



Reciente campaña de comunicación 'Saber quién eres' con nuevos y originales mensajes e ilustraciones.

Rioja regula nuevas indicaciones en el etiquetado

'Normas de Campaña' para la vendimia 2019

Las bodegas de Rioja apuestan fuertemente por el turismo MICE*.

Regulación de nuevas indicaciones en el etiquetado de Rioja

El Pleno del Consejo Regulador ha modificado los requisitos a cumplir por las etiquetas de los vinos de la Denominación de Origen Calificada Rioja con el objetivo de enriquecer la información que en ellas se facilita a los consumidores. Esta regulación del uso de diferentes indicaciones referidas al viñedo y a los métodos de elaboración no solo permitirá ofrecer al consumidor una mayor y, como siempre, fiable información sobre el origen del producto, sino que también demuestra una vez más que Rioja es una marca vibrante y dinámica.

A partir de ahora, de una manera ordenada, las bodegas podrán incorporar a sus etiquetas estas nuevas referencias, una información adicional que se podrá utilizar únicamente cuando por trazabilidad se demuestre que el vino ha sido elaborado de dicha forma o empleando dichas técnicas. “Se asegura así la transparencia y veracidad que caracterizan a Rioja”, afirmaba el presidente del Consejo Regulador, Fernando Salamero.

Los nuevos términos regulados son el fruto de una línea de trabajo desarrollado por la Comisión de Reglamento del Consejo Regulador, que se ha comprometido a llevar a cabo una revisión semestral para la

inclusión o desarrollo de las menciones siguientes:

Vinos ‘madurados en bodega’:- Esta expresión no podrá utilizarse en combinación con dibujos, expresiones o menciones relativas a la bodega, roble o madera y tampoco cabrá el uso de expresiones relativas a ‘envejecido’ o ‘aged’.

‘Ediciones o colecciones seleccionadas y limitadas’:- Esta figura deberá comunicar en qué consiste la colección, selección o edición, así como el volumen total del lote. La inclusión será potestativa.

‘Viñas viejas, centenarias o prefiloxéricas’:- Estas menciones podrán utilizarse siempre y cuando se acredite una edad mínima de 35 y 100 años en viñas viejas y centenarias respectivamente, debiendo ser anteriores a 1900 en el caso de las prefiloxéricas. El vino tendrá que haber sido elaborado con al menos el 90% de la uva procedente de dichos viñedos.

‘Viñedos de altura’:- Deberá acreditarse que la altura mínima del viñedo es de 550 metros sobre el nivel del mar y que el vino se ha elaborado con al menos el 90% de la uva procedente de dichos viñedos.

‘Viñedos en propiedad’:- Deberá acreditarse que el vino procede de viñedos propiedad de la bodega – o

grupo empresarial que ostenta la titularidad de las instalaciones – o disponer en exclusiva de cualquier título jurídico válido que acredite que la producción resultante sea por un periodo mínimo de 10 años de forma ininterrumpida. El 90% de la uva procederá de dichos viñedos.

‘Embotellado en la propiedad’:- Se podrá utilizar esta expresión únicamente cuando la marca sea propiedad de la bodega o grupo empresarial que ostenta la titularidad de las instalaciones.

‘Nuevas elaboraciones con lías, hormigón, tinajas de barro’:- Estas menciones de elaboración se podrán utilizar cuando, por trazabilidad, se demuestre que el vino ha sido elaborado de dicha forma. Excluye la expresión ‘madurado’.

El término ‘cosecha’ deberá acompañarse siempre con la añada. Toda expresión registrada no podrá destacar sobre el signo distintivo exclusivo de la marca ni sobre el nombre de la Denominación ni el término tradicional que la acompaña debajo. No se considerarán menciones aquellos términos que hagan referencia a las cualidades organolépticas del vino. A su vez, las condiciones edafológicas podrán ser mencionadas en las contraetiquetas informativas.

Ajuste de tiempos en la ‘crianza’ de blancos y rosados

El Pleno ratificó un acortamiento del tiempo de envejecimiento requerido para el uso del término tradicional ‘crianza’ en los vinos blancos y rosados, que ha quedado fijado en un mínimo de 18 meses. El envejecimiento en bodega de roble de 225 litros se realizará de forma continuada y sin interrupción durante un mínimo de seis meses, seguido y complementado con el envejecimiento en botella hasta completar los 18 meses.

Esta actualización es consecuencia del interés por parte del sector en la elaboración de vinos blancos y rosados y permitirá adelantar su salida al mercado en seis meses a fin de aprovechar la primavera, época de mayor consumo. Por otro lado, este menor tiempo de envejecimiento exigido para la categoría ‘crianza’ permitirá evitar solapamientos con los vinos blancos y rosados etiquetados con la categoría ‘reserva’ y remarcará la diferencia del tiempo de envejecimiento que hay entre ambas categorías.



‘Normas de Campaña’ para la vendimia 2019

El Pleno del Consejo aprobó el pasado 17 de julio las Normas de Campaña 2019, que este año contemplan la entrada en bodega de un rendimiento por hectárea equivalente al 110% del establecido para variedades tintas (hasta 7.150 kg) y 106% del determinado para variedades blancas (hasta 9.540 kg).

Como se recordará, el pasado mes de octubre el Pleno acordó un rendimiento de campaña del 101% (6.565 kg por hectárea) para variedades tintas. Sobre los 585 kg restantes (9%), el viticultor, de común acuerdo con la bodega en la que se entreguen, podrá constituir un stock cualitativo. Fruto de las mejoras operativas derivadas de la experiencia, las normas añaden una revisión del stock, que este año será aplicado únicamente a uva tinta y que se constituirá en una sola bodega, siendo necesario que viticultor y bodega formalicen su acuerdo y presenten el documento antes de efectuar la declaración de elaboración y, como tarde, el 15 de noviembre.

En el caso de las uvas blancas, el rendimiento máximo amparable será hasta de 9.090 kg por hectárea, equivalente al 101% del establecido. Los 450 kg restantes (5%) serán admitidos como provenientes de desviaciones por causas climatológicas y la transformación que resulte será vino no amparado. En lo que se refiere al rendimiento de transformación, el ratio para este año se fija en 71 litros de vino por cada 100 kg de uva, rendimiento máximo que será del 65% para los vinos procedentes de Viñedos Singulares y del 62% para los espumosos blancos y rosados de calidad. En el caso de elaboraciones de carácter especial, como las de vinos blancos y rosados fermentados en barrica, así como dulces y semidulces, se deberá comunicar al Consejo antes del inicio de la vendimia.



Reunión con el ministro de Agricultura

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, acompañado por una delegación del ministerio, mantuvo a primeros de febrero un encuentro privado en la sede del Consejo Regulador con los representantes del sector, que le expusieron las decisiones estratégicas que van a conformar su hoja de ruta para los próximos años y los desafíos que afrontará la DO en el futuro, para cuya superación el ministro ofreció su máxima colaboración. Luis Planas destacó “la ineludible aportación de valor añadido que suponen las Denominaciones de Origen para todos los operadores que las integran” y subrayó “la importancia que tiene el vino de Rioja, que se comprueba cuando uno viaja por el mundo, lo que le permite sentirse orgulloso de contar con este producto entre sus cartas de presentación”. Los vinos de Rioja, afirmó el ministro, “hablan de un Rioja fuerte, unido y único, sin perjuicio de la riqueza y diversidad que se puede encontrar a lo largo y ancho de la región, y que constituye el pilar más importante para su éxito futuro”.



Calificación ‘Buena’ para la cosecha 2018.- El Consejo Regulador ha otorgado la valoración oficial de ‘Buena’ a la cosecha de 2018 tras un riguroso y transparente procedimiento de calificación consistente en el análisis y la cata de la totalidad de los vinos elaborados que van a salir al mercado. El alto nivel de exigencia para obtener la calificación mantiene a Rioja como referente de la máxima calidad tras catar más de 5.245 muestras. El objetivo es “certificar la calidad de todas las elaboraciones, reflejando de una manera fiel y palpable lo que ha sido la cosecha”, explica Pablo Franco, director del Órgano de Control del Consejo Regulador. Los requerimientos para superar el examen de calificación se han elevado en los últimos años, incorporándose parámetros más exigentes, con la meta de que Rioja siga manteniéndose como referente clave de los vinos de calidad.

Entre las características que definen el perfil medio de los vinos de la cosecha 2018, cuya graduación media es ligeramente inferior a la de los años anteriores, cabe destacar la finura de los tintos, con colores intensos y vivos, así como su armonía en boca. Por otro lado, el Pleno del Consejo ha valorado muy positivamente la gran calidad de los vinos blancos de esta cosecha y en especial el carácter y la personalidad de las variedades autóctonas de Rioja, que han ofrecido vinos de gran intensidad aromática y muy buena estructura en boca.



El crecimiento en valor refuerza el liderazgo del vino de Rioja

El estudio realizado por la consultora Nielsen sobre el comportamiento de Rioja en el mercado español en 2018 destaca un nuevo e importante aumento del valor frente al descenso registrado en volumen, crecimiento en valor mucho más significativo en la hostelería, canal de mayor valor añadido donde Rioja crece un 8,3%, por encima del 7,6% de la categoría 'vino con DO'. No obstante, las conclusiones del estudio revelan que 2018 no fue un buen año para las ventas de vino en España, donde el segmento con DO cayó un 0,5%.

En este contexto, tal como evidenciaron las estadísticas anuales del Consejo Regulador, diversas razones, como los efectos de una complicada cosecha de 2017 y una climatología que no animó al consumo en 2018,

repercutieron negativamente en las ventas de Rioja, que según datos Nielsen experimentaron un retroceso del 3,9%. Según los datos estadísticos del Consejo, Rioja cerró la comercialización de un complicado 2018 con una caída de las ventas del 7,35% (-5,12% en el mercado español y -11% en exportación), que supuso la puesta en el mercado de 360 millones de botellas, casi 29 millones de botellas menos que el año anterior y una relación entre existencias y salidas de 3,14 (frente a la ratio de 2,68 en diciembre del año 2017).

La caída del mercado del vino con DO se concentra en el canal alimentación (-1,1%), donde denominaciones menores que compiten por precio aguantan mejor sus posiciones, lo cual genera una pérdida relativa de cuota

480 M de euros en exportaciones.- Según datos de aduanas presentados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv), las exportaciones de vino con DOCa Rioja alcanzaron en 2018 los 101,5 millones de litros, que suponen el 31% de las exportaciones españolas de vino tranquilo con D.O. En términos de valor, este porcentaje aumenta hasta el 40%, alcanzando los 480,6 millones de euros. El precio medio en exportación del vino con DOCa Rioja es un 48% superior al del resto de los vinos con DO españoles. Se sitúa, por tanto, en los 4,74 €/litro, que suponen una revalorización del 7% respecto al precio medio registrado en 2017. Si lo comparamos con el precio medio del litro de vino total exportado por España (1,03 €), el diferencial de los vinos con DOCa Rioja se eleva hasta el 361%.

Analizando el comportamiento de los 12 mercados clave de Rioja, se observa cómo la DOCa supone casi un tercio del total de los euros vendi-

dos a los mismos en la categoría de vinos españoles no espumosos (83% del valor y 84% del volumen). No obstante, 2018 no fue un buen año para las ventas en mercados destacados como Reino Unido, Alemania y Suiza, donde se vieron resentidas tanto en volumen como en valor, siendo dichas caídas más moderadas en EEUU, Holanda, Suecia y China.

Rafael del Rey, director general de la Fundación Observatorio Español del Mercado del Vino, destaca "la apuesta por el fortalecimiento del valor a través de un incremento de precios y la segmentación de las carteras, basada en una buena red comercial así como la creciente diversificación hacia otros mercados en mayor desarrollo". Además, del Rey destaca "la solidez de los mercados estratégicos" haciendo referencia a Reino Unido "donde Rioja mantiene un apabullante 53% del volumen y 64% del valor sobre vinos importados de España".



en volumen para Rioja en dicho canal. Buena parte del comportamiento positivo en valor de Rioja se debe a su curva ascendente en vinos blancos, que a pesar de un parón circunstancial en 2018, mejoran una décima su participación en hostelería (5,0%). También se fortalecen los vinos criados en el mismo canal, que pese a su amplísimo liderazgo, continúan ganando cuota en las categorías Crianza (77,1%), Reserva y Gran Reserva (67,5%). El informe de Nielsen concluye afirmando que Rioja representa el 37% de las ventas de vinos con DO en España y que tres de cada diez botellas de vino de calidad que se beben en nuestro país son vinos de Rioja, magnitud que se eleva a 8 de cada 10 cuando se trata de los vinos de mayor valor, es decir, los tintos criados consumidos en hostelería.

El presidente del Consejo Regulador, Fernando Salamero, subrayó en la presentación del estudio "la importancia del crecimiento en valor, recordando que el plan estratégico de Rioja reitera su apuesta por la generación de éste, objetivo prioritario para el crecimiento de la región". "La situación en Rioja es de equilibrio y contamos con herramientas suficientes para poder afrontar el próximo ejercicio con tranquilidad". "Desde el departamento de marketing de la Denominación se está trabajando en la recuperación de la posición de Rioja en los lineales de alimentación. Para ello, la campaña de promoción focalizará sus labores para reforzar el valor y la percepción de la marca Rioja, especialmente entre los consumidores más jóvenes y mujeres comunicando con nuevos códigos y en nuevos escaparates", concluye el presidente.

Según el responsable de desarrollo de Nielsen, Ricardo Alcón, "la apuesta por el valor es clave en la estrategia de las ventas de Rioja al observarse en esta comparativa interanual cómo, a pesar de la compleja situación que vivió el mercado en 2018, Rioja continúa siendo el agente principal de la revalorización de la categoría vino con D.O."

'Saber quien eres' aterriza en Nueva York

'Saber quién eres' es la innovadora estrategia de posicionamiento de marca y comunicación puesta en marcha en 2018 por el Consejo Regulador y que define los valores de la región a través de un nuevo mensaje global en español. El lanzamiento mundial de 'Saber quién eres' ha constado de una campaña publicitaria global y local en prensa, radio, exterior y digital, así como la realización de diversos eventos de presentación en los mercados clave para los vinos de Rioja: España, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Canadá, China, Dinamarca, Holanda, Irlanda, México, Rusia y Suiza. Para Iñigo Tapiador, director de Marketing del Consejo Regulador, "Saber quién eres, es un mensaje que conecta el vino de Rioja con los consumidores de una manera accesible, es un concepto que captura los valores más intrínsecos de Rioja: tradición, la diversidad y origen". "Con esta nueva campaña Rioja demuestra que está por encima de modas pasajeras, apostando siempre por sus valores más auténticos".

El pasado mes de febrero, el Consejo realizó en Nueva York una de las últimas presentaciones de su mensaje mundial de marca 'Saber quién eres' y las últimas novedades de la DO, en especial las nuevas indicaciones geográficas, en un evento que contó con reconocidos prescriptores, profesionales de la prensa y del sector del vino. Ana Fabiano, directora del Programa de Punto de Venta y embajadora de la marca en Estados Unidos, ofreció una ponencia donde profundizó sobre las últimas novedades de Rioja, cuyo objetivo es "resaltar el origen único del terroir, reconocer esa diversidad y continuar estableciendo requisitos de calidad que aseguren el alto nivel de los vinos de Rioja en todo el mundo".



Conferencia de Ana Fabiano, directora del Programa de Punto de Venta y embajadora de Rioja en Estados Unidos.



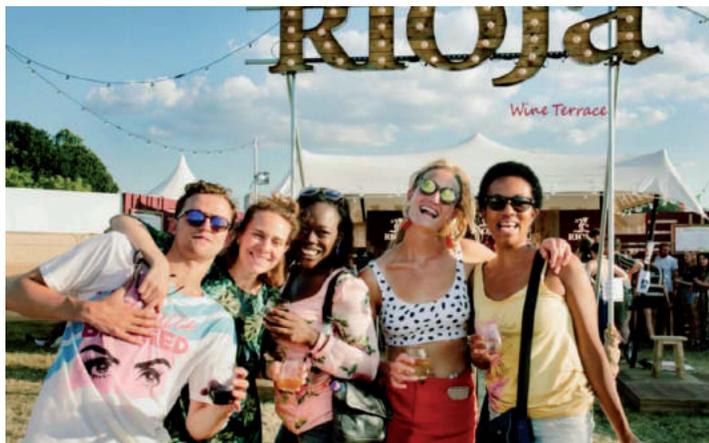


El interior de China se interesa por Rioja

Las ciudades chinas de Kunming (Yunnan) y Nanning (Guangxi), ambas en el sur del país y con un emergente mercado del vino, albergaron el Roadshow anual del vino de Rioja que en esta edición ha batido récords. Han sido 300 vinos, de 62 bodegas, las que se han dado cita en una gira que ha albergado a más de 500 asistentes profesionales. Reunió a más de 250 personas en Kunming y a más de 300 en Nanning, entre los que se encontraban destacados importadores, distribuidores, minoristas, educadores y los principales medios de opinión de cada uno de los mercados.

Los vinos de Rioja 'refrescan' el verano británico

La agenda social de este verano en Reino Unido e Irlanda contempla festivales de música, seminarios, ferias, maridajes y catas dirigidas, donde los verdaderos protagonistas serán los vinos de Rioja. Rioja ha participado en junio en 'Taste of Dublin', la prestigiosa feria gastronómica irlandesa donde se habilitó un espacio propio que incluía una zona 'wine bar' y otra educativa. Además, el experto en vinos Kevin Ecock fue el encargado de impartir varios seminarios que sirvieron para dar a conocer al gran público asistente las últimas novedades sobre Rioja. Durante todo el mes de junio, Rioja llevó a cabo una colaboración con British Airways, la principal aerolínea de Reino Unido, en las diferentes salas VIP de las terminales 3 y 5 del aeropuerto de Heathrow. Estas actividades son solo las primeras de una serie de acciones, enmarcadas dentro del plan de promoción internacional, donde participará la región este verano. Los vinos de Rioja continuarán estando presentes en los festivales de música Wilderness, en Oxfordshire, y Port Elliot, en Cornwall en los meses de julio y agosto. Allí, la terraza de Rioja volverá a abrirse para ofrecer una amplia variedad de vinos, blancos, tintos y rosados. Además, el reconocido presentador de televisión Raúl Díaz dirigirá varias catas ofreciendo un original recorrido por la singularidad del Rioja en un ambiente festivo y cercano.



Salón de Nuevas Indicaciones Geográficas

Rioja ha presentado en Bilbao un renovado planteamiento para sus etiquetados, en un Salón de Nuevas Indicaciones Geográficas en el que han participado 75 vinos de la Denominación. Estas referencias, presentadas en Azkuna Zentroa a más de 250 profesionales vascos y representadas por 50 bodegueros, responden a la nueva regulación que la Denominación puso en marcha en 2017 mediante la implantación de un sistema de trazabilidad para los Vinos de Municipio, idéntico a los de zona puesto en marcha en 1998, y la aprobación de nuevas figuras como vinos de Viñedo Singular o Espumosos de calidad, que permite que los nombres de los municipios aparezcan en el etiquetado. Estas nuevas figuras aumentan la visibilidad de unidades geográficas de menor tamaño, precisando y certificando, en la propia etiqueta, el origen concreto de los vinos.

Gran acogida en Prowein a las novedades de Rioja

Por quinto año consecutivo, el Consejo Regulador ha participado con un stand multi - experiencia en Prowein, la feria internacional número uno del sector celebrada en Düsseldorf en marzo. El objetivo es aportar valor añadido a la destacada representación de casi 170 bodegas riojanas que acuden a la feria. En el espacio 'Master class arena', dedicado a la formación, ha recibido la visita de 600 profesionales interesados en las últimas novedades de los vinos de Rioja a través de 12 seminarios que han impartido los reconocidos prescriptores Tim Atkin, David Schwarzwälder, Yvonne Heistermann, Peer F. Holm, Marco Antonio Aguado y Jürgen Mathäß.



Mes de Rioja en Suiza

Durante el mes de mayo, los vinos de Rioja han sido los protagonistas de varios de los eventos gastronómicos más reconocidos en Suiza, estando presentes en el popular festival 'Food Zurich' que acogió a más de 75.000 visitantes, en unos grandes almacenes de Jelmoli, zona próxima a la estación central, y en una presentación privada en el estadio de fútbol de Basilea a más de cien profesionales del sector, entre los que se encontraban importadores, compradores, restauradores y los principales medios especializados, de la herramienta de comunicación 'Rioja trade booklet', un catálogo anual donde se detallan las cualidades de la región y de los vinos de Rioja.

PUBLICACIONES

Visión general sobre la evolución de Rioja

Editada con el objetivo ofrecer una completa información sobre la situación de la Denominación y sobre las actividades desarrolladas por el propio Consejo Regulador, esta publicación de 80 páginas describe la estructura y funcionamiento de la gestión y control que se desarrollan en el seno de la entidad, presenta un resumen de los acuerdos más importantes adoptados por el Pleno, detalla cómo se aplican los recursos económicos con que se financia el Consejo e incluye un completo dossier estadístico, información que conforma un compendio de gran utilidad como obra de consulta, disponible en formato PDF en la web del Consejo.



Un libro y un Rioja

Leyre Chordá, alumna de la Escuela de Diseño de La Rioja, ha recibido el premio 'Un libro y un Rioja, el placer de la cultura', iniciativa con la que se celebra 'El Día del Libro' en Rioja. La acción cuenta con el apoyo de los librerías riojanas, el Consejo Regulador y la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja.



Representantes de las bodegas y del Consejo Regulador que asistieron a la sesión formativa Eno MICE Rioja.

Las bodegas de Rioja apuestan fuertemente por el turismo MICE*.

Dentro de la línea de trabajo de impulso de la actividad enoturística, el Consejo Regulador ha puesto en marcha el Plan Eno MICE, una iniciativa cuyo objetivo es favorecer la comercialización del territorio de las bodegas de la Denominación. En la primera sesión formativa, celebrada el pasado 10 de julio con la asistencia de 61 bodegas, la experta en turismo empresarial Alicia Estrada explicó las bases de un plan 360° que arranca con la formación y se completará con la elaboración de un manual de trabajo que servirá para presentar la oferta enoturística del destino a los profesionales de la industria a través de actividades generadoras de negocio, como un FAM TRIP de agencias especializadas en octubre y un posterior encuentro en el mes de noviembre con "event planners" de las industrias más punteras.

Alicia Estrada animó a las bodegas a darse a conocer, ya que actualmente "el sector corporativo conoce poco o nada el mundo del enoturismo". "Por lo tanto, el potencial de negocio para las bodegas de una Denominación referente como es Rioja es enorme y es el momento perfecto para profesionalizarlo y trabajar de manera diferente el turismo corporativo". Según esta experta, "Rioja ha demostrado ser capaz de enamorar al visitante vacacional con paisaje, arquitectura, historia y gastronomía en un ámbito en el que ya recibe más de 810.000 visitas a bodegas al año". Concluye Alicia Estrada destacando "la importancia de que al hablar a este público en concreto, las bodegas deben saber adaptar su mensaje y realizar un mayor énfasis en aspectos diferenciales y atractivos para dar a conocer el destino como región referente en ofrecer turismo de máxima calidad".



José Luis Lapuente, director general del Consejo Regulador, subrayó "la gran acogida que ha recibido la actividad por parte del sector bodeguero, ratificando así los datos que arroja el monitor de Rioja sobre el fenómeno enoturístico en una Denominación que ofrece un destino turístico ya maduro y de alta calidad, cuyo impacto socio económico se estima en 166 millones de euros, de los que más de 55 millones se generan en las bodegas.

* *Meetings (Encuentros), Incentives (Incentivos), Conferences (Conferencias) and Exhibitions (Ferias).*

