del Reino Unido) acuden durante tres días a esta feria con el objetivo de descubrir las novedades del sector y concretar sus decisiones de compra. Asistió a este gran escaparate promocional una representación del Consejo Regulador, integrada por el presidente, Víctor Pascual Artacho, el director de Marketing, Ricardo Aguiriano, así como por varios vocales del Pleno.

Festival de restaurantes de Londres.- Rioja fue patrocinador oficial en el festival de restaurantes de Londres que se llevó a cabo las dos primeras semanas de octubre en la capital londinense. Hubo un stand de Rioja en los premios del festival, donde se sirvieron vinos de Rioja a unos 400 asistentes. Durante esas dos semanas, 5 restaurantes tuvieron un menú especial del Festival de Restaurantes maridado con vinos de Rioja, único vino oficial servido en los eventos de este festival. Además, Rioja colaboró con el London Restaurant Festival para desarrollar y lanzar el concepto Tapas Tour – una nueva actividad del festival que ofreció a los consumidores la oportunidad de recrear la costumbre española del tapeo en el Reino Unido. En colaboración con cinco de los bares de tapas más importantes de Londres se ofreció un menú de diferentes tapas españolas, todas maridadas con diferentes vinos de Rioja, ofreciendo a los consumidores la oportunidad de realizar un recorrido de tapas, yendo de un restaurante a otro, disfrutando de una tapa y un Rioja distintos en cada uno. En esta actividad participaron 300 jóvenes consumidores amantes de la gastronomía con un alto nivel de ingresos que cenar fuera de casa regularmente.

MÉXICO

México es uno de los dos países incorporados en 2009 a los planes de promoción internacional desarrollados por el Consejo Regulador con cofinanciación de fondos OCM. En 2010 se puso en marcha una ambiciosa campaña de publicidad dirigida al consumidor final a través de diferentes soportes, como vallas, televisión, revistas e internet, que siguió siendo en 2011 una de las acciones más significativas de los planes de promoción del vino de Rioja en México. Centrada en televisión, en canales de pago como BBC, History Channel y Sony, así como en vallas exteriores en México DF, bajo el eslogan 'Movido por Rioja', junto con 'Un Rioja no existe hasta que no lo pruebas', fueron de nuevo los pilares de la campaña de comunicación.

También se llevaron a cabo una serie de actividades de relaciones públicas dirigidas a la promoción del vino de Rioja en restaurantes y cadenas de alimentación. Destaca el acuerdo con la Asociación Mexicana de Restaurantes, la AMR, para promocionar los vinos en los más de 250 restaurantes adscritos a esta asociación. La AMR comunicó la campaña de promoción 'México movido por Rioja' en los diferentes espacios acordados organizados por ellos: cursos de capacitación, activaciones en centros de consumo, eventos especiales organizados por cada restaurante y juntas de Consejo. AMR ha apoyado en la difusión entre sus Socios de los diferentes productos de los importadores que colaboran con Rioja y sus eventos en México para su elección y compra en los diferentes eventos especiales que se realizan a lo largo del año y en su incorporación al menú de vinos. Por último, Rioja participó en varias de las ferias más importantes de México, como Morelia en Boca y Expoalimentaria, con el objetivo de acercar la cultura de los vinos de Rioja a los consumidores y profesionales del sector. El Consejo Regulador cuenta con Deby Béard, una de las personalidades más influyentes en el mundo del vino en México, como portavoz y embajadora del Vino de Rioja en este mercado.

SUECIA

En Suecia, quinto importador de Rioja, la campaña 2011 mantuvo las iniciativas de años anteriores, como la presencia en la ceremonia de los Premios Nobel, el concurso sumiller Rioja, o los seminarios dirigidos a los profesionales de la hostelería y consumidores. Además del Centro de Información del Rioja, que presta apoyo a importadores y distribuidores de Rioja y se dirige fundamentalmente a gerentes de restaurantes, periodistas y sumilleres, a través de la web de Rioja www.rioja-janu.com se desarrollan acciones de marketing relacional con los periodistas y profesionales de vino y gastronomía suecos, con los que, al igual que en otros países, se organizan viajes a Rioja.

Fiesta de los Premios Nobel. Los más de 1.500 invitados, entre premiados, estudiantes, políticos y personalidades de la industria y cultura sueca que asistieron en diciembre a la cena oficial y gala final de los Premios Nobel tuvieron ocasión de celebrar el acontecimiento brindando con vino de Rioja, el vino exclusivo de la denominada la 'Nobel Night Cap'. Los sumilleres de la escuela de sumillería Restaurangakademien, la más prestigiosa de Suecia, fueron los encargados de ofrecer para su degustación e informar a los asistentes sobre las características de la amplia selección de marcas de Rioja que representaron a la Denominación de Origen y que han aportado voluntariamente los respectivos importadores. Este año la 'Nobel Night Cap', cuya celebración rota entre las 4 universidades principales de Estocolmo, tuvo como escenario la Stockholm University, que eligió como temática de la fiesta el siglo 18, recreándose el ambiente de este siglo a través de la música y la gastronomía. Además de su presencia como vino oficial en la cena y en la fiesta posterior, Rioja fue también el vino exclusivo en el 'Rioja wine bar' de la sala VIP, reservada solo para los premiados, representantes políticos y personalidades más relevantes. La presencia en exclusiva de Rioja en el evento más relevante que se celebra en Suecia refleja el excelente posicionamiento que tienen los vinos de Rioja en este país.



Fiesta de los Premios Nobel.



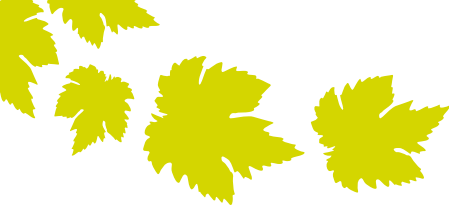
Rioja en la London Wine Fair.



Viajes a Rioja: En abril visitaron la D.O.Ca. Rioja una representación de periodistas mexicanos y un selecto grupo formado por el presidente

de la Asociación Mexicana de Restaurantes y dueño del restaurante Buena Fe, Francisco Mijares; el presidente del Consejo de Administración del grupo Mr. Sushi, Francisco Unzueta, y su director de desarrollo y franquicias, Jorge Aubry; la directora del Colegio Superior de Gastronomía, Esmeralda Chalita; el director del restaurante Brasserie Lipp, Jorge Durán y la sumiller Claudia Ibarra. Estos viajes se utilizan como una de las vías más efectivas dirigidas a los agentes 'clave' en el mercado objetivo que, conociendo de primera mano la región, los valores de la tierra y las bodegas, podrán después interpretar mejor la campaña promocional en su país a la vez que se busca su mayor implicación en la misma.





Del 5 al 8 de mayo un grupo de periodistas de los medios más relevantes del mercado suizo visitó Rioja invitados por la D.O.Ca.



Premio Rioja para Sumilleres.- La cuarta edición del Premio Rioja para Sumilleres se celebró el 11 de noviembre en el elegante hotel restaurante salón Hotellet y la Universidad Grythttan se proclamó campeona por segunda vez. El Premio Rioja para Sumilleres se ha convertido en una tradición entre las escuelas concursantes, que lo consideran uno de los acontecimientos destacados del año. Casi 100 personas asistieron al concurso, que también fue transmitida en directo a través de Facebook y Twitter, y disfrutaron de la competición mientras cataban 19 vinos de Rioja diferentes.

SUIZA

Suiza ha sido tradicionalmente uno de los mejores mercados de Rioja (tercer-cuarto puesto entre los importadores) y se incorporó a los planes de promoción internacional en 2009, al igual que México. El eslogan 'Tocado por Rioja' volvió a ser el eje de la campaña de publicidad de Rioja en Suiza durante 2011, que tuvo como soporte las revistas especializadas e Internet. También se han celebrado eventos de relaciones públicas como el celebrado en el club Plaza de Zurich a manos de David Schwarzwälder que se diseñó como una exposición de la gran variedad de vinos Rioja de vanguardia que aúnan valor y buena relación calidad-precio, para consumidores urbanos y de menor edad. También se han realizado promociones en el punto de venta.

Por tercer año consecutivo, Rioja ha vuelto a contar con un barco propio en la feria Expovina, que se celebra en el lago de Zurich y a donde acuden más de 70.000 visitantes a lo largo de sus dos semanas de duración. Cuenta con más de 170 expositores y es una de las ferias de referencia de la zona francogermana. Este año, se ha batido un récord en cuanto al nº de visitantes y también en cuanto a la colaboración de los importadores y bodegas con el barco de DOCa Rioja, con más de 1.000 botellas de vino donadas para ser degustadas

a bordo del barco por las 8.400 personas que se estima visitaron el barco.

ALEMANIA

Rioja goza de un gran reconocimiento de marca en Alemania y el objetivo del plan de marketing del Consejo es dar a conocer la amplia gama de vinos y estilos que presenta Rioja, así como reforzar el conocimiento de las diferentes categorías de vinos criados en barrica. Al igual que en los otros países, se dispone de un Centro de Información de Rioja y se concede gran relevancia a la figura del sumiller como prescriptor. El plan incluye la organización de viajes de prensa a Rioja, edición de newsletter para profesionales del sector y diverso material informativo para consumidores, así como una revista digital de Rioja que cuenta con la colaboración de varios periodistas.

En Alemania, segundo mayor importador de Rioja, destacan las actividades promocionales organizadas con los restaurantes y tiendas especializadas, como la 'Rioja Gourmet Cup' y las ferias de consumidor final 'Eat & Style'. En 2011 dichas actividades se extendieron también a los supermercados. La participación en ferias gastronómicas es una actividad interesante para dirigirse a consumidores de alto poder adquisitivo, exigentes y amantes de la gastronomía, por lo que Rioja repitió su presencia en estos acontecimientos que se han consolidado ya como un referente del mundo gastronómico en Alemania. En 2011 Rioja participó en 'Eat & Style' de Colonia (4 al 6 de noviembre) y la de Stuttgart (18 al 20 noviembre). En estas ferias se organizan seminarios de Rioja para consumidores finales impartidos por los prescriptores Jürgen Mathaes y David Schwarzwälder. En Colonia y en Stuttgart, alrededor de 30.000 y 160.000 visitantes respectivamente, tuvieron la oportunidad de degustar en el stand de la D.O.Ca. Rioja una amplia selección de vinos, desde los más tradicionales a los más vanguardistas de la Denominación.

Promoción internacional

Rioja Gourmet Cup.- La Copa Rioja Gourmet es un concurso para restaurantes que se lleva a cabo durante el mes de octubre desde hace cinco años en 8 regiones germanas con una participación 30 restaurantes en 2011. El concurso dura dos semanas y la labor de los restaurantes es crear y ofrecer a sus clientes durante ese tiempo un menú que maride perfectamente con los vinos de Rioja. Los comensales califican el maridaje en unas fichas especiales que participan en un concurso para seleccionar un ganador por cada región, así como un ganador nacional. El restaurante 'Der Bonner Hof Bienvenidos', situado en la región del Ruhr, consiguió una vez más la mejor calificación media, convirtiéndose en el primer restaurante en ser elegido ganador regional y nacional dos años consecutivos. Con esta iniciativa se aumenta la presencia de Rioja en las cartas de vinos, se gana en notoriedad y se alinea con la alta gastronomía.

CHINA

El Consejo Regulador presentó en China la campaña de promoción que se va a desarrollar en los próximos 3 años con un presupuesto de 1,5 millones de euros y un programa integrado por participación en ferias y eventos vinícolas, visitas a la Denominación de prescriptores de opinión, cenas maridaje en restaurantes, promociones en puntos de venta, página web en chino, publicidad en Internet y revistas especializadas, catas y seminarios en diversas ciudades para conseguir una mayor penetración de mercado y patrocinios de eventos entre otras actividades. Con motivo de la celebración en Hong Kong y Shanghai del Salón de Vinos de España, en el que participaron 23 bodegas de Rioja junto a otras 50 de toda España, el presidente del Consejo, Víctor Pascual, ofreció una rueda de prensa y mantuvo un almuerzo con medios de comunicación especializados en vino y gastronomía. Por otra parte mantuvo entrevistas individuales con varios de estos medios, como la revista Decanter China. Víctor Pascual destacó que "el mercado chino es estratégico para la D.O.Ca. Rioja". "Un mayor conocimiento y presencia de nuestros vinos, buque insignia de

los vinos de calidad, actuará como locomotora del conjunto de Denominaciones españolas".

Feria Interwine.- Durante los días 8 a 10 de noviembre, la D.O.Ca. Rioja participó en la feria Interwine de la ciudad sureña de Guangzhou con un stand institucional de 54m2. Se invitó a participar a los importadores chinos de las bodegas riojanas que participaron en el stand representando a 17 bodegas riojanas.

Colaboración con bancos chinos.- Durante los días 12 y 13 de diciembre, tuvieron lugar las cenas anuales que el banco Hangzhou Industrial & Commercial Trust (socio de Morgan Stanley) ofreció para sus clientes de banca privada. Estas cenas fueron patrocinadas por la campaña de la D.O.Ca. Rioja, que puso el vino para las mismas y desplazó a dos representantes que participaron en las cenas y presentaron los vinos y la D.O.Ca. Rioja.

Cena maridaje.- Se organizó una cena de maridaje de comida china con vino de Rioja, que tuvo lugar en el Hotel Península de Shanghai el 16 de diciembre a la que se invitó a los más influyentes expertos y educadores de vino de Shanghai, además de algunos periodistas especializados. Los expertos que participaron en la cena tienen muchos seguidores en China, de modo que se consiguió un gran número de impactos indirectos a través de sus blogs.





Ferrán Adrià presenta 'elBullifoundation' en Madrid Fusión con el patrocinio de Rioja

La presentación que Ferrán Adrià hizo en Madrid Fusión de su nuevo proyecto 'elBullifoundation' respondió con creces a la gran expectación que había despertado el anuncio sobre el futuro de su famoso restaurante, que cerrará sus puertas al público este año para convertirse en fundación dedicada a la investigación gastronómica, cuya apertura se prevé para 2014. El que sin duda es reconocido como mejor y más creativo cocinero del mundo contó para esta presentación con el apoyo de Rioja, la D.O. referente de los vinos españoles en el ámbito internacional y que camina de la mano de la alta gastronomía en la proyección hacia el exterior de una imagen innovadora y de calidad de España y sus productos. La D.O. Calificada Rioja pretende con este apoyo a Madrid Fusión reconocer la favorable influencia que está ejerciendo el éxito de la gastronomía española en todo el mundo sobre la promoción de los vinos españoles en general y el Rioja en particular.

Rioja homenajea la figura de los exportadores

En un marco histórico y arquitectónico tan monumental como el que ofrece la localidad riojana de Briones, de inequívoco sabor medieval, se ha celebrado la tercera edición del 'Homenaje a Personalidades Ilustres del Vino de Rioja', que este año han protagonizado tres figuras claves en el desarrollo de las exportaciones del vino de Rioja durante el último tercio del siglo XX. Como reconoció el Presidente del Consejo Regulador, "con su trabajo, empeño y visión profesional, Josette Cordier, José Luis Santaolalla y Alex Mendiola han contribuido



a reforzar el liderazgo de la marca Rioja en los principales países consumidores". El acto de homenaje, organizado conjuntamente por el Consejo Regulador de la D.O. Calificada Rioja y el portal temático lomejordelvinoderioja.com, con la colaboración del Ayuntamiento de Briones, contó también con las intervenciones del presidente de La Rioja, Pedro Sanz, y la alcaldesa de la localidad, M^a Carmen Ruiz, así como con la asistencia de autoridades autonómicas y una amplia representación de las organizaciones del sector vitivinícola riojano.

El objetivo fijado en 2011 con la iniciativa fue tributar el reconocimiento que merece la figura de los exportadores, magníficamente representada por las tres personalidades elegidas para ello y que ejemplifican lo que ha significado el factor humano en la evolución histórica de la Denominación y la vocación comercial que siempre la ha impulsado hacia los mercados. Como señaló en su intervención Víctor Pascual, presidente del Consejo, "Josette Cordier, José Luis Santaolalla y Alex Mendiola tuvieron una destacada participación en el desarrollo de nuestra comercialización, abriendo fronteras en unos mercados que hoy son estratégicos para nosotros y sin los cuales no se entendería nuestro actual modelo de denominación, basado en decisiones tan trascendentes como la de vender todos nuestros vinos embotellados en origen". "Con ellos como actores fundamentales en aquella transformación, nuestros vinos pasaron del granel al embotellado, aportando valor añadido a nuestra región y asentando el actual prestigio de la marca Rioja en todo el mundo. Sin duda hoy tenemos ante nosotros tres ilustres personalidades que representan a la perfección esa visión de futuro de la que han venido haciendo gala las gentes del Rioja y sin cuya aportación no hubiera sido posible que Rioja sea hoy la referencia obligada de los vinos españoles en el mundo".

Josette Cordier, José Luis Santaolalla y Alex Mendiola, que

Actividades promocionales en España

desarrollaron su actividad profesional en Bodegas AGE, Bodegas Faustino y Bodegas Campo Viejo respectivamente, se han sumado así a las 'Personalidades Ilustres del Vino de Rioja' homenajeadas en los dos años anteriores: Los enólogos Ezequiel García y Gonzalo Ortiz; Marcelo Frías, ex presidente de Bodegas Riojanas ya fallecido; el conocido bodeguero Pedro López de Heredia y el viticultor Horacio Frías, fundador de la Cooperativa Santa Daría de Cenicero; y por último, Enrique Forner, fundador de Marqués de Cáceres, a cuya figura se dedicó un emotivo recuerdo al coincidir su fallecimiento con el día de la celebración del homenaje el pasado 21 de julio en Briones.

Distinción 'Amigo de Rioja'

El Consejo Regulador entregó la distinción 'Amigo del Rioja' al General Juan Jesús Leza Benito y al profesional de la distribución Juan Lara Acedo, dos personalidades muy vinculadas a la D.O. Ca. Rioja por diferentes motivos. El acto tuvo lugar en Málaga el 7 de noviembre, con motivo de la celebración del 'Salón de Novedades de los Vinos de Rioja'. Juan Lara Acedo comenzó a principios de los años sesenta su vinculación con prestigiosas marcas de Rioja, a las que consiguió abrir un gran mercado en la hostelería de la zona, participando de lleno en el desarrollo propiciado por el boom turístico de los años setenta, hasta conseguir que el vino de

Rioja tenga hoy en Andalucía el puesto de privilegio que ocupa, con una cuota de mercado superior al 50% de los vinos de calidad. El Consejo Regulador ha querido también simbolizar el homenaje a los riojanos que, fuera de su tierra, ejercen de grandes embajadores de los vinos de Rioja allí donde van, con la entrega del distintivo "Amigo del Rioja" al General Juan Jesús Leza Benito, quien se encuentra al mando de la Brigada de la Legión 'Rey Alfonso XIII', con sede en Almería. El General Juan Jesús Leza es sin duda uno de los más destacados embajadores de su región, tanto por su brillante trayectoria profesional en el Ejército, como porque este hijo de viticultores de la pequeña localidad riojana de Uruñuela tiene siempre a gala defender con orgullo el fruto más preciado de su tierra, el vino de Rioja.



El presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual, entregó a Juan Jesús Leza y Juan Lara el distintivo "Amigo del Rioja".

Un libro y un rioja: el placer de la cultura'

La Asociación de Librerías de La Rioja ha organizado la decimoquinta edición de la campaña 'Un libro y un rioja: el placer de la cultura', iniciativa pionera en España con la que se conmemora el 'Día del Libro' en La Rioja y que tiene la singularidad de vincular esta celebración a la cultura del vino. Durante la semana del 18 al 23 de abril de 2011 los libreros riojanos obsequiaron a los compradores de un libro con un botellín de vino de Rioja de crianza de 185 cl. vestido con una etiqueta conmemorativa. Para el diseño de la etiqueta del botellín de vino el Consejo Regulador convocó en marzo un concurso entre los alumnos de la Escuela Superior de Diseño de Logroño. El ganador del primer premio, dotado con 400 euros, fue Jaime García López con la obra titulada 'Descorcha la cultura'. El jurado decidió otorgar además un accésit de 100 euros a Gonzalo Díaz del Río por su obra 'Descorcha la cultura' y a Álvaro Paniego Valdivieso por su obra 'Libro abierto'.





Los profesionales de la hostelería cántabra respondieron masivamente a la convocatoria del vino de Rioja, que goza de una posición privilegiada en esta Comunidad, a la que le unen estrechos lazos históricos.



Las características que definen y diferencian a Rioja de otros vinos -innovación, diversidad y relación calidad-precio- junto al equilibrio que bodegueros y agricultores han sabido mantener entre la tradición -que preserva la identidad y diferenciación de sus vinos- y la adaptación a las demandas del mercado, han convertido al vino de Rioja en un valor seguro para el consumidor.

Rioja presenta su espectacular e innovadora oferta en el 'Salón de Novedades de los Vinos de Rioja 2011'

Madrid, Málaga y Santander fueron escenarios de la celebración del 'Salón de Novedades de los Vinos de Rioja', organizado por el Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja y en el que se presentaron 250 vinos de un centenar de bodegas de la Denominación a los profesionales de la hostelería y restauración, comercio especializado, grandes superficies, distribución, prensa y prescriptores. El Salón ofreció a los asistentes la espectacular gama de vinos de alta calidad que solo Rioja es capaz de ofrecer cada año al mercado gracias a la gran capacidad innovadora de esta Denominación.

En el Salón de Novedades de Rioja se pudieron degustar los vinos que aparecieron en el mercado durante 2011 en las diferentes categorías y añadas, tanto de las tres añadas que han alcanzado las respectivas categorías de envejecimiento durante el último año (2008 en Crianza, 2007 en Reserva y 2005 en Gran Reserva) como de añadas anteriores, según el estilo de cada bodega. También se incluye un apartado para otro tipo de vinos sin certificación de la categoría, presentados con contraetiqueta de Garantía de Origen. Con la presentación de las nuevas añadas se pretende facilitar una mejor valoración de la evolución y la calidad de los vinos

de mayor prestigio, los vinos criados en barrica, que son la principal seña de identidad de Rioja entre los consumidores.

Esta amplia muestra que ofrece el Salón de Novedades permite a los profesionales descubrir los valores actuales de Rioja, su gran diversidad de estilos, su calidad y su innovación, características que, junto al equilibrio que bodegueros y agricultores han sabido mantener entre la tradición y la adaptación a las demandas del mercado, han convertido al vino de Rioja en un valor seguro para el consumidor en





El Hotel Westin Palace de Madrid acogió el 14 de noviembre la celebración del 'Salón de Novedades de Rioja'. En la fotografía (de i. a d.): la directora general de Industria y Mercados Alimentarios, Isabel Bombal Díaz; la directora Promoción P. Agroalimentarios del ICEX, Rocío Alberdi; el consejero de Agricultura de La Rioja, Iñigo Nagore; el secretario general de Medio Rural, Eduardo Tamarit Pradas; el presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual Artacho, y la presentadora de TVE, Concha Crespo.



El Consejo Regulador presentó el 24 de octubre en el Hotel Real de Santander las nuevas añadas de Rioja. En la fotografía, junto al Presidente del Consejo, la concejal de Turismo del Ayuntamiento de Santander, Gema Igual, y el presidente de la Asociación de Hostelería, Pedro Vega.

estos tiempos de crisis y una marca referente entre las cinco zonas vinícolas del mundo con mayor notoriedad. Además de elaborar vinos modernos, que aportan un estilo acorde con las nuevas tendencias, los vinos clásicos de Rioja -con cualidades únicas para el envejecimiento- son admirados por los consumidores de todo el mundo y críticos de prestigio internacional como Isaac Asimov (The New York Times), Jay Miller (The Wine Advocate) o José Peñín (Guía Peñín).

En definitiva, el 'Salón de Novedades de los vinos de Rioja 2011' contó con una amplia representación de los "mil y un vinos, mil y un aciertos" que ofrece al mercado esta Denominación, como dice su actual campaña promocional. "Esa diversidad de vinos que Rioja ofrece actualmente

–afirmó el presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual en la presentación-, con los vinos criados en bodega como punta de lanza, su excelente relación calidad-precio, así como la seguridad que proporciona a los consumidores, han sido las claves que han permitido a esta Denominación de Origen ganar cuota de mercado en estos momentos de crisis económica y consolidar su liderazgo indiscutible entre los vinos españoles, tanto dentro del mercado nacional como en la exportación". La cada vez más sólida proyección del vino de Rioja en los principales mercados internacionales ha sido confirmada por un estudio de 'Wine Intelligence', que sitúa a esta Denominación como líder del ranking mundial de conversión del conocimiento de marca en ventas, superando a regiones como Burdeos, Borgoña o Chianti.

"Como no podía ser de otra manera, dentro del contexto general de crisis económica, atravesamos idénticas dificultades a las del resto del sector. Pero Rioja está demostrando que su modelo de Denominación le ha permitido afrontar con relativo éxito una situación tan adversa. Desde su contrastada experiencia, su dinamismo, capacidad innovadora y visión de futuro –concluyó Víctor Pascual-, nuestra Denominación constituye sin duda un marco de referencia para el conjunto de la vitivinicultura española a la hora de definir las líneas estratégicas de futuro del negocio del vino".



El Hotel Barceló de Málaga acogió el lunes, 7 de noviembre, el 'Salón de Novedades de los Vinos de Rioja', contando con una masiva asistencia de profesionales de la hostelería de la Costa del Sol. La importancia de Andalucía para los vinos de Rioja la evidencia el hecho de que se haya convertido en su segundo mercado tras el área Norte. De acuerdo con los estudios realizados por la consultora Nielsen, Andalucía concentra más del 15% de las ventas de Rioja en el mercado español, lo que situaría en cerca de 40 millones las botellas de Rioja que se beben en Andalucía anualmente. Mientras la participación de Rioja en el mercado total de vinos con D.O. en España se sitúa en torno al 40%, en Andalucía esta participación de Rioja alcanza el 50%. Y en la hostelería esta participación llega nada menos que al 59%. Es decir, actualmente, seis de cada diez botellas de vino con Denominación de Origen que se consumen en la hostelería andaluza son de vino de Rioja.

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



Pau Gasol recibe el XVI Premio Prestigio Rioja

Pau Gasol recibió en Logroño el XVI Premio Prestigio Rioja, unánimemente concedido por el jurado del Premio por considerarle ejemplo de una vocación dedicada a la excelencia en la cancha de baloncesto, pero que también ha conseguido ganar partidos más allá de dichas canchas gracias a su encomiable espíritu altruista con los más necesitados. Así se ha convertido en un gran embajador de los valores de nuestro país en el mundo, como el vino de Rioja lo es respecto al conjunto de los vinos españoles.

"Para mí es un auténtico orgullo y honor recibir este premio de tanto prestigio", afirmó Pau Gasol en el acto de entrega. "Cuando he visto la lista de premiados, que han sido y son referentes no solamente en España sino en el mundo, me he sentido más encantado de haber tenido la oportunidad de pasar unos días en esta Comunidad que tiene tanto que ofrecer. He podido degustar grandes experiencias, no solo de

vino, y estoy maravillado de la hospitalidad y el trato que me han dado. Me voy con ganas de volver".

Gasol no solo es uno de los deportistas españoles más laureados y con mayor proyección internacional, sino que también es embajador de Unicef España desde 2003, lo que le convierte en un ejemplo a seguir para miles de jóvenes en todo el mundo, especialmente en esta época tan necesitada de referentes en el terreno de los valores humanos, como destacó en su intervención la académica Carmen Iglesias, miembro del Jurado del Premio. Su labor altruista se ha concretado con la puesta en marcha de la iniciativa denominada 'El proyecto de Pau', cuyos principales objetivos son conseguir que cada vez más niños puedan ir a la escuela y luchar contra la desnutrición en África. Este año 2011, ante la grave situación que viven los niños afectados por la crisis humanitaria en los cuatro países que conforman el denominado 'Cuerno de África', Pau Gasol

Actividades promocionales en España

decidió orientar su iniciativa a conseguir más apoyos en la lucha contra la hambruna. Como dijo el 22 de agosto de 2011 en la presentación de esta nueva acción, “no podemos quedarnos de brazos cruzados ante esta situación”.

Campaña ‘el Rioja solidario con el Proyecto de Pau’

Con motivo de la entrega del Premio, y en respuesta a esa demanda de solidaridad lanzada por Pau, el presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual, anunció la puesta en marcha de la campaña ‘el Rioja solidario con el Proyecto de Pau’, cuyo objetivo es recaudar fondos para apoyar desde la Denominación de Origen Calificada Rioja ese gran proyecto solidario con la población de esos cuatro países de África en situación de emergencia humanitaria. El Consejo Regulador abrió una cuenta bancaria para que todos los integrantes de la sociedad riojana dieran muestra una vez más de la generosidad que caracteriza a las gentes de esta región y pudieran realizar su aportación hasta el 31 de diciembre a esta causa benéfica dedicada a contribuir al trabajo de UNICEF para combatir la hambruna en el Cuerno de África.

“Aunque nos lo pongas difícil, intentaremos ‘dar la talla’ y estar a tu altura, al menos en generosidad”, aseguró a Pau el Presidente del Consejo tras felicitarle tanto por sus éxitos deportivos como por su talante humanitario y agradecerle su aceptación del Premio, “que pretende contribuir a fomentar en nuestra sociedad la percepción del vino como alimento saludable, dentro de unas pautas de consumo moderado y responsable, algo que incluso le hace recomendable en el ámbito deportivo”. “En este sentido, los deportistas de élite como tu, Pau, sois todo un referente para la juventud, a la que debemos acercar esos hábitos tan saludables propios de nuestro estilo de vida y de nuestra cultura, en la que el vino es un producto emblemático”, concluyó Víctor Pascual.

El baloncestista se considera un gran (2,15 m.) enamorado de la gastronomía, la cual no puede concebir sin un buen vino. Así lo resaltó el presidente de la Real Academia de



Gastronomía y Jurado del Premio, Rafael Ansón, para quien Pau Gasol, aun siendo el premiado más joven, es un auténtico ‘Gran Reserva’, apreciación con la que coincidió el presidente de La Rioja, Pedro Sanz, en su discurso de clausura del acto. “Han sido 31 años de magnífica evolución, en nuestro territorio y por todo el mundo –dijo Rafael Ansón–, paseando con orgullo todos los logros deportivos y acompañándolos con su carácter humanitario, en una feliz coincidencia con la intención de este Premio, cual es mostrar y prestigiar por el mundo el ámbito cultural y las formas de vida de aquellos pueblos en los que viñedo y vino forman parte de su ser y de su historia”.

Pau Gasol corroboró su aprecio por los buenos vinos e incluso su afición incipiente por conocer su cultura, valorando con gran satisfacción su experiencia en Rioja: “He vivido la vendimia en diferentes bodegas, conociendo de primera mano lo que realmente cuesta hacer un buen vino, desde la recogida de la uva en la viña, hasta el embotellado. No era consciente de todos los pasos que debe seguir la uva hasta llegar a formar parte de un Crianza, Reserva o Gran Reserva. Ha sido

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



El Premio Prestigio Rioja

El Premio Prestigio Rioja es una iniciativa pionera en la identificación vino y cultura que a lo largo de sus 16 ediciones ha recibido el respaldo de ilustres personalidades de las letras, la música, el arte, la ciencia, la empresa y el deporte, gracias al cual el Premio ha contribuido a fomentar en nuestra sociedad la percepción del vino como alimento tradicional, lúdico, culto y, sobre todo, muy saludable. En las quince ediciones precedentes han recibido este galardón Theresa Zabell, Sara Baras, Ana Patricia Botín, Carlos Sáinz, Antonio Banderas, Alejandro Sanz, Pedro Duque, Cristóbal Halffter, Isidoro Álvarez, Valentín Fuster, Plácido Domingo, Eduardo Chillida, Mario Vargas Llosa, Francisco J. Ayala y Federico Mayor Zaragoza. El Premio Prestigio Rioja cuenta igualmente con la colaboración desinteresada de un jurado integrado por siete relevantes personalidades: Adrián Piera, Antonio Mingote, Carmen Iglesias, Eduardo Arroyo, M^{ra} Teresa Álvarez, Rafael Ansón y Luis Cabanas, a los que se suma el presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual.

Brindis con los miembros del jurado, Rafael Ansón y Carmen Iglesias y el presidente del Gobierno de La Rioja, Pedro Sanz, y el presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual.

muy interesante y enriquecedor poder conocer a diferentes bodegueros y aprender, porque es un mundo realmente apasionante, y a mí me atrae todo lo que se crea con trabajo, con paciencia y con técnica". Pau expresó su deseo de repetir la experiencia y disponer de más tiempo "para pasear por los pueblos pequeños, que al ser tan distintos a donde vivo habitualmente me atraen mucho, y ver la belleza que hay en las iglesias, en los castillos..., hay muchas cosas interesantes para disfrutar en Rioja".



El subdirector general de La Caixa y jinete, Luis Cabanas, se ha incorporado al Jurado Permanente del Premio Prestigio Rioja en la reunión celebrada el pasado 3 de mayo en el restaurante Zalacaín de Madrid.

Actividades promocionales en España

La D.O. Ca. Rioja se adhiere al programa europeo 'Vino con Moderación'

El Consejo Regulador suscribió el convenio de adhesión de la D.O. Ca. Rioja al programa europeo 'Vino con Moderación – Arte de Vivir', una iniciativa del sector vitivinícola europeo cuyo objetivo es promover la moderación y la responsabilidad en el consumo de vino y contribuir a la prevención del consumo excesivo o indebido de bebidas alcohólicas en Europa. El acuerdo para adherirse a este programa fue adoptado unánimemente por el Pleno del Consejo Regulador ante la preocupación existente en el sector vitivinícola riojano por la continuada caída del consumo de vino en nuestro país, así como por la inclusión indiscriminada que se hace de este producto natural y saludable en las campañas antialcohólicas.

Así lo manifestó el presidente del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja, Víctor Pascual Artacho, en la firma del convenio de adhesión, que también suscribieron los representantes de las dos entidades responsables de la implantación de la iniciativa en España: el presidente de la Federación Española del Vino (FEV), Félix Solís, y el secretario general de la Fundación para la Investigación del Vino y Nutrición (FIVIN), Domingo Valiente. La adhesión a este programa europeo supone para el Consejo Regulador asumir el compromiso de difundir el mensaje 'Wine in Moderation – Art de Vivre' en todas las actividades promocionales que desarrolla en diferentes países, además de cumplir con el Código de Autorregulación del Vino en materia de Publicidad y Comunicaciones Comerciales.

Las actividades de 'Wine in Moderation – Art de Vivre', como señalaron los responsables de la Federación Española del Vino y la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición, comprenden tres grandes ámbitos de actuación: la investigación y la divulgación científica; la coordinación y ejecución de acciones formativas y educativas que fomenten el consumo moderado del vino, en relación con sus efectos beneficiosos sobre la salud como alimento fundamental en la dieta mediterránea; y la autorregulación de la industria vinícola en materia de publicidad y comunicaciones comerciales. El

programa se enmarca dentro del Foro de la Comisión Europea sobre Alcohol y Salud como parte de la estrategia de la Unión Europea para apoyar a los Estados miembros a reducir los daños relacionados con el alcohol y está impulsado por las principales organizaciones sectoriales de bodegas y viticultores. Al asumir el liderazgo a la hora de comunicar sobre la moderación y la responsabilidad en el consumo de vino como norma cultural, el sector del vino contribuye a impedir el abuso y el uso indebido de alcohol, dándoles a jóvenes y adultos la posibilidad de tomar decisiones responsables.



PROMOCIONES EN PUNTO DE VENTA

El vino de Rioja más cerca de los consumidores

Lavinia.- El Consejo Regulador suscribió un acuerdo con Lavinia para celebrar una promoción de Rioja en la tienda que esta importante vinoteca tiene en Madrid en Ortega y Gasset. Los expertos que están al frente de Lavinia asesoraron a sus clientes sobre la calidad, elegancia y diversidad de los vinos riojanos desde el 9 Septiembre al 21 de Octubre. Rioja pretende transmitir así al consumidor que la elección de sus vinos es un valor seguro, tanto por la calidad de los mismos como por los diferentes estilos que elabora. Participaron 51 vinos de 45 bodegas de la D.O., se decoró tanto el interior como exterior de las tiendas con la imagen de Rioja y se editó un folleto

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



El Consejo Regulador suscribió un acuerdo promocional con Lavinia.



En mayo visitaron Rioja dos importantes grupos de compradores del mercado americano.



El grupo de periodistas que visitó Rioja en mayo de 2011 procedía de la costa oeste de Estados Unidos y pertenecía a medios de gran influencia como Los Angeles Times, Bon Appetit, San Jose Mercury News, New York Times y San Francisco Chronicle.

especial de Rioja enviado a los 10.000 socios de Lavinia. Se colocó un lineal destacado en la entrada de las tiendas con una oferta especial de vinos de Rioja y se organizó un evento especial en cada tienda con degustación de todos los vinos referenciados en Lavinia para sus clientes y socios, con un sorteo especial de un viaje a Rioja como incentivo de compra.

Eroski.- La promoción desarrollada en 55 hipermercados de la cadena Eroski a nivel nacional entre del 15 octubre al 28 de octubre contó con la participación de 96 vinos de Rioja y publicidad destacada en el monográfico de vinos, así como lineales de Rioja señalizados con cenefas en todos los hipers y refuerzo con soportes de comunicación adicional, como publicidad en carros, adhesivos suelo y stoppers en Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid.

El Corte Inglés.- En El Corte Inglés la promoción se desarrolló en los 48 supermercados a nivel nacional del 13 al 30 de octubre, con decoración en tienda coincidiendo con el monográfico de vinos que realizó la cadena. Se apoyó la comunicación con columnas en las entradas, adhesivos de suelo en lineal de vinos y de jamones, publicidad en carros de la compra y carteles aéreos, así como publlirreportaje en folleto especial de vinos

Viajes a Rioja de compradores y periodistas

A la vista de los magníficos resultados que ha venido ofreciendo la iniciativa en estos últimos años, el Consejo Regulador ha potenciado los viajes a Rioja de los diferentes colectivos profesionales (prensa, sumilleres y compradores) con capacidad de prescripción procedentes de los mercados internacionales considerados estratégicos para el desarrollo de la comercialización del vino de Rioja. En 2011 se enfocaron los viajes hacia el sector profesional y se programaron visitas de importantes compradores, sumilleres y gerentes de cadenas de gran relevancia de los diferentes mercados. Al igual que en



Presentación de la Memoria 2010 a los directores de los medios de comunicación regionales.

años anteriores se mantuvieron los viajes de prensa especializada y prensa 'lifestyle'.

Durante el año 2011 el Consejo Regulador organizó un total de 20 viajes que sumaron 68 visitantes entre prensa, sumilleres y compradores, visitándose un total de 140 bodegas de la Denominación. Entre las visitas destacan tres importantes grupos de compradores del mercado americano. Uno de ellos es el grupo de compradores de Estados Unidos más importante que se ha organizado desde que se viene realizando este tipo de actividad promocional, dado el gran peso que tienen en la comercialización de vinos las cadenas a que pertenecen. El grupo de compradores que durante una semana visitó la denominación, estuvo integrado por: Taylor Barneby, Top Wine Manager/Trainer Arizona, California, Nevada - Total Wine (Irvine, CA); Don Bergenty, Southeast Florida District Manager - Total Wine (Delray Beach, FL); Jason DeVille, Assistant Director of Food & Beverage - Intercontinental Hotel (Miami, FL); Beau Farrell, Director of Internet Sales & Owner - Haskell's (Minneapolis, MN); Ted Farrell, Vice President & Owner - Haskell's (Minneapolis, MN); Darrell Gibson, Director of Marketing & Advertising - Centennial Fine Wine & Spirits (Dallas, TX); Doug Jeffirs, Director of Wine Sales - Binny's (Chicago, IL) y Kristopher Soto, Wine Director & Sommelier - Ritz Carlton (Orlando, FL). Otro grupo estuvo integrado por el director de compras de la cadena PAPPAS STEAK HOUSE y los 5 sumilleres que, como incentivo, fueron premiados con un viaje a Rioja por ser quienes más vino de esta Denominación vendieron durante el programa promocional llevado a cabo el año pasado en la cadena. El tercer grupo estaba formado por periodistas de la costa oeste de Estados Unidos que pertenecían a medios de gran influencia como Los Angeles Times, Bon Appetit, San Jose Mercury News, New York Times y San Francisco Chronicle.

El Rioja en los medios de comunicación

Un apartado fundamental de la estrategia de comunicación del Consejo Regulador lo constituye la relación permanente con los medios de comunicación, tanto españoles como extranjeros. A lo largo del año se han emitido más de un centenar de notas de prensa, comunicados, informes, reportajes, colaboraciones especiales, etc., que han contado con amplia cobertura en medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales. Se han atendido así mismo de forma personalizada las numerosas demandas de información planteadas por todos aquellos medios que han realizado reportajes especiales sobre Rioja y por aquellos que siguen de forma habitual la actualidad del sector, como es el caso de las agencias informativas y todos los medios regionales. Del mismo modo, se ha mantenido continuamente el contacto con los periodistas del sector, tanto de medios especializados como de medios de información general con secciones dedicadas al vino. Además el Consejo ha establecido acuerdos de colaboración con diferentes medios de comunicación para la difusión del conocimiento de los vinos de Rioja, tanto en España como en los principales países consumidores. La relación con los medios en cada uno de los países en que se desarrolla la campaña de promoción de Rioja (Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña, Suecia, México y Suiza) se ha intensificado mediante la contratación de agencias de relaciones públicas que distribuyen notas de prensa y diverso material informativo a los medios de cada país, organizan actos para periodistas especializados, así como viajes a Rioja de éstos, actividad que ha redundado en un creciente interés por los vinos de Rioja, plasmado en numerosos artículos sobre la Denominación.

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



Onda Cero emitió el programa de Carlos Herrera desde el Consejo.



Campaña de publicidad.- Durante 2011 el Consejo Regulador realizó una campaña de promoción del vino de Rioja en España bajo el slogan 'Rioja, mil y un vinos, mil y un aciertos' con el objetivo de comunicar la gran diversidad, calidad e innovación de los vinos de Rioja. La mayor parte del presupuesto se ha destinado a una campaña de publicidad en las principales cadenas de radio (Onda Cero, Cadena SER y COPE), así como a inserciones en revistas especializadas en vino y gastronomía.

Publicaciones del Consejo

El Boletín 'CONSEJO', del que se publicaron dos números a lo largo del año 2011, cumple el objetivo primordial de reforzar los lazos de comunicación del Consejo Regulador con viticultores y bodegueros, a quienes se distribuyen directamente por correo los diez mil ejemplares de tirada. También se edita en versión digital para difundirla por correo electrónico y colgarla en la web del Consejo en formato PDF para poder descargarlo.

La Memoria anual es un completo compendio informativo que permite conocer las actividades desarrolladas por el Consejo y proporciona una visión de la situación de la Denominación de Origen Calificada Rioja en su conjunto a través de los datos estadísticos más significativos sobre viñedos, producción, elaboración, bodegas, comercialización, etc.

La página oficial del Consejo Regulador en internet (www.riojawine.com) renovó su diseño en 2011 y se actualiza permanentemente con aquellos contenidos que ofrecen una completa visión de la Denominación de Origen Calificada Rioja (características generales, reglamento, historia, viticultura, enología, bodegas, estadísticas, etc.) y de su Consejo Regulador, incluyendo también algunos contenidos de interés



Actividades promocionales en España



Entrega de premios del Concurso de Vinos de Rioja que se celebra en el marco de la Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa.

general, como un aula de cata, la guía de enoturismo o un repertorio de legislación vitivinícola, entre otros. Dentro del apartado 'Comunicación Rioja' hay una sección de actualidad en la que se publican las notas de prensa e informes emitidos por el Consejo, de particular interés para quienes quieren seguir al día la evolución del sector vitivinícola riojano. Además, el Consejo ha reforzado la presencia del vino de Rioja en Internet mediante la creación de páginas específicas para los países en que se desarrollan campañas de promoción.

El Consejo dispone además de diverso material informativo que se reedita periódicamente debido a su gran demanda como el mapa de la Denominación, Manual de Cata de Vinos de Rioja, catálogo y poster sobre variedades de uva de Rioja, tríptico de información genérica en varios idiomas, directorio de bodegas, tarjeta de calificación de añadas, etc.

Recursos de divulgación y formación

La Oficina de Información de Vinos de Rioja se halla situada en la propia sede del Consejo y desde su creación en 1993 ha incrementado constantemente el número de visitantes atendidos y de información remitida a todo el mundo. Cada vez es mayor la demanda de información relacionada con el

enoturismo, principalmente durante los meses de verano y la vendimia.

Los cursos de cata en Universidades españolas forman parte del programa de divulgación de la cultura del vino de Rioja entre los jóvenes universitarios españoles puesto en marcha por el Consejo Regulador en 1999. Cuenta para la organización de estos cursos con la colaboración de los respectivos Consejos de Estudiantes de cada Universidad y de un experto profesor del sector vitivinícola que ha impartido cursos durante el año 2011 en la Universidad Autónoma de Madrid (6 de mayo), en Escuela de Hostelería de Artxanda (10 de junio) y en la Escuela Superior de Córdoba (14 de noviembre). Con una duración aproximada de cuatro horas, los cursos requieren un mínimo de asistencia de 50 y un máximo de 120 alumnos, a los que se entrega material informativo editado por el propio Consejo Regulador.

Curso de iniciación a la cata.- Se imparte desde junio de 1998 en la sede del Consejo Regulador las mañanas de los sábados de 10:00 h. a 13:00 h. con la siguiente programación: proyección del vídeo institucional de la Denominación, introducción al mundo del vino, el desarrollo de la cata, para finalizar con la entrega de un Diploma a cada uno de

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



Entrega del premio Primer 2010 a Fernando Remírez de Ganuza.



los asistentes al curso. Cuatro técnicos del Consejo se turnan para impartirlo. Cualquier persona interesada en asistir debe inscribirse previamente en el Consejo Regulador (coste de 18 euros). Durante el año 2011 se han impartido un total de 14 cursos, con un total de 186 alumnos de diversas procedencias y nacionalidades. Con el objetivo de dinamizar estos cursos, en junio se colocaron 45 expositores con hojas informativas en hoteles y oficinas de turismo.

Patrocinios y colaboraciones

Bien a través de aportación económica, de material divulgativo, de los vinos institucionales, de catas ofrecidas por los técnicos del Consejo, o de cesión de sus propias instalaciones, son múltiples los actos en los que ha participado el Consejo Regulador, tanto en el ámbito nacional como internacional. Citamos como ejemplo algunos de los más relevantes.

Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa.- Dentro del Programa de actividades de la Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa, se celebró en septiembre la XVIII edición del Concurso de Vinos. El Consejo Regulador participó como entidad patrocinadora, junto con los departamentos de Agricultu-

ra del Gobierno Vasco y de la Diputación Foral de Álava, así como la Cuadrilla de Laguardia-Rioja Alavesa. Por otra parte, dos veedores del Consejo Regulador formaron parte del panel de catadores.

Primer, fiesta del vino joven.- El Consejo Regulador es junto al Gobierno Vasco patrocinador de la Muestra de los Vinos de Maceración Carbónica 'Primer', dedicada a promocionar los nuevos vinos jóvenes de maceración carbónica españoles. Erre Punto, de Bodegas Remírez de Ganuza (D.O. Calificada Rioja), resultó ganador de la cata final de Primer 2010, que se celebró el 7 de abril en la Escuela de Hostelería Diocesanas de Mendizorrotza de Vitoria. Los segundo y tercer clasificados fueron, respectivamente, Tavera, de Bodegas Tavera (D.O. Méntrida), y Luberrí Cosecha 2010, de Familia Monje Amestoy (D.O. Calificada Rioja). El premio fue entregado por el Presidente del Consejo Regulador y la Consejera de Medio Ambiente y Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del País Vasco.

'Riojano, joven y fresco'.- El Consejo Regulador colaboró con la iniciativa 'Riojano, joven y fresco', organizada por el Grupo Vocento en La Rioja. Como en ediciones anteriores,

Actividades promocionales en España

las calles de Logroño se convierten durante dos jueves estivales (23 de junio y 14 de julio) en una fiesta popular en la que los aficionados tienen la oportunidad de catar los vinos de las bodegas que participan. Por tercera vez la iniciativa ha salido fuera del ámbito local con degustaciones en Santander, Oviedo y Bilbao.

Festival benéfico de pelota 'Titín III y amigos'.- La edición 2011 del festival benéfico de pelota 'Titín III y amigos', que se celebró el 23 de mayo, contó con el patrocinio del Consejo Regulador y su recaudación se destinó a las asociaciones ARPA y FARO. En la primera edición la recaudación fue a favor de la AECC (Asociación Española contra el Cáncer), en la segunda a favor de Cruz Roja y en la anterior edición en beneficio de ASPRODEMA.

La sede del Consejo Regulador ha sido escenario de diferentes actividades promocionales del vino de Rioja, promovidas por varias entidades con las que el Consejo colabora. Así, en septiembre el Club Rotario de Logroño celebró la XIV Cata de Solidaridad Rotaria con el fin de seleccionar el mejor vino de Rioja y obtener mediante su venta a socios rotarios de todo el mundo fondos para el desarrollo de las actividades humanitarias que lleva a cabo la Fundación Rotaria. Además

de prestar su sede y ofrecer un vino de Rioja a los asistentes, el Consejo se responsabiliza de la dirección técnica de esta cata, a cargo del veedor Baltasar Marchán. También en septiembre el Consejo facilitó un año más a la Fundación Caja Rioja su magnífica sala de catas para la realización del Concurso de Vinos de Cosecheros, que dirige La Prensa del Rioja.

El Consejo ha mantenido durante 2011 acuerdos de colaboración económica con diversas entidades que contribuyen con su actividad a la promoción de los vinos de Rioja: Cofradía del Vino de Rioja, FIVIN, Centro Riojano de Madrid, Cámara de Comercio de Madrid (beca Curso Sumilleres) y El Rioja y los 5 Sentidos (Consejería de Agricultura del Gobierno de La Rioja).

Visitas al Consejo.- Entre las actividades de promoción que el Consejo Regulador desarrolla, destaca la atención a los profesionales y grupos de personas, tanto españoles como extranjeros, que visitan la D.O. y que son recibidos en la sede del Consejo. Aquí se les informa sobre los vinos de Rioja mediante un audiovisual, una visita explicada a las diferentes plantas del edificio y facilitándoles diverso material impreso, así como, cuando la ocasión lo requiere, ofreciéndoles una degustación.



Brindis de honor en la XIV Cata de Solidaridad Rotaria.



La exportación alcanza su máximo histórico en 2011 y compensa la caída del consumo en España

Gracias a los excelentes resultados obtenidos en el mercado de exportación, donde ha alcanzado su máximo histórico con un total de 91,92 millones de litros comercializados, la D.O. Calificada Rioja ha conseguido consolidar durante el año 2011 el crecimiento de ventas que experimentó el año anterior y ha podido compensar la caída del consumo en España. Igualmente, esta Denominación de Origen ha mantenido la alta participación de los vinos de mayor valor añadido, los vinos criados en bodega, que con un total de 153 millones de litros, suponen en torno al 65% de las ventas de vinos tintos. Este comportamiento de la comercialización en un contexto económico tan adverso demuestra de nuevo la gran fortaleza de la marca Rioja y el valor seguro que, por calidad y prestigio, representa para los consumidores.

Según las estadísticas elaboradas por el Consejo Regulador, el volumen total de vino comercializado por la D.O. Calificada Rioja en el año 2011 ha sido de 268,9 millones de litros, lo que representa un ligero incremento del 0,62% respecto al año anterior. Por tipos de vino, 241,2 millones de litros corresponden a vinos tintos (el 90%), 14,3 a vinos blancos y 13,3 a vinos rosados. En cuanto a las ventas de Rioja por categorías, el vino tinto de crianza es la categoría de Rioja más vendida, con 104,9 millones de litros, prácticamente igual al año anterior en que se alcanzó el récord histórico en esta categoría de vinos, que ya supera ampliamente a las ventas de tintos jóvenes (88,7 millones de litros). De los vinos de reserva, categoría que tuvo una fuerte expansión en años anteriores, se han comercializado 42 millones de litros (-3,43%), y de los vinos de gran reserva 5,6 millones de litros (+11,4%). En definitiva, la estrategia de especialización en las categorías de vinos criados en bodega impulsada por Rioja, aunque ha requerido importantes

inversiones en las bodegas, le ha permitido afianzarse en los segmentos de más valor añadido y conseguir un mejor posicionamiento en los mercados exteriores respecto a otros competidores.

Tanto en el mercado español como en los mercados de exportación, la D.O. Calificada Rioja ostenta un destacado liderazgo respecto al conjunto de las denominaciones de origen españolas, con una cuota en torno al 40% de las ventas en cuanto a volumen, porcentaje aún más elevado en cuanto al valor. España sigue siendo el principal mercado para Rioja, pues los 177 millones de litros (-2,42%) comercializados en 2011 suponen el 65,8% del total de las ventas, pero el estancamiento del consumo debido a la crisis económica ha provocado que la exportación haya ganado varios puntos de participación en estos últimos años.

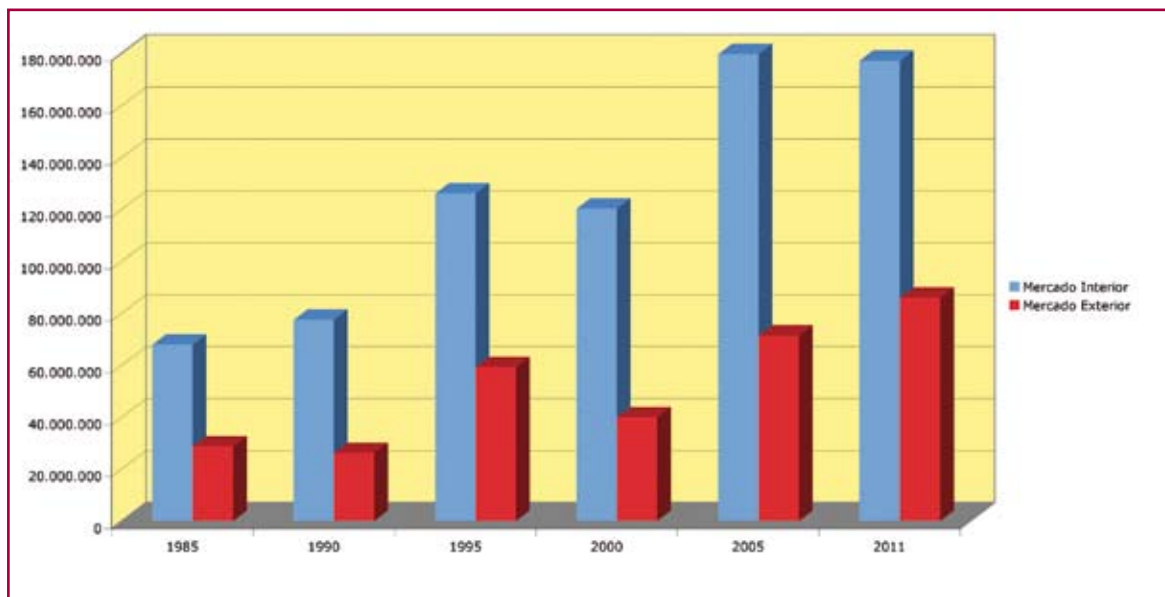
Además del gran esfuerzo realizado para conseguir una mayor competitividad en el centenar de mercados a los que exportan las bodegas de Rioja, el haber mantenido las inversiones en promoción en todos los países considerados estratégicos ha sido decisivo para impulsar las ventas y mejorar el posicionamiento de la marca Rioja respecto a la competencia. Así, tras el fuerte crecimiento de un 18,5% en el año 2010, este pasado año 2011 la exportación de Rioja ha experimentado un nuevo incremento del 7%, que le ha permitido alcanzar el máximo histórico de ventas en el exterior, con 91,92 millones de litros, el 34,2% del total. Los incrementos han sido especialmente significativos en mercados como Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Holanda, que ocupan los primeros puestos del ranking de importadores y concentran más del 80% de la exportación de Rioja.

No obstante, el aumento de ventas más espectacular corresponde a China, que se ha convertido en el mercado

A pesar de la crisis económica, Rioja consigue incrementar las ventas totales hasta los 269 millones de litros



EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA 1985-2011 (EN LITROS)



de futuro para el desarrollo de las exportaciones de Rioja, alcanzando en 2011 el 10º puesto del ranking. Actualmente hay más de un centenar de bodegas de la D.O.Ca. Rioja exportando a China, donde las ventas han crecido de manera exponencial durante los últimos años, pasando de 256.400 litros en 2008 al más del millón y medio de litros que se ha alcanzado en este pasado año 2011, duplicando la exportación del año anterior. Por otra parte, China es el país con el precio de venta medio más alto (5,30 euros/litro) entre los diez primeros importadores de Rioja.

En Estados Unidos, mercado estratégico clave para los próximos años, las ventas han crecido un 43% desde 2009, pasando de 5,9 a 8,5 millones litros. Ocupa el tercer puesto entre los importadores de Rioja y es el país al que se ha destinado el mayor presupuesto de promoción, unos 4 millones de euros en 2011, desarrollando en los dos últimos años una exitosa campaña de posicionamiento en punto de venta.

Respecto a los mercados europeos, Gran Bretaña sigue

siendo de forma muy destacada el primer país importador de Rioja, con un total de 30,6 millones de litros en 2011, el 33,3% del total exportado por Rioja y un crecimiento acumulado en los dos últimos años del 28%. Solo en la categoría de reserva se venden más de trece millones de botellas.

Alemania mantiene el segundo lugar del ranking con 18,2 millones de litros y un incremento del 9% respecto al año anterior, que en la categoría de crianza ha sido de un 14% y en la de gran reserva de un 29%. Durante el último quinquenio las ventas de Rioja han crecido un 38% en el mercado alemán, duplicando el volumen de vinos de crianza y triplicando los de reserva, que suman ya 6 millones de botellas. Suiza se ha mantenido en el cuarto puesto con unas ventas de 6,5 millones de litros, prácticamente igual al año anterior, y Holanda ha superado a Suecia en el quinto puesto con algo más de tres millones de litros, gracias a un crecimiento del 14%. Los tres países que completan la lista de los diez primeros importadores de Rioja son Bélgica con 2,3 millones de litros, Irlanda con 2,2 millones de litros y México con 1,9 millones de litros.

El 65% de las ventas de vino tinto son vinos con crianza en barrica, de mayor valor añadido

COMERCIALIZACIÓN INFORME NIELSEN

Rioja mantiene la supremacía en el mercado español gracias a los vinos tintos criados en barrica

- 7 de cada 10 botellas de vino con crianza que se venden en la hostelería española son de Rioja.

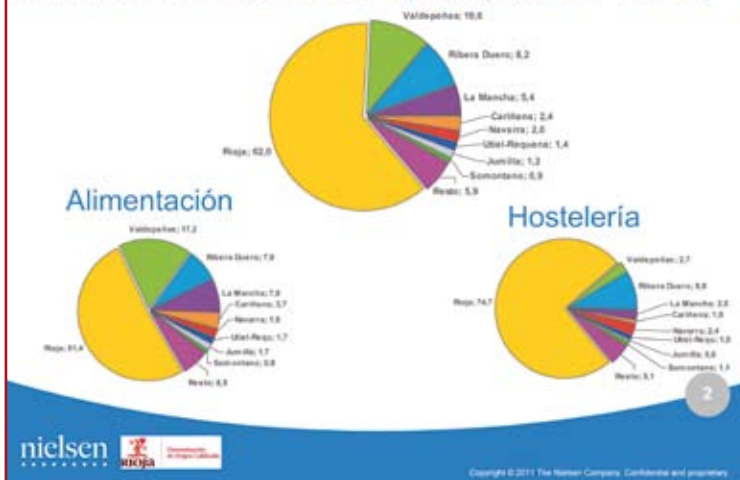
El sólido liderazgo que la D.O. Calificada Rioja mantiene en el mercado español con sus vinos tintos criados en barrica, cuyas ventas representan un 75% del total de vinos con denominación de origen comercializados en la hostelería, le ha permitido afrontar la nueva caída del consumo de vino en España afianzándose en los segmentos de más valor añadido y consiguiendo un mejor posicionamiento respecto a los vinos de otras regiones.

Así lo ha confirmado el estudio realizado por la consultora Nielsen sobre la evolución del mercado de vinos en España durante 2011, estudio que no solo sitúa el consumo en mínimos históricos, sino que también apunta una pérdida de valor por el descenso de los precios.

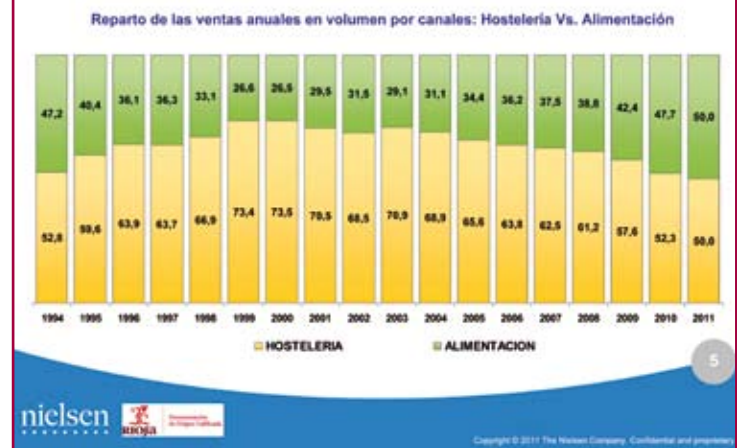
En esta situación económica tan adversa para el sector, el comportamiento de la comercialización de Rioja en el mercado español ha puesto de nuevo de manifiesto su gran fortaleza y el valor seguro que, por calidad y prestigio, representa para los

consumidores españoles. El presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual Artacho, ha valorado con relativa satisfacción los datos facilitados por Nielsen, destacando que, "además de la política de calidad como estrategia fundamental de Rioja, el dinamismo comercial de nuestras bodegas en la búsqueda de nuevas oportunidades y su capacidad para adaptarse a los requerimientos del mercado, están siendo claves para afrontar la crisis".

Principales DD.OO. en el mercado de vino tinto criado (CRIANZA+RESERVA+GRAN RESERVA) en España (Aliment + Hostel)

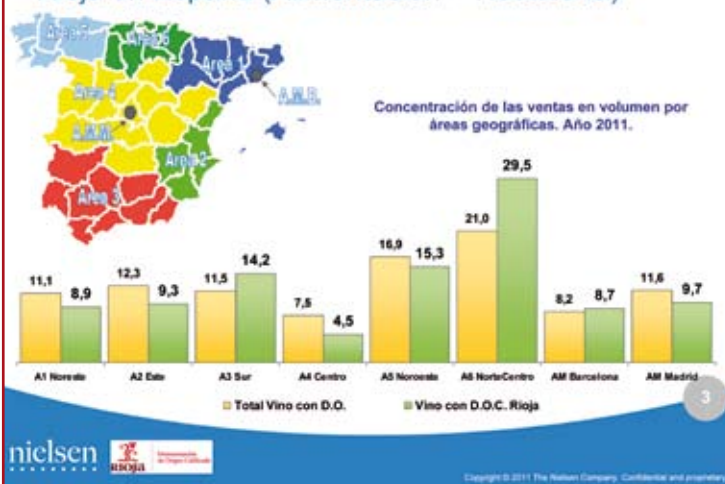


Evolución anual de las ventas de vino con D.O.C. Rioja en España (Alimentación + Hostelería)



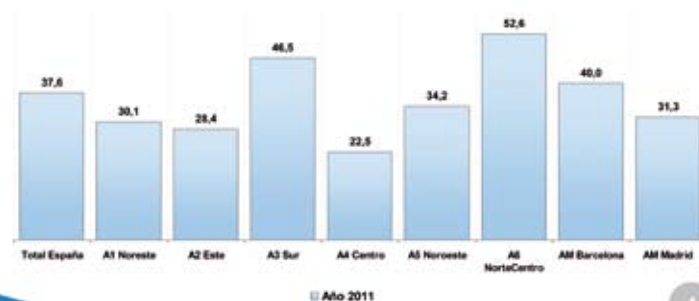


Regionalización de las ventas de vino con D.O.C. Rioja en España (Alimentación + Hostelería)



Regionalización de las ventas de vino con D.O.C. Rioja en España (Alimentación + Hostelería)

Cuota de mercado de los vinos con D.O.C. Rioja por áreas geográficas en el año 2011



Cuota de mercado por Denominaciones

La estrategia de especialización en las categorías de vinos criados en barrica impulsada por Rioja, que ha requerido importantes inversiones por parte de las bodegas, le ha llevado a acaparar en España el mercado de vinos tintos de crianza con un liderazgo abrumador del 75% en la hostelería y más del 50% en la alimentación, posición en la que le siguen a gran distancia el resto de denominaciones, todas ellas con cuotas muy inferiores al 10%. Las ventas de vinos criados en barrica por la D.O. Ca. Rioja alcanzaron en 2011 un total de 153 millones de litros.

El vino con denominación de origen, aunque también pierde ventas (-2,4% en volumen y -6% en valor), sigue incrementando su peso por la mayor caída del vino sin indicación geográfica. Como no podía ser de otra forma, la caída del consumo de vino en España ha afectado a la denominación líder, Rioja, en el mismo porcentaje que al conjunto de vinos con D.O., una caída que ha tenido lugar principalmente en el canal de hostelería, ya que el canal de alimentación ha incrementado un 1,7% su volumen de ventas y se ha consolidado por segundo año consecutivo como más importante que el de hostelería, al acaparar un 53,6% de las ventas de vino con D.O.

Consumo por canales de comercialización y tipos de vino

Por primera vez, el peso de las ventas de Rioja en el canal de alimentación supone tanto volumen como las ventas en el canal de hostelería. Si en el año 2000 la hostelería concentró el 73,5% de las ventas de vino de Rioja frente al 26,5% que representó la alimentación, actualmente el reparto de las ventas ha cambiado significativamente y el peso de cada canal ha quedado equilibrado al 50%. Rioja ha mantenido estables sus ventas en el canal de alimentación, con un 35% de participación de mercado, a pesar de la fuerte competencia de ofertas más económicas y del desarrollo de los vinos blancos de otras Denominaciones. También ha conseguido incrementar su cuota de participación en el canal hostelería respecto al conjunto de vinos con D.O., pese a ser un sector muy afectado por la crisis económica.

Por tipos de vinos, las ventas en el mercado español durante 2011 han ofrecido unos resultados positivos para el vino blanco y estabilidad para el vino rosado. La cuota de mercado de Rioja es de un 6,9% en blancos y de un 18,7%, en rosados, ocupando el 2º y el 5º puesto del ranking respectivamente. Por el contrario, los resultados son negativos para el vino tinto,



Rioja se convierte en el vino preferido para los británicos

Rioja gana terreno a las Denominaciones de Origen más prestigiosas del mundo según el estudio independiente "Notoriedad de los vinos españoles en los principales mercados de exportación, en comparación con los vinos de otros países productores", realizado por la consultora británica Wine Intelligence. El estudio se ha realizado entre más de 1.000 consumidores británicos, bebedores habituales de vino, y ha sido presentado recientemente en la Feria Internacional de Vino de Londres.

Las dos conclusiones principales del estudio reflejan que Rioja ocupa el primer lugar entre las regiones vinícolas del mundo para los consumidores británicos a la hora de decidirse por un vino y, por otra parte, ocupa el cuarto lugar entre las regiones más conocidas solo por detrás de Burdeos, Borgoña y Chianti.

Además, el 50% de los consumidores habituales de vino británicos eligen los vinos de Denominación de Origen Rioja por encima del resto de denominaciones de prestigio internacional.

Con respecto a los criterios en los que se fijan los consumidores habituales de vino a la hora de decantarse por un vino u otro, los británicos lo tienen claro, pues el estudio refleja que un 59% lo hace dependiendo del país de origen de la uva y un 51%, en la región. La variedad de la uva, las promociones y la confianza en la marca son los otros criterios que determinan qué vino elegir.

Otra de las conclusiones que se desprende del estudio de Wine Intelligence, es la identificación directa que existe entre el vino Rioja con la región y con España. En cuanto a los hábitos de compra de vino, los vinos Rioja son la primera opción de los ingleses en todos los rangos de precios.

en el que la cuota de mercado de Rioja es especialmente significativa, ya que alcanza el 50% de las ventas de vinos tintos con Denominación de Origen, cuota que en el canal de hostelería se eleva hasta el 58,6%. Según Nielsen, esta evolución del consumo "ha permitido a las denominaciones de origen de vinos blancos incrementar su participación de mercado en el último año", mientras que Rioja, frente a su fortaleza en vinos tintos, "está perdiendo la oportunidad de un mercado en desarrollo".

Regionalización de las ventas

Si comparamos entre la concentración geográfica de las ventas de los vinos de Rioja y las ventas del conjunto de los vinos con denominación de origen, hay tres zonas con mayor peso para las ventas de Rioja: la zona Norte-Centro (29,5% de las ventas de Rioja frente al 21% del resto de denominaciones y una cuota de mercado del 52,6% para Rioja), la zona Sur-Andalucía (14,2% frente al 11,5% y una cuota de mercado del 46,5% para Rioja), y el área metropolitana de Barcelona (8,7% frente al 8,2% y una cuota de mercado del 40% para Rioja). Tras el área Norte-Centro (País Vasco, Navarra, etc.), el área del Noroeste (Galicia, Asturias y León) es el segundo mayor mercado para los vinos de Rioja.

Más exportación para compensar la caída del consumo en España

Las bodegas de Rioja, además del gran esfuerzo realizado para conseguir una mayor competitividad, han mostrado un gran dinamismo y capacidad innovadora a la hora de desarrollar estrategias comerciales dirigidas a diversificar las ventas a través de otros canales. En este sentido destaca especialmente el desarrollo de la exportación, que tras el fuerte crecimiento de un 18,5% en el año 2010, el pasado año 2011 experimentó un nuevo incremento del 7%, lo que ha compensado la caída del consumo en España. La exportación representa actualmente el 35% de las ventas de Rioja.

El Consejo Regulador valora como 'Excelente' la cosecha de Rioja 2011

El Consejo Regulador ha otorgado a la cosecha 2011 de Rioja la valoración oficial de "Excelente" como resultado del riguroso proceso de calificación mediante análisis y cata al que se han sometido las 3.987 muestras representativas de los 277,31 millones de litros de vino elaborados de esta cosecha. Los datos estadísticos obtenidos de la calificación sitúan a esta cosecha entre las tres con mejores parámetros analíticos desde que hace treinta años se implantó en Rioja el actual sistema de control de calidad de los vinos elaborados en cada cosecha.

La evolución general del viñedo en el conjunto de la Denominación, según el informe realizado por los Servicios Técnicos del Consejo Regulador, propició una evolución correcta de los parámetros más significativos para la calidad final de la cosecha 2011, ya que apenas sufrió la incidencia de plagas y enfermedades y mantuvo un excelente estado vegetativo y sanitario hasta el final del ciclo, a pesar de las dificultades planteadas por la sequía en algunas zonas. La excepcional sanidad de la uva recolectada en vendimia fue una de las características fundamentales de la cosecha 2011, lo que favoreció un buen desarrollo de las fermentaciones y la obtención de vinos bien estructurados, con buen color y muy sanos, cualidades que permitan augurar vinos de alta calidad. El excelente trabajo y profesionalidad de viticultores y enólogos, sumado a unos rendimientos de producción muy moderados (los más bajos de la última década tras el año 2002), ha sido factores claves para poder alcanzar por segundo año consecutivo la máxima calificación, al igual que ocurrió en las añadas 1994/1995 y 2004/2005. En los últimos treinta años solamente ocho cosechas han recibido la calificación "Excelente" en Rioja.

El mes de noviembre comenzaba el proceso de calificación de la cosecha 2011, con un programa de recogida de muestras en todas las bodegas elaboradoras por parte de los veedores del Consejo Regulador, muestras que deben ser representativas



de partidas no superiores a 100.000 litros. Cada muestra ha sido analizada en el laboratorio de una de las tres Estaciones Enológicas de la D.O. y valorada por un comité de cata integrado por tres catadores, que forman parte del panel de cata externo con que cuenta el Consejo Regulador y al que pertenecen más de un centenar de expertos. El procedimiento para la valoración organoléptica está debidamente reglado, garantizándose la confidencialidad y anonimato de las muestras catadas.

Las 3.987 muestras presentadas a calificación han sido sometidas a este riguroso control analítico y de cata, que han debido superar cada una de ellas para tener derecho al amparo de la Denominación. Finalmente han sido calificados 266,43 millones litros (14,14 de blanco, 12,14 de rosado y 240,15 de tinto), siendo rechazadas por descalificación analítica o sensorial tan solo 66 muestras, que equivalen a un 0,7% del volumen total de cosecha, pequeño porcentaje que ha venido disminuyendo cada año y que, dado el rigor que se aplica en

los criterios de calificación, es indicativo de la constante mejora de la calidad de los vinos de Rioja.

La superior categoría de 'calificada' que ostenta la D.O. Rioja exige la calificación de todos los vinos elaborados cada cosecha, depósito a depósito, lo cual proporciona una excelente base técnica para la evaluación global de la añada realizada por el Pleno del Consejo Regulador mediante un procedimiento estadístico establecido a tal fin con total objetividad. El alto nivel de autoexigencia ha llevado al Consejo Regulador a elevar en los últimos años los requisitos establecidos para la calificación global de la cosecha, con el objetivo de que Rioja siga manteniéndose en los mercados como referente de los vinos de calidad.

Evolución ciclo vegetativo de la cosecha 2011

- Parada vegetativa (de noviembre a marzo): escasas lluvias (de 50 a 100 litros menos que la media de años anteriores) y heladas poco significativas.
- La brotación se inicia con normalidad en la última semana de marzo en la zona más oriental.
- En primavera sigue el tiempo seco en general, con temperaturas más altas de lo habitual.
- Evolución rápida del desarrollo vegetativo viñedo en la segunda quincena abril gracias a las lluvias y las altas temperaturas. A fin de mes hay un adelanto de 7 a 10 días.
- En abril-mayo las temperaturas son superiores a las

habituales y las precipitaciones alcanzan entre 50 y 100 litros, que propician un buen desarrollo fenológico, encontrándose la floración ya avanzada a finales de mayo en las zonas más tardías.

- En mayo comienza el seguimiento de la evolución del viñedo por parte Servicios Técnicos del Consejo Regulador en los 168 viñedos de referencia que se encuentran repartidos por las diferentes áreas de la Denominación, de forma que los datos que se toman del número de brotes, fertilidad, estado fenológico y número de racimos sean representativos del conjunto.

- A partir de los datos tomados, se constatan índices de fertilidad normales en las principales variedades, así como un número de racimos también normal. En algunas áreas de Rioja Alta y Alavesa se aprecia cierta irregularidad en el cuajado, lo que será positivo para la calidad de la uva, al quedar los racimos más pequeños, pero en general hay un buen cuajado, siendo la variedad Garnacha en Rioja Baja la que presenta una mayor irregularidad.

- El 20 junio comenzó el control productivo de los viñedos, control que realizan los Servicios Técnicos del Consejo Regulador en toda la Denominación con el objetivo de adoptar las medidas oportunas que permitan ajustar los rendimientos por parte de los viticultores a los máximos establecidos por el Reglamento de la Denominación. Las expectativas productivas, con los datos de los viñedos de referencia, son ligeramente inferiores a las del año anterior, en todos los casos con producción suficiente para alcanzar los rendimientos establecidos y superiores en las zonas más fértiles.

EVOLUCION RESULTADOS ANALÍTICOS CALIFICACION VINOS TINTOS COSECHAS 2001/2011											
PARÁMETROS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Grado Alcohólico (% Vol.)	13,26	13,28	13,28	13,49	13,30	13,60	13,37	13,27	13,80	13,75	14,19
A. Total Tartárica (gr/l)	5,13	5,42	4,99	5,79	5,13	5,23	5,33	5,34	5,04	5,14	5,14
PH	3,68	3,70	3,68	3,61	3,66	3,71	3,63	3,70	3,72	3,72	3,74
A. Volátil Acética (gr/l)	0,47	0,51	0,50	0,43	0,42	0,49	0,39	0,42	0,47	0,43	0,49
SO ₂ Total (mg/l)	45,48	44,83	54,08	43'87	39,85	47,93	40,14	40,49	43,84	40,51	45,52
I.C. (A ₄₂₀ + A ₅₂₀ + A ₆₂₀)	9,80	9,38	7,34	10,14	12,38	10,42	11,81	11,60	11,33	12,52	13,39
I.P.T.	50,63	52,78	50,61	55,46	58,70	56,91	55,89	56,74	59,71	59,62	64,14



- A final del mes de junio el viñedo presenta de forma generalizada un buen estado sanitario y vegetativo, así como más de 10 días de adelanto del ciclo, el máximo adelanto desde que se realiza este tipo de control por parte del Consejo Regulador. Las temperaturas frescas en julio, que permiten un normal desarrollo del envero y maduración.

- Las precipitaciones acumuladas en el ciclo han sido significativamente inferiores a las de un año normal y la sequía durante los meses de julio y agosto afecta especialmente a los viñedos situados en secano, sin posibilidad de aportación adicional de agua, que sufren un estrés hídrico excesivo y en algunos casos desfoliación basal, condicionando su maduración.

- A final de agosto el viñedo presenta de forma generalizada en el conjunto de la Denominación un buen estado sanitario y vegetativo, una evolución correcta y equilibrada de los parámetros más significativos para la calidad final, así como unas expectativas de producción moderadas. Al igual que durante todas las fases del ciclo fenológico, la vendimia viene adelantada y condicionada en su evolución por la meteorología de un año especialmente seco y con diferencia significativa entre los viñedos situados en zonas áridas no regables y aquellos viñedos situados en zonas frescas y regables.

- La maduración presenta de 10 a 15 días de adelanto del ciclo en la subzona Rioja Baja, donde se inicia la vendimia el 24 de agosto en algunas parcelas de uva blanca de la localidad de Azagra, aunque no se generaliza hasta la segunda quincena de septiembre. Los primeros días de septiembre llegan lluvias muy beneficiosas a amplias zonas de la Denominación

(entre 20 y 40 litros), pero continúan las temperaturas altas y tiempo seco durante todo el mes. En los viñedos situados en las zonas áridas se produce desecación de la baya y evolución rápida de los azúcares, que exigen una vendimia selectiva.

- En la última semana de septiembre se generaliza la vendimia en Rioja Alta y Alavesa y va finalizando en la zona más temprana de Rioja Baja, con lo que a final de mes se han cosechado 216 millones de kilos de uva. La vendimia se desarrolla con rapidez en toda la Denominación durante los primeros días de octubre, ya que continúan las altas temperaturas y la ausencia total de precipitaciones, de forma que para el día 12 de octubre ha entrado en bodega el 96% de la cosecha.

- El día 25 de octubre finaliza la vendimia con una recolección total de 387,57 millones de kilos de uva, de los que 383,06 millones corresponden a uva amparable (el 92,6%).

- En conjunto ha sido muy escasa la incidencia de daños en el viñedo por causas climatológicas, como heladas o tormentas, aunque si ha resultado importante la escasez de precipitaciones durante todo el ciclo por su incidencia en la limitación de la producción. Tampoco ha resultado significativa la incidencia de plagas y enfermedades, por lo que una de las características fundamentales de las uvas de la cosecha 2011 ha sido el excepcional estado sanitario con que se vendimiaron.

- Gracias a esta excepcional sanidad de la uva, las fermentaciones se desarrollan sin ningún tipo de incidencias, obteniéndose vinos bien estructurados, con buen color y muy sanos.

Estadísticas 2011

El Rioja en cifras

1. EVOLUCIÓN DE LA VITIVINICULTURA EN LA D.O. CALIFICADA RIOJA

		1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
SUPERFICIE DE VIÑEDO PRODUCTIVO (Ha.)		43.074	42.898	44.079	45.751	47.192	47.346	47.346	47.765
PRODUCCIÓN AMPARADA (Millones litros)		161,24	145,34	149,94	173,92	168,85	217,91	244,47	253,6
RENDIMIENTO (Hl./ Ha)		37,43	33,88	34,02	38,01	35,78	46,03	51,63	53,09
COMERCIALIZACIÓN (Millones de litros)	Mercado interior	77,75	99,70	114,35	120,19	139,61	125,78	119,07	137,46
	Mercado exterior	26,03	29,14	34,29	38,72	56,75	59,12	58,85	67,78
	TOTAL VENTAS	103,78	128,84	148,64	158,91	196,36	184,90	177,92	205,24
EXISTENCIAS A 31 de diciembre (Millones de litros)	Vinos años anteriores	315,91	335,32	317,60	296,57	268,21	246,89	281,90	314,95
	Última cosecha	161,24	144,99	149,24	173,71	166,42	214,12	240,60	250,20
	TOTAL EXISTENCIAS	477,15	480,31	466,84	470,28	434,63	461,01	522,50	565,15
RELACIÓN DE EXISTENCIAS / VENTAS		4,28	3,39	2,87	2,76	2,13	2,41	2,84	2,68
NÚMERO DE BODEGAS DE CRIANZA		103	120	131	141	148	153	156	171
NÚMERO DE BARRICAS (en miles)		547	561	573	584	597	598	621	660
Total Bodegas embotelladoras/comercializadoras		310	324	336	345	363	372	386	401

ESTADÍSTICAS VITICULTURA Y BODEGAS:

1. EVOLUCIÓN DE LA VITIVINICULTURA EN LA D.O. CALIFICADA RIOJA
2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2011
3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2011 (LITROS)
4. EVOLUCIÓN DE HECTÁREAS, PRODUCCIÓN DE UVA Y ELABORACIÓN DE VINO
5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS EN LA COSECHA 2011 Y BODEGAS EMBOTELLADORAS
6. VIÑEDO POR COMUNIDADES Y AÑOS DE PLANTACIÓN (EN HECTÁREAS)
7. EVOLUCIÓN DEL VIÑEDO INSCRITO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN LA D.O.Ca. RIOJA (EN HECTÁREAS)
8. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2011 (EN HECTÁREAS)
9. DISTRIBUCIÓN DE VIÑEDOS SEGÚN TAMAÑO DE PARCELAS - 2011
10. NÚMERO DE VITICULTORES 2011
11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12-2011 (LITROS)
12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2011 (EN LITROS)
13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2011 (EN LITROS)
14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS
15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31-12-2011
16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD A 31-12-2011 (EN MILLONES DE LITROS)
17. EVOLUCIÓN DE LA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y CRIANZA DE LAS BODEGAS DE RIOJA (EN LITROS)

ESTADÍSTICAS COMERCIALIZACIÓN:

18. EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA 1985-2011 (EN LITROS)
19. ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA EN 2011 (POR CATEGORÍAS Y POR CLASES DE VINO)
20. EXPORTACIÓN EN 2011 POR PAÍSES

1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
48.381	49.135	52.029	53.820	55.545	56.580	58.132	59.212	60.390	60.773	60.882	61.270	61.960	62.143
273,56	216,24	310,80	242,00	196,82	298,42	269,7	273,94	278,18	273,68	272,12	277,56	255,90	267,65
56,54	44,01	59,74	44,96	35,43	52,74	46,39	46,26	46,06	45,03	44,70	45,3	41,30	43,07
150,70	138,68	120,12	160,01	178,15	170,21	182,28	179,44	182,87	187,02	172,00	163,67	181,26	176,99
71,55	56,80	39,86	60,41	72,10	66,14	69,01	71,23	78,93	84,59	79,91	72,43	85,86	91,92
222,25	195,48	159,98	220,42	250,25	236,35	251,29	250,67	261,80	271,61	251,91	236,1	267,12	268,91
339,27	408,58	459,42	539,50	524,42	478,77	515,72	529,63	535,54	537,05	554,20	583,88	587,67	568,81
270,60	215,60	309,81	241,84	195,54	295,76	268,42	273,06	277,37	272,21	271,60	276,71	254,93	266,88
609,87	624,18	769,23	781,34	719,96	774,53	784,14	802,69	812,91	809,26	825,80	860,59	842,60	835,69
2,65	3,08	4,62	3,39	2,78	3,17	3,02	3,13	3,03	2,91	3,19	3,54	3,07	3,03
180	203	222	255	272	286	306	324	349	364	376	371	375	382
815	911	939	1.005	1.061	1.080	1.106	1.161	1.197	1.239	1.261	1.286	1.292	1.290
403	422	443	472	498	517	550	559	586	595	596	603	572	583

ESTADÍSTICAS

2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2011

		LA RIOJA	ÁLAVA	NAVARRA	TOTAL
Hectáreas Tintas		39.573,66	12.364,4	6.436,64	58.374,71
Producción Tinta (miles Kg)		243.775,03	70.485,42	39.478,64	353.739,1
Rendimiento Tinta (Kg/Ha)		6.160	5.701	6.133	6.060
Hectáreas Blanca		2.647,11	935,96	184,89	3.767,68
Producción Blanca (miles Kg)		20.852,45	7.145,33	1.368,09	29.365,87
Rendimiento Blanca (Kg/Ha)		7.877	7.634	7.400	7.794
Total (B.y T.)	Hectareas	42.220,78	13.300,36	6.621,53	62.142,68
	Producción (miles Kg)	264.627,48	77.630,75	40.846,74	383.104,98
	Rendimiento medio	6.268	5.837	6.169	6.165

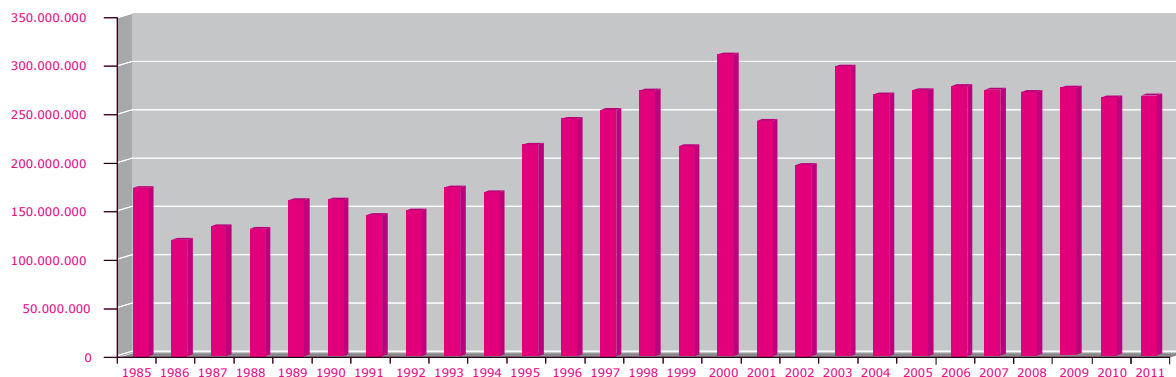
3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2011 (LITROS)

COMUNIDAD	TIPO BODEGA	TINTO	ROSADO	BLANCO	TOTAL
ÁLAVA	COSECHEROS	7.534.264	9.794	123.133	7.667.191
	COOPERATIVAS	7.842.642	105.090	347.016	8.294.748
	ALMACENISTAS	1.637.098	5.200	101.070	1.779.368
	CRIADORES	41.756.081	2.038.023	3.019.817	46.813.921
	TOTAL	58.806.085	2.158.107	3.591.036	64.555.228
LA RIOJA	COSECHEROS	5.065.496	370.677	389.209	5.825.382
	COOPERATIVAS	62.526.890	3.135.878	4.864.867	70.527.635
	ALMACENISTAS	4.590.681	221.353	30.058	4.842.092
	CRIADORES	97.923.496	6.178.661	5.159.037	109.261.194
	TOTAL	170.106.563	9.906.569	10.443.171	190.456.303
NAVARRA	COSECHEROS	22.068	0	8.908	30.976
	COOPERATIVAS	5.089.768	298.772	55.666	5.444.206
	ALMACENISTAS	88.720	4.685	0	93.405
	CRIADORES	6.754.084	73.306	240.183	7.067.573
	TOTAL	11.954.640	376.763	304.757	12.636.160
TOTAL CAMPAÑA	COSECHEROS	12.621.828	380.471	521.250	13.523.549
	COOPERATIVAS	75.459.300	3.539.740	5.267.549	84.266.589
	ALMACENISTAS	6.352.499	231.238	131.128	6.714.865
	CRIADORES	146.433.661	8.289.990	8.419.037	163.142.688
	TOTAL	240.867.288	12.441.439	14.338.964	267.647.691

De estas producciones, se descontarán los vinos que no superen la fase de Calificación

PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN

EVOLUCIÓN DE LA ELABORACIÓN DE VINO DE RIOJA (L.) 1985 - 2011



4. EVOLUCIÓN DE HECTÁREAS, PRODUCCIÓN DE UVA Y ELABORACIÓN DE VINO

AÑO	HECTÁREAS PRODUCTIVAS			PRODUCCIÓN Kgs. de uva	RENDIMIENTO MEDIO (Kg./Ha.)	ELABORACIÓN AMPARADA / litros.
	TINTO	BLANCO	TOTAL			
1985	29.903	9.094	38.817	241.296.770	6.319	173.346.717
1986	29.936	9.079	39.015	173.529.246	4.448	119.830.258
1987	30.206	9.065	39.271	186.151.310	4.740	133.749.709
1988	33.049	8.997	42.046	180.410.559	4.291	131.082.102
1989	33.851	8.840	42.691	223.279.641	5.230	160.609.524
1990	34.182	8.669	42.851	225.635.498	5.266	161.242.940
1991	34.381	8.509	42.889	213.410.823	4.976	145.345.353
1992	35.848	8.227	44.075	214.637.991	4.870	149.938.412
1993	37.528	8.247	45.775	249.738.789	5.456	173.920.771
1994	38.955	8.238	47.193	241.689.232	5.121	168.843.546
1995	39.267	8.090	47.357	303.643.224	6.412	217.910.968
1996	39.378	7.923	47.301	340.408.707	7.197	244.468.446
1997	39.920	7.844	47.764	359.612.606	7.529	253.574.457
1998	40.679	7.709	48.388	386.776.917	7.993	273.560.471
1999	42.522	7.484	50.006	305.342.334	6.106	216.241.745
2000	44.676	7.339	52.015	490.669.779	9.431	310.801.915
2001	46.999	6.799	53.798	367.989.290	6.848	242.347.992
2002	49.459	6.086	55.545	284.289.535	5.118	196.823.899
2003	51.194	5.386	56.580	437.607.739	7.734	298.418.768
2004	53.161	4.975	58.136	472.281.522	8.124	269.695.002
2005	54.567	4.645	59.212	445.091.696	7.517	273.940.000
2006	55.931	4.458	60.389	421.440.239	6.979	278.180.000
2007	56.569	4.204	60.773	412.617.538	6.789	273.687.537
2008	56.825	4.057	60.882	396.622.326	6.515	272.118.653
2009	57.344	3.926	61.270	412.387.909	6.731	277.558.000
2010	58.109	3.851	61.960	395.196.593	6.378	255.904.080
2011	58.375	3.768	62.143	387.618.868	6.238	267.647.691

5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS EN LA COSECHA 2011 Y BODEGAS EMBOTELLADORAS

LA RIOJA	Hectáreas de Viñedo		Bodegas	LA RIOJA	Hectáreas de Viñedo		Bodegas
	TINTA	BLANCA			TINTA	BLANCA	
ABALOS	658,5	34,92	16	CIDAMON	58,62	0	0
AGONCILLO	172,97	2,43	1	CIHURI	325,36	15,69	0
AGUILAR DEL RÍO ALHAMA	44,2	0	0	CIRUEÑA	26,94	2,46	0
ALBELDA DE IREGUA	133,47	6,15	3	CLAVIJO	171,29	5,28	0
ALBERITE	245,04	16,57	3	CORDOVIN	83,04	39,67	10
ALCANADRE	530,91	19,35	4	CORERA	174,19	4,04	1
ALDEANUEVA DE EBRO	1.396,78	8,89	16	CORNAGO	16,09	0,17	0
ALESANCO	399,47	136,42	3	CUZCURRITA DEL RÍO TIRON	531,44	60,4	5
ALESON	211,32	22,33	2	DAROCA DE RIOJA	12,14	0,3	0
ALFARO	3.681,94	89,56	7	ENTRENA	627,22	84,57	5
ANGUCIANA	48,36	0,77	0	FONCEA	10,98	0	0
ARENZANA DE ABAJO	206,04	20,69	4	FONZALECHE	281,94	15	1
ARENZANA DE ARRIBA	174,75	13,68	0	FUENMAYOR	1.481,03	85,19	26
ARNEDILLO	2,11	0	0	GALBARRULI	127,49	2,84	1
ARNEDO	375,67	8,59	2	GALILEA	184,4	5,03	1
ARRUBAL	4,97	0	0	GIMILEO	99,23	3,48	2
AUSEJO	1.452,23	29,91	2	MIRANDA DE EBRO	56,2	2,86	1
AUTOL	997,79	18,97	2	GRÁVALOS	25,23	8,48	0
AZOFRA	387,98	32,58	1	HARO	1.041,74	87,31	19
BADARAN	422	57,16	5	HERCE	83,66	0,45	0
BAÑARES	88,12	0,19	0	HERRAMELLURI	9,44	0,15	0
BAÑOS DE RIOJA	68,27	13,18	1	HERVIAS	39,85	1,04	1
BAÑOS DE RIO TOBIA	154,94	36,65	3	HORMILLA	278,57	23,03	7
BERCEO	12,06	0,71	0	HORMILLEJA	192,03	22,36	1
BERGASA	267,45	8,56	0	HORNOS DE MONCALVILLO	154,6	25,55	1
BERGASILLAS BAJERA	7,35	0,01	0	HUERCANOS	1.159,98	83,09	2
BEZARES	3,61	0,05	0	IGEA	117,74	0	0
BOBADILLA	20,36	2,66	2	LAGUNILLA DE JUBERA	121,9	3,5	1
BRIÑAS	99,74	4,37	7	LARDERO	70,79	3,84	0
BRIONES	1.256,14	77,13	8	LEIVA	26,68	3,23	0
CALAHORRA	723,49	5,83	3	LEZA DEL RIO LEZA	9,76	1,86	3
CAMPROVIN	143,68	29,05	0	LOGROÑO	967,87	93,74	15
CANILLAS DE RIO TUERTO	91,75	20,26	0	MANJARRES	173,1	23,59	0
CAÑAS	101,61	10,59	0	MATUTE	8,11	0,07	0
CARDENAS	115,53	40,92	3	MEDRANO	266,78	33,64	0
CASALARREINA	70,43	4,35	1	MURILLO DE RÍO LEZA	767,63	7,16	2
CASTAÑARES DE RIOJA	16,98	1,5	0	NAJERA	878,34	150,56	2
CELLORIGO	41,48	0,75	0	NALDA	115,96	8,28	1
CENICERO	1.958,02	101,7	11	NAVARRETE	982,71	108,44	12
CERVERA DE RÍO ALHAMA	395,03	0,84	2	OCÓN	500,49	28,43	0

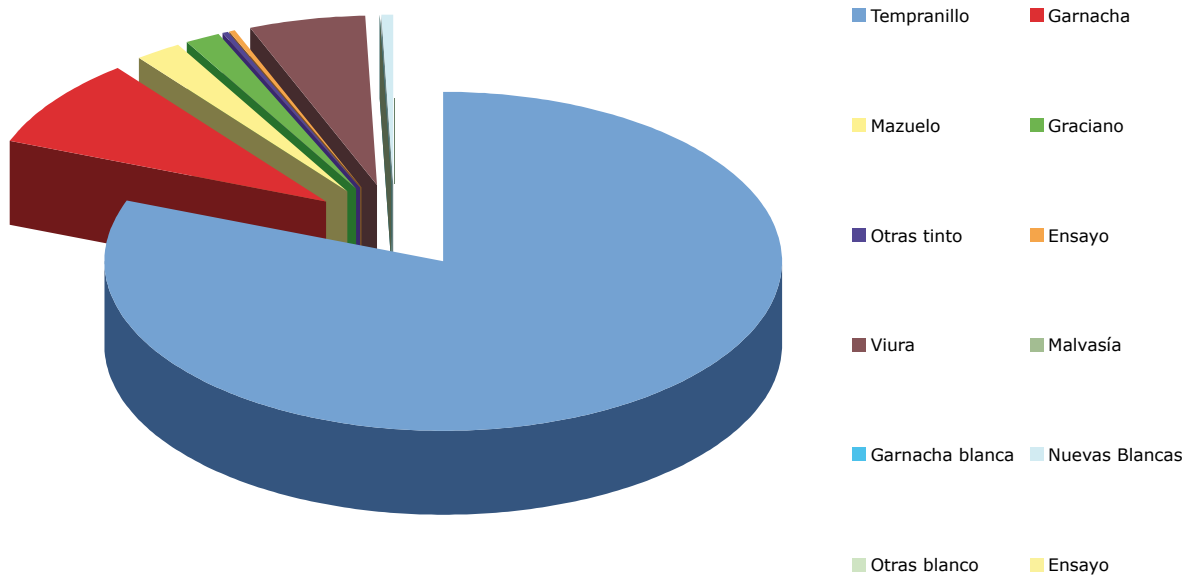
VITICULTURA

5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS EN LA COSECHA 2011 Y BODEGAS EMBOTELLADORAS

LA RIOJA	Hectáreas de Viñedo		Bodegas		Hectáreas de Viñedo		Bodegas
	TINTA	BLANCA			TINTA	BLANCA	
OCHANDURI	32,96	1,03	0	ÁLAVA			
OLLAURI	77,35	4,59	5				
PRADEJON	240,08	0,85	1				
PREJANO	11,07	0,49	0	BAÑOS DE EBRO	474,96	53,69	24
QUEL	549,62	5,32	2	BARRIOBUSTO	213,95	30,44	
EL REDAL	242,26	4,18	0	CRIPAN	166,43	9,36	2
RIBAFRECHA	391,3	18,97	1	ELCIEGO	1.062,12	50,49	17
RINCÓN DE SOTO	204,13	0,11	2	ELVILLAR DE ÁLAVA	817,93	63,52	11
RODEZNO	450,03	5,4	2	LABASTIDA	1.035,49	70,42	15
SAJAZARRA	312,48	4,19	3	LABRAZA	120,34	15,53	0
SAN ASENSIO	1.548,97	324,49	14	LAGUARDIA	3.421,11	236,51	63
SAN MILLAN DE YÉCORA	9,35	0,73	0	LANCIEGO	1.041,62	95,63	16
SANTA COLOMA	5,12	0,25	0	LAPUEBLA DE LABARCA	309,16	27,86	33
SANTA ENGRACIA DE JUBERA	281,33	6,98	0	LEZA	363,63	30,62	7
SANTA EULALIA BAJERA	10,47	0	0	MOREDA	285,4	29,32	2
SAN TORCUATO	13,69	1,45	0	NAVARIDAS	588,39	50,68	8
SAN VICENTE DE LA SONSIERRA	1.720,64	70,52	26	OYON	889,13	45,43	8
SOJUELA	96,38	29,15	0	SALINILLAS DE BURADON	52,73	3,71	0
SORZANO	70,29	6,28	0	SAMANIEGO	493,68	48	13
SOTES	254,3	23,2	1	VILLABUENA DE ÁLAVA	502,73	51,26	36
TIRGO	150,52	4,85	2	YECORA	525,54	23,39	5
TORMANTOS	24,52	1,3	0	TOTAL ÁLAVA			261
TORRECILLA SOBRE ALESANCO	139,27	23,91	0	NAVARRA			
TORRENTALBO	338,42	41,06	1				
TREVIANA	122,38	5,5	0				
TRICIO	145,54	20,85	0	NAVARRA			
TUDELILLA	720,25	7,81	4				
TURRUNCUN	0,51	0,19	0				
URUÑUELA	623,07	48,27	5	ANDOSILLA	913,76	16,74	3
VENTOSA	191,55	16,03	2	ARAS	75,9	1,59	1
VIGUERA	2,23	0	0	AZAGRA	1.433,43	22,97	2
VILLALBA DE RIOJA	300,71	9,96	1	BARGOTA	378,08	12,21	1
VILLAMEDIANA DE IREGUA	318,06	22,52	2	MENDAVIA	1.575,28	28,7	3
EL VILLAR DE ARNEDO	270,72	2,8	3	SAN ADRIAN	600,01	19,81	1
VILLAR DE TORRE	33,79	0,54	0	SARTAGUDA	27,67	0,07	0
VILLARROYA	2,44	0	0	VIANA	1.432,48	82,76	2
ZARRATON	223,98	9,54	0	TOTAL NAVARRA			13
VILLASECA	0,2	0	0				
TOTAL LA RIOJA			309	TOTAL D.O.Ca.RIOJA			583

ESTADÍSTICAS

DISTRIBUCIÓN DE VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA



6. VIÑEDO POR COMUNIDADES Y AÑOS DE PLANTACIÓN (EN HECTÁREAS)

PROVINCIA	Nº Viñed.	2006/2011	2001/2005	1996/2000	1991/1995	1986/1990	1981/1985	1976/1980	1971/1975	.../1970	TOTAL
LA RIOJA	82.578	4.929,25	7.758,8	8.602,1	4.797,75	5.774,1	3.786,1	1.909,23	2.006,17	4.053,54	43.617,08
ÁLAVA	28.971	853,67	2.057,97	1.792,56	1.072,52	1.579,19	1.879,25	684,97	822,98	2.685,61	13.428,76
NAVARRA	9.078	650,9	1.872,79	1.770,11	516,87	1.096,37	497,75	126,06	97,06	150,86	6.778,81
TOTAL	120.627	6.433,83	11.689,57	12.164,78	6.387,16	8.449,16	6.163,11	2.720,27	2.926,22	6.890,02	63.824,67

7. EVOLUCIÓN DEL VIÑEDO INSCRITO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN LA D.O.Ca. RIOJA (EN HECTÁREAS)

Has. Viñedo Inscrito 31-12-1983		VARIACIONES													
		1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
La Rioja	27.395	1.129	1.212	783	1.331	-210	-826	1.417	-28	1.037	878	982	-191	260	1.237
Álava	8.039	596	333	468	291	96	43	395	-40	72	205	269	61	-13	342
Navarra	2.915	135	-14	84	-28	539	249	600	271	161	166	-92	-88	-149	-48
Total	38.349	1.860	1.531	1.335	1.594	425	-534	2.412	203	1.270	1.249	1.159	-218	98	1.531

8. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2011 (EN HECTÁREAS)

VARIEDADES	LA RIOJA	ÁLAVA	NAVARRA	TOTAL VARIEDADES
Tempranillo	34.047,76	12.034,22	5.539,6	51.621,6
Garnacha	4.852,67	135,97	438,37	5.427,02
Mazuelo	1.062,6	104,67	321,21	1.488,48
Graciano	683,24	167,9	202,74	1.053,88
Otras tinto	76,59	2,22	13,79	92,6
Ensayo	85,55	46,07	23,86	155,49
Total tintas	40.808,42	12.491,07	6.539,59	59.839,1
Viura	2.531,83	913,07	170,31	3.615,22
Malvasía	50,4	14,42	1,06	65,89
Garnacha blanca	15,24	0,93	0,57	16,76
Nuevas Blancas	153,36	4,03	64,94	222,34
Otras blanco	54,47	4,79	2	61,26
Ensayo	3,34	0,42	0,32	4,08
Total blancas	2.808,66	937,69	239,22	3.985,57
Total tintas y blancas	43.617,09	13.428,77	6.778,81	63.824,67

10. NÚMERO DE VITICULTORES 2011

	SOCIOS DE COOPERATIVAS	NO SOCIOS
LA RIOJA	6.089	6.841
ÁLAVA	551	2.312
NAVARRA	609	894
TOTAL	7.249	10.047

9. DISTRIBUCIÓN DE VIÑEDOS SEGÚN TAMAÑO DE PARCELAS - 2011

TAMAÑO PARCELA	0-0.10	0.10-0.25	0.25-0.50	0.50-1	1-2	2-3.50	3.50-5	5-7.50	7.50-10	10-15	15-30	30-50	50-100	TOTAL
EN HECTÁREAS	0,09	0,24	0,49	0,99	1,99	3,49	4,99	7,49	9,99	14,99	29,99	49,99	99,99	
Nº PARCELAS	12.686	32.817	33.935	25.976	12.039	2.302	421	262	82	53	45	7	2	120.627
% P/TOTAL	10,52	27,21	28,13	21,53	9,98	1,91	0,35	0,22	0,07	0,04	0,04	0,01	0	100,00
SUPERFICIE	784,75	5.650,52	12.145,54	17.861,65	15.802,68	5.650,68	1.726,52	1.568,08	706,37	626,37	896,14	254,98	150,34	63.824,67
% S/TOTAL	1,23	8,85	19,03	27,99	24,76	8,85	2,71	2,46	1,11	0,98	1,4	0,4	0,24	100,00

EVOLUCIÓN DEL VIÑEDO INSCRITO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN LA D.O.Ca. RIOJA (EN HECTÁREAS)

VARIACIONES														Viñedos Inscritos A 31-12-2011
1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
497	1.250	1.630	2.398	1.029	-10	533	-29	-17	115	197	-540	449	-176,46	43.617,09
288	210	400	323	414	-65	434	-153	-98	73	-49	140	220	134,9	13.428,76
189	470	246	6	379	229	360	204	-10	11	-11	24	14	-33,4	6.778,81
974	1.930	2.276	2.727	1.822	154	1.327	22	-125	199	22	-377	683	-74,95	63.824,67

ESTADÍSTICAS

11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12- 2011 (EN LITROS)

TIPO	COSECHEROS	COOPERATIVAS	ALMACENISTAS	CRIADORES	TOTAL
Blanco	3.898,47	28.856,29	929,89	148.568,93	182.253,58
Rosado	4.362,8	29.066,87	5.041,44	120.284,16	158.755,27
Tinto	148.511,1	1.022.983,91	80.711,31	6.763.708,2	8.015.914,52
TOTAL	156.772,37	1.080.907,07	86.682,64	7.032.561,29	8.356.923,37

12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2011 (EN LITROS)

DEPÓSITO	BARRICA	DEPÓSITO (crianza)*	BOTELLERO	TOTAL.
3.483.112,11	2.580.925,72	1.541.248,9	751.636,64	8.356.923,37

* Vinos de crianza almacenados en depósito

13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2011 (EN LITROS)

AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS	AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS	AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS
CA	6.041,03	1990	119,68	2002	8.463,87
CVC	5.756,34	1991	504,53	2003	19.037,58
1980	291,37	1992	125,95	2004	90.368
1981	1.470,43	1993	269	2005	198.233,75
1982	405,03	1994	3.673,55	2006	220.258,47
1983	122,65	1995	2.038,86	2007	518.991,89
1984	28,70	1996	1.473,51	2008	1.089.332,19
1985	259,34	1997	565,67	2009	1.574.424,65
1986	258,40	1998	4.973,34	2010	1.854.129,05
1987	352,02	1999	6.222,03	2011	2.668.793,16
1988	110,52	2000	26.096,79		
1989	119,67	2001	53.612,35	TOTAL	8.356.923,37

14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS

AÑO	TOTAL BARRICAS	AÑO	TOTAL BARRICAS
1990	546.615	2008	1.261.022
1995	598.000	2009	1.286.738
2000	939.454	2010	1.292.261
2005	1.161.331	2011	1.290.226
2007	1.239.291		



Evolución año 2011:

Altas: 37.106

Bajas: 39.141

Diferencia: -2.035

El número total de barricas de roble de 225 litros para la crianza a fecha 31-12-11 era de 1.290.226 con un descenso de 2.035 sobre el año anterior.

15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31/12/2011

TITULARES	LA RIOJA		ÁLAVA		NAVARRA		TOTAL		BOD. CON REGISTRO DE EMBOTELLADOR	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Criadores	220	221	143	149	12	12	375	382	384	389
Almacenistas	53	55	30	32	0	1	83	88	50	53
Cooperativas	28	28	7	7	2	2	37	37	27	27
Cosecheros	138	138	176	174	1	1	315	313	111	114
Totales	439	442	356	362	15	16	810	820	572	583

16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD A 31/12/2011 (EN MILLONES DE LITROS)

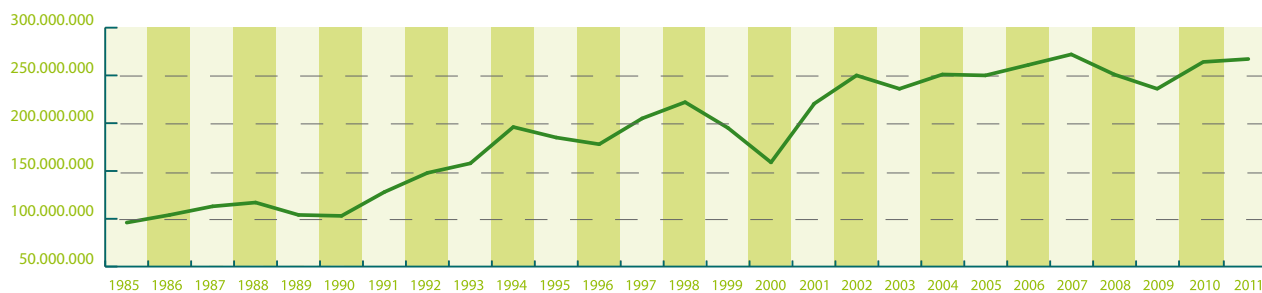
TITULARES	HASTA 1 M.L.	DE 1 A 3 M.L.	DE 3 A 5 M.L.	DE 5 A 10 M.L.	MÁS DE 10 M.L.	TOTAL
Criadores	240	84	18	16	24	382
Almacenistas	82	5	0	1	0	88
Cooperativas	0	10	6	15	6	37
Cosecheros	310	3	0	0	0	313
Totales	632	102	24	32	30	820

17. EVOLUCIÓN DE LA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y CRIANZA DE LAS BODEGAS DE RIOJA (EN LITROS)

1982	DEPÓSITOS	BARRICAS	TOTAL
Criadores	263.830.000	90.999.000	354.829.000
Almacenistas	21.735.500	316.950	22.052.450
Cooperativas	85.481.788	168.750	85.650.538
TOTAL	371.047.288	91.484.700	462.531.988
1993			
Criadores	384.192.438	129.988.098	514.180.536
Almacenistas	30.302.683	295.453	30.598.136
Cooperativas	127.009.238	1.024.690	128.033.928
Cosecheros	166.714.775	0	166.714.775
TOTAL	708.219.134	131.308.241	839.527.375
1998			
Criadores	480.071.856	179.134.425	659.206.281
Almacenistas	37.955.757	0	37.955.757
Cooperativas	167.989.951	2.024.159	170.014.110
Cosecheros	179.896.084	0	179.896.084
TOTAL	865.913.648	181.158.584	1.047.072.232
2011			
Criadores	766.522.226	281.422.435	1.047.944.661
Almacenistas	31.695.772	0	31.695.772
Cooperativas	255.138.620	9.866.100	265.004.720
Cosecheros	57.876.886	0	57.876.886
TOTAL	1.111.233.504	291.288.535	1.402.522.039

18. EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA 1985-2011 (EN LITROS)

Años	Mercado Interior		Mercado Exterior		Total ventas	
	LITROS	% S/AA	LITROS	% S/AA	LITROS	% S/AA
1985	67.743.375	-----	28.633.625	-----	96.377.000	-0,35
1986	74.651.578	10,70	29.902.122	4,43	104.553.700	+8,48
1987	77.442.665	3,74	35.665.935	19,28	113.108.600	+8,18
1988	82.894.300	7,04	34.301.700	-3,82	117.196.000	+3,61
1989	77.784.543	-6,16	26.631.578	-22,36	104.416.121	-10,90
1990	77.252.631	-0,68	26.029.946	-2,26	103.282.577	-0,61
1991	99.841.642	29,2	29.137.809	11,9	128.979.451	24,28
1992	114.478.913	14,6	34.362.372	17,9	148.841.285	15,40
1993	120.199.494	5	38.722.771	12,7	158.922.265	6,77
1994	139.918.321	16,4	56.790.139	46,6	196.708.460	23,78
1995	125.953.908	-9,98	59.116.887	4,1	185.070.795	-5,92
1996	119.444.519	-5,46	58.846.727	-0,46	178.291.246	-3,66
1997	137.458.184	15,08	67.781.317	15,18	205.239.501	15,11
1998	150.682.311	9,47	71.550.035	5,5	222.232.346	8,15
1999	138.445.732	-8,13	57.133.801	-20,67	195.579.533	-11,99
2000	120.119.230	-13,24	39.858.918	-30,24	159.978.148	-18,20
2001	159.986.313	33,28	60.405.880	51,53	220.392.193	37,83
2002	178.115.778	11,27	72.097.169	19,33	250.212.947	13,48
2003	170.209.213	-4,43	66.138.317	-8,26	236.347.530	-5,54
2004	182.308.591	7,10	69.027.451	4,36	251.336.042	6,34
2005	179.565.974	-1,57	71.230.807	3,19	250.796.781	-0,26
2006	182.715.391	1,75	78.965.590	10,86	261.680.981	4,34
2007	187.461.381	2,59	84.589.517	7,12	272.050.898	3,96
2008	171.992.928	-8,25	79.916.305	-5,52	251.909.233	-7,40
2009	163.672.090	-4,89	72.425.805	-9,38	236.097.895	-6,31
2010	181.262.567	10,75	85.855.264	18,53	267.117.831	13,14
2011	176.985.130	-2,42	91.920.407	7,06	268.905.537	0,62



COMERCIALIZACIÓN

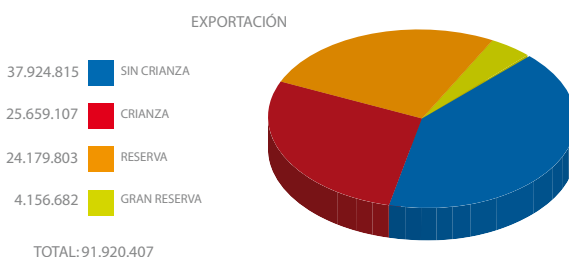
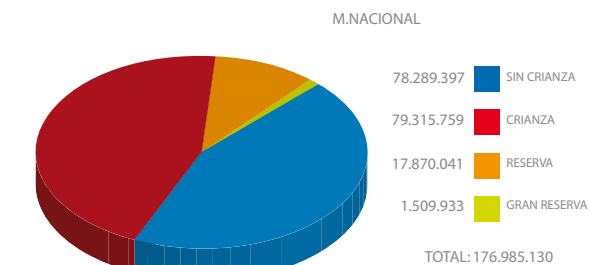
ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA EN EL AÑO 2011

Tipo Vino	MERCADO	SIN CRIANZA	% S/AA	CRIANZA	% S/AA	RESERVA	% S/AA	GRAN RESERVA	% S/AA	TOTAL	% S/AA
Blanco	Interior	9.413.019	-7,70	56.501	-11,61	13.663	-30,52	4.926	-64,65	9.488.109	-7,84
	Exterior	4.778.626	12,53	29.498	24,28	22.858	13,11	2.615	-55,05	4.833.597	12,51
	SUMA	14.191.645	-1,75	85.999	-1,89	36.521	-8,41	7.541	-61,82	14.321.706	-1,85
Rosado	Interior	8.540.973	-7,37	8.018	9.211,36			648	140,65	8.549.639	-7,26
	Exterior	4.761.679	45,74	657	-72,49			12.686	40,71	4.775.022	45,64
	SUMA	13.302.652	6,52	8.675	277,17			13.334	79,66	13.324.661	6,62
Tinto	Interior	60.335.405	-0,59	79.251.240	-1,53	17.856.378	-6,58	1.504.359	-4,16	158.947.382	-1,80
	Exterior	28.384.510	9,85	25.628.952	4,32	24.156.945	-0,95	4.141.381	18,65	82.311.788	5,14
	SUMA	88.719.915	2,52	104.880.192	-0,16	42.013.323	-3,43	5.645.740	11,57	241.259.170	0,46
TOTAL:	Interior	78.289.397	-2,28	79.315.759	-1,53	17.870.041	-6,61	1.509.933	-4,55	176.985.130	-2,42
	Exterior	37.924.815	13,70	25.659.107	4,33	24.179.803	-0,94	4.156.682	18,58	91.920.407	7,06
	SUMA	116.214.212	2,42	104.974.866	-0,16	42.049.844	-3,43	5.666.615	11,39	268.905.537	0,62

EXPORTACIÓN EN 2011 POR PAÍSES

País	Litros	% s/Total
Reino Unido	30.655.297	33,35
Alemania	18.191.102	19,79
Estados Unidos	8.567.546	9,32
Suiza	6.507.945	7,08
Holanda	3.091.505	3,36
Suecia	3.022.369	3,29
Bélgica	2.320.274	2,52
Irlanda	2.193.966	2,39
México	1.959.150	2,13
China	1.743.462	1,90
Resto Países	13.667.791	14,87
Total 2011	91.920.407	100,00

COMERCIALIZACIÓN POR CATEGORÍAS AÑO 2011





Denominación de Origen Calificada

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA RIOJA
Estambrera, 52. LOGROÑO 26006 (La Rioja) ESPAÑA. Tel. 941 500 400. Fax: 941 500 664 Pref. Int. 34
INTERNET: <http://www.riojawine.com> - E-mail: info@riojawine.com