

Gran hito en Rioja

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación reconoce 84 viñedos singulares de 50 bodegas de Rioja



Vinos de Zona, de Municipio y de Viñedos Singulares en la 'Plaza Mayor de Rioja' de Madrid y Sevilla



El Consejo aprueba un presupuesto de 16.717.062 € para 2020

La cosecha 2019 de Rioja podría ser "memorable"

Manual para atraer el turismo de negocio al vino de Rioja

El Consejo Regulador aprueba un presupuesto de 16.717.062 € para 2020

PLENO 21/12

El Pleno del Consejo Regulador aprobó el pasado 20 de diciembre un presupuesto de 16.717.062 euros para el próximo ejercicio 2020, lo cual da continuidad al ambicioso compromiso de inversión y visión de futuro adquirido por el sector en los últimos años. De hecho este próximo 2020 va a suponer el pistoletazo de salida para la nueva estrategia de Rioja, en la que además de dar continuidad a las campañas promocionales en un total de 11 países, los planes del Consejo Regulador comprenden proyectos globales novedosos como la puesta en marcha de 'Rioja Wine Academy', un ambicioso plan de especialización en materia enoturística y el lanzamiento de un nuevo Plan Estratégico para la Denominación.

La distribución del Presupuesto de Gastos para 2020 se costea enteramente por el sector, implicando que las bodegas sufraguen un 57,8% y los viticultores el 42,2% restante. "La apuesta presupuestaria no es otra que seguir trabajando para mejorar el posicionamiento de Rioja y continuar consolidándonos como la Denominación líder que somos" afirma el presidente del Consejo Regulador, Fernando Salamero. "Focalizar nuestras campañas en aportar valor a Rioja tiene que ser el objetivo, sobre todo en un momento complicado como es



el actual". Este momento, afirma el presidente, "es clave para el futuro de Rioja ya que estamos inmersos en el desarrollo de un nuevo plan estratégico, la ruta de trabajo que base los pilares para los próximos años". Tras la culminación del Plan Estratégico del Vino de Rioja 2005 – 2020, la Denominación vuelve a trazar una hoja de ruta con horizonte 2030, que dará lugar a un nuevo Plan. Éste se desarrollará con el objetivo de generar reconocimiento y valor e integrará nuevas claves como la sostenibilidad, todo ello con objeto de asegurar el éxito futuro de Rioja.

Mejoras en el sistema de certificación

En lo relativo a control de producto, 2020 se prevé como el año en el que confirmar la implantación de un sistema de certificación basado en los criterios de la norma UNE-EN ISO/IEC 17065:2012, norma que viene a reforzar al actual sistema de inspección, ya acreditado por ENAC, especialmente en materia de garantía de origen. Todos estos controles vienen soportados por Nimbus, una nueva plataforma informática que da apoyo a las bodegas y sirve de evidencia en la obligación de disponer de un sistema de autocontrol documentado. De esta manera, se aporta una importante mejora que se traduce en una mayor garantía al consumidor. Además se han aprobado algunas actualizaciones en los requisitos mínimos a cumplir por los etiquetados así como el alcance de estas leyendas en las contraetiquetas informativas.

El 60% del presupuesto se destinará a promoción

El argumento clave en la comunicación y promoción de Rioja en 2020 será proyectar una imagen de máxima calidad en el conjunto de las acciones de promoción, empleándolas como escaparate de los mejores vinos de la denominación. Iñigo Tapiador, director de Marketing del Consejo Regulador, afirmaba que "las campañas de Rioja que hay detrás de estos presupuestos tienen como objetivo fundamental conectar con audiencias más jóvenes y trabajar la dimensión de prestigio de nuestra marca, buscando un incremento en el valor de las ventas, particularmente en el caso de mercados consolidados como pueden ser España o el Reino Unido". "En los mercados donde el conocimiento de Rioja es menor, la clave va a estar en construir notoriedad de marca mediante mensajes y atributos muy centrados en el producto, donde nuestra calidad jugará una baza muy importante". Las campañas de España, EEUU, China y Reino Unido siguen siendo, por ese orden, las de mayor envergadura, habiéndose reforzado también las partidas destinadas a Alemania y Canadá.

En el apartado de proyectos globales, destaca el lanzamiento de 'Rioja Wine Academy', una revisión del proyecto de 'Educadores Oficiales de Rioja', en el que se han reforzado los contenidos y las herramientas didácticas mediante una plataforma de e-learning que se abre a nuevos públicos con el objetivo de aumentar exponencialmente la comunidad de "embajadores de marca" a nivel nacional y especialmente internacional.

Las iniciativas relacionadas con el enoturismo también se consolidan en 2020, reforzando nichos de especialización ya trabajados en 2019 como el turismo MICE (corporativo) y añadiendo otros como el turismo familiar y el segmento premium. Teniendo siempre presente el objetivo de incremento de valor y prestigio de la Denominación, los planes de promoción del Consejo dedican también un apartado especial a la comunicación dirigida a profesionales y prescriptores del sector para quienes se ha establecido un programa de actividades centrado en acercarles los vinos de Rioja de mayor calidad de cada categoría mediante encuentros en distintas localizaciones.

La cosecha 2019 de Rioja podría ser “memorable”

Tras el temprano ‘cierre oficial’ de vendimia el 15 de octubre, el balance final de la cosecha 2019 ha sido de 385 millones de kg de uva recolectados (342 de uva tinta y 43 de uva blanca), una cosecha un 20% menor que la del pasado año 2018. A la vista de los primeros vinos presentados al proceso de calificación, desde el Consejo Regulador se destaca el equilibrio entre ph, acidez y alcohol, a pesar de que las altas temperaturas de los últimos días de vendimia aceleraron la maduración, remontando algo el grado alcohólico. Junto con su “buenísima definición aromática”, se subraya especialmente la buena estructura que presentan y consecuentemente “su potencial para envejecer”, lo que permite afirmar

que “los vinos de este año prometen”.

Son las primeras impresiones sobre una cosecha que había venido despertando altas expectativas de calidad y que “podría ser recordada como un año memorable para la historia del vino de Rioja”, asegura el director del Órgano de Control, Pablo Franco. Lo atribuye a “una alineación de factores que harían de esta añada algo único: un menor vigor en el viñedo, con racimos menos compactos y uvas de menor tamaño, junto a un sobresaliente estado sanitario han sido claves a la hora de garantizar la máxima calidad”. Según el informe del Consejo, las condiciones vegetativas han sido extraordinarias durante todo el ciclo, sin contratiempos climato-

lógicos importantes, con lluvias en los momentos más oportunos y con unas condiciones meteorológicas óptimas a lo largo de la vendimia y muy especialmente en el mes de octubre.

Además, Pablo Franco ha destacado como otra de las razones para alcanzar estos excelentes resultados el desarrollo escalonado de la vendimia en las tres zonas de producción, “que ha permitido llegar a los ciclos de maduración sin solapamientos, facilitando así la selección y la entrada de uva en las bodegas en condiciones óptimas, con lo que la añada reflejará la maestría en el manejo de los tiempos por parte de los viticultores y bodegueros riojanos”.

Aplazado hasta 2021 el incremento de plantaciones de viñedo

PLENO 28/10

La Organización Interprofesional del Vino de Rioja y el Consejo Regulador han acordado diferir un año el acuerdo que suscribieron en octubre de 2018 para que el incremento de superficie productiva fijada fuera plantada en 2020. En consecuencia, el incremento del potencial productivo pasa a ser efectivo en 2021, decisión que se basa en las expectativas de crecimiento en ventas y valor que puedan generar las últimas decisiones estratégicas llevadas a cabo por la Denominación en un escenario tan complejo como es el actual.

En valoración del presidente del Consejo, “el acuerdo pone de manifiesto la prudencia del sector y reitera su apuesta por el crecimiento ordenado de la masa vegetal para poder satisfacer la demanda de los mercados en un momento tan crucial”. “Seguir garantizando la continuidad del modelo de desarrollo sostenido de Rioja es clave y nos debemos a ello, y por ello el sector ha planteado este aplazamiento”.

Para el reparto en 2021 se reafirma la fijación de 1 hectárea de superficie máxima admisible por beneficiario y se acuerda informar favorablemente la obligatoriedad, exclusivamente para las personas físicas, de que el solicitante haya estado dado de alta en el Régimen de la Seguridad Social de actividad agraria durante, al menos, 2 años de dentro de los cinco anteriores a la presentación de la solicitud. Se subraya también la improbabilidad de que la masa vegetal pueda incrementarse bien por vía de replantaciones generadas por arranques efectuados fuera del territorio de la Denominación o por conversión de derechos que también se hayan generado fuera de la misma.



Delegación de Champagne visita Rioja.- Rioja suscita el interés de las más prestigiosas regiones vitivinícolas, como es el caso de Champagne, cuyo Comité Interprofesional organizó el viaje de una delegación que correspondía así la visita que hicieron hace unos años los vocales de Rioja a Champagne, demostrando el interés recíproco por mantenerse al día en materia legislativa, técnica y promocional. Rioja comparte foros con Champagne, como es el caso de la Alianza ‘Wine Origins’, al igual que inquietudes y objetivos en el ámbito vitivinícola.

Sesión de trabajo de DOCa Rioja y Champagne en la sede del Consejo Regulador.

La DOCa Rioja cuenta ya con 84 viñedos singulares

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación publicó el 30 de julio en el Boletín Oficial del Estado el reconocimiento de los primeros 84 parajes vitícolas identificados como 'viñedos singulares' dentro de la Denominación de Origen Calificada Rioja. Era la primera vez que se conseguía el reconocimiento de "esta nueva figura de calidad, que pone en valor los vinos más excelentes de esta Denominación -afirmaba en una nota el propio Ministerio-, lo que supone un hito positivo para el Consejo Regulador de Rioja y para las tres comunidades autónomas involucradas: La Rioja, País Vasco y Navarra". "Con este reconocimiento -concluía el Ministerio- se da cumplimiento a una aspiración del sector para mejorar y ampliar el mercado del vino de Rioja a través de la calidad".

Estos 84 viñedos singulares, que suman en total cerca de 155 hectáreas, son viñedos muy especiales dentro de los que integran las 65.000 hectáreas de la DOCa Rioja. Los principales requisitos para que un determinado viñedo sea considerado 'singular' son los siguientes: que se trate de un viñedo delimitado, con edad mínima de 35 años; que la vendimia sea manual y las prácticas de cultivo orientadas a la sostenibilidad y al respeto al medio ambiente; que su producción máxima admitida no supere los 5.000 Kg/ha para las uvas tintas y 6.922 para las variedades blancas, con un rendimiento de transformación uva-vino no superior al 65%; y que toda la uva provenga exclusivamente del viñedo delimitado.

Es también destacable que el vino que aparezca con la etiqueta de 'Viñedo Singular' deberá ser evaluado dos veces, recién se haya elaborado y justo antes de su comercialización, siendo en este momento cuando deberá obtener la valoración de "excelente" en el análisis organoléptico del Consejo Regulador. Las contraetiquetas que garantizan estos vinos incluyen, certificando todos estos extremos, la mención 'Viñedo Singular', que permite que los consumidores sepan que todas las características descritas están certificadas por el Consejo Regulador.

Acto oficial del ministro Planas en el Consejo

La DOCa Rioja recibió la visita oficial del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, que presidió un acto celebrado en la sede del Consejo Regulador el 10 de octubre con el objetivo de hacer un reconocimiento personal y de su Ministerio a los 50 primeros operadores que han apostado por certificar los llamados 'Viñedos Singulares'. La visita puso de relieve la importancia de la figura impulsada por el Consejo Regulador de

NORMATIVA SOBRE 'VIÑEDOS SINGULARES'

La Ley de 6/2015 de Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico y el Real Decreto que la desarrolla establecen los procedimientos para el reconocimiento de unidades geográficas menores dentro del ámbito de la Denominación que den lugar a vinos excelentes. Sería en 2017 cuando el Pleno del Consejo Regulador de la DOCa Rioja desarrolló las figuras de "Vino de zona", "Vino de municipio" y "Viñedo Singular", modificando para ello el Pliego de Condiciones. A finales de 2018, las bodegas y viticultores de esta Denominación presentaron al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación más de 80 solicitudes de viñedos singulares. En este tiempo, el Ministerio ha trabajado de manera coordinada con el Consejo Regulador de la DOCa Rioja para que, en un breve periodo de tiempo, se haya podido autorizar este proyecto de excelencia.

la DOCa Rioja, la cual define una senda que otras denominaciones pueden comenzar a seguir.

Tras la aprobación oficial de los primeros 84 expedientes de viñedos singulares de Rioja el pasado mes de julio y coincidiendo con la certificación por parte del Consejo y la consiguiente aparición en el mercado de los primeros vinos de Viñedo Singular, así como con la evaluación de veintidós nuevos expedientes, el ministro quiso entregar personalmente dicho reconocimiento a los 50 titulares que están detrás de los mismos y felicitarles por el "esfuerzo realizado". Planas destacó la apuesta por la calidad y autenticidad que otorga a los vinos de Rioja el máximo nivel de excelencia y reconocimiento, "ahondando en lo mejor de nuestras tradiciones familiares". Mostró igualmente su agradecimiento a "todos los profesionales que con su trabajo y esfuerzo diario hacen posible que esta Denominación de Origen, la más antigua de España - año 1925 - y la primera en obtener la categoría de Calificada - año 1991 - siga siendo sinónimo de máxima calidad".

El presidente de la DOCa Rioja, Fernando Salamero, agradeció la visita destacando la permanente respuesta de la Denominación a las inquietudes y expectativas de los consumidores, profesionales, prescriptores y productores. "Rioja continúa dando pasos y demostrando ser una marca dinámica y vibrante que se adapta a los nuevos tiempos". "Una marca exigente y rigurosa en cuanto a trazabilidad que ofrece cada vez más una mayor, y fiable, información sobre el origen concreto de los vinos en el etiquetado destacando la autenticidad de sus raíces". Salamero recordó el carácter siempre pionero de Rioja, "que hoy vuelve a consolidar esa forma de ser valiente y precursora con los vinos de Viñedo Singular".

Con este acto culminaba un proceso que tuvo su punto de partida a mediados de 2017, cuando se acordó añadir al Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Calificada Rioja la posibilidad de identificar un origen más específico para ciertos vinos elaborados a partir de una o varias parcelas que poseen características agrogeológicas y climatológicas propias y uniformes que las distinguen de otras de su entorno, obteniéndose vinos con rasgos y cualidades singulares. Se combinan así requisitos cualitativos y trazabilidad geográfica, que han venido a enriquecer el sobresaliente elenco de vinos de ensamblaje que fundamentan la reputación de Rioja.

Además del ministro, asistieron la presidenta del Gobierno de La Rioja, Concha Andreu, el delegado del Gobierno, José Ignacio Pérez, la directora general de Producciones y Mercados Agrarios, Esperanza Orellana, y la consejera de Agricultura de La Rioja, Eva Hita, entre otras autoridades.



Presentación de las nuevas indicaciones geográficas de Rioja en su 'Plaza Mayor' de Madrid y Sevilla

Con el origen y el terruño como grandes protagonistas, el Consejo Regulador organizó un tour de presentación de las Nuevas Indicaciones Geográficas de Rioja que comenzó en Bilbao el 1 de julio, pasó por Madrid el 30 de septiembre y finalizó en Sevilla el 25 de noviembre. El objetivo ha sido poner en valor el origen, el terruño y los valores de esta apuesta por entidades geográficas de menor tamaño para reconocer su diversidad y contribución a la excelencia de los vinos de Rioja.

Bajo la denominación 'Plaza Mayor de Rioja', tanto el evento celebrado en el Museo Lázaro Galdiano de Madrid como el que tuvo por escenario el Museo de Carruajes de Sevilla fueron presentados por Almudena Alberca, primera mujer española Master of Wine, acompañada por Kike Sola, ex futbolista aficionado al vino. Ambas presentaciones sirvieron para compartir con un centenar profesionales del mundo del vino y la gastronomía el actual portfolio de la Denominación de una manera novedosa y original, catándose 60 vinos de zona y municipio, además de los esperados primeros 13 Viñedos Singulares. Además de la intervención de Pablo Franco, director del órgano de control del Consejo Regulador, una representación de bodegueros de la región debatieron sobre estos nuevos hitos del sector (Juan Carlos Sancha, Paco Hurtado de Amézaga y Gorka Etxebarria en Madrid; Carlos Piserra, Carlos San Pedro y Chema Pangua en Sevilla).



Un otoño cargado de 'experiencias Rioja'

A medida que las nuevas generaciones se incorporan al mundo del vino, la tipología de consumidor está evolucionando y se están creando nuevas tendencias de consumo, que cada vez ponen más de relieve la atención al origen y la calidad de los productos, pero también el creciente interés de estos nuevos públicos por la búsqueda de experiencias memorables. España, mercado principal para el vino de Rioja, no es ajena a este escenario cambiante, por ello la Denominación ha puesto en marcha un ambicioso plan de comunicación que habla directamente a estos nuevos consumidores mediante propuestas disruptivas y experienciales. Durante el último cuatrimestre del año se han programado distintas acciones enmarcadas en esta estrategia, diseñada en colaboración con Mediterránea de Medios. Con un lenguaje y estilo visual contemporáneos, un wine-bar itinerante de

Rioja con terraza y photocall visita cinco de los principales 'mercados de fin de semana' de las dos grandes urbes españolas; se trata de los afamados Mercado de Diseño, Mercado de Motores y Brunch in the City, que congregan a casi 90.000 visitantes.

Campaña 'Saber quién eres'

La campaña publicitaria 'Saber quién eres' ha dado un paso más allá, saltando de las páginas de periódicos y revistas o la propia televisión a las cristalerías y escaparates de una treintena de comercios de barrios de tendencia de Madrid y Barcelona. Esta novedosa acción de escaparatismo se convierte en una nueva oleada publicitaria de impacto cualitativo, mediante la cual los viandantes se encuentran por sorpresa con "anuncios en 3D" de Rioja en



los espacios más inesperados como lo pueden ser establecimientos de ropa, librerías o peluquerías. La campaña se ha trasladado también a puntos de venta habituales de vino mediante cartelería, elementos de visibilidad y regalos que hacen visible la marca Rioja y el mensaje 'Saber Quién Eres' en más de 400 establecimientos de alimentación y hostelería de Madrid, Barcelona, Castilla y Galicia, incentivando la compra.





Éxito del 'Rioja 10x10' en Londres

Más de 500 amantes del vino y de la gastronomía se dieron cita en un emblemático edificio en la zona del South Bank londinense para catar una representación de vinos de Rioja en la quinta edición del evento 'Rioja 10x10'. Los 100 vinos allí presentes fueron elegidos mediante una cata a ciegas de entre casi 400 muestras por un selecto jurado de 12 profesionales -dirigidos por Tim Atkin MW y Sarah Jane Evans MW- quienes dividieron la cata en las siguientes categorías: blancos sin barrica, blancos con barrica, rosado, crianza, reserva (10 a 14.99 £), reserva (más de 15 £), gran reserva, genérico más de 15 £, tintos (no tempranillo) y una última selección elegida por el propio jurado.



Premios 'Rioja Recognises' los mejores colaboradores de Rioja en Reino Unido

El Consejo Regulador ha reconocido la labor de Fiona Beckett, Richard Bigg, Dawn Mannis y Pierre Mansour, cuatro grandes embajadores del vino de Rioja en el mercado británico, en la quinta edición de 'Rioja Recognises', una gala donde se premia la contribución de profesionales clave del sector al desarrollo de Rioja en un mercado que se mantiene como principal país consumidor y al que actualmente exportan sus vinos casi 200 bodegas de Rioja. La gala contó como maestro de ceremonias con Tim Atkin MW, reconocido prescriptor y gran conocedor de Rioja, acompañado por el director de Marketing del Consejo, Iñigo Tapiador, quien hizo entrega de los galardones y agradeció a los profesionales allí presentes su implicación y apoyo "para consolidar Rioja como región española referente y líder en este mercado".



Salto al mercado japonés

Un grupo de 150 profesionales (entre los que se encontraban importadores, distribuidores, detallistas, periodistas especializados, educadores de vino, sumilleres y gerentes de reconocidos clubs de vino del país) acudieron al Salón de Vinos organizado por el Consejo Regulador en Tokio con el objetivo de reforzar la imagen de los vinos de la Denominación en Japón y potenciar las ventas en un mercado al que ya exportan 79 bodegas de Rioja.



Rioja, protagonista del mejor cine en Suiza

Dentro del plan de promoción de Rioja en el mercado suizo, cuarto destino para las exportaciones de la Denominación, los vinos de Rioja han formado parte por tercer año consecutivo de los festivales de cine al aire libre. Por ello, durante los meses de julio y agosto, han sido más de cien mil personas las que se han acercado a disfrutar de las diferentes películas emitidas en el circuito, emisiones que contaban, para abrir boca, con un spot de inicio en el que, a través de una pantalla gigante, se trasladaba a los espectadores a los idílicos paisajes de la propia región. A través de las pantallas habilitadas a orillas del lago de Zurich y en la céntrica plaza Munster de Basilea, las sesiones de cine de verano maridaban, una vez más, con los vinos de Rioja, región cada vez más popular en el mercado helvético.



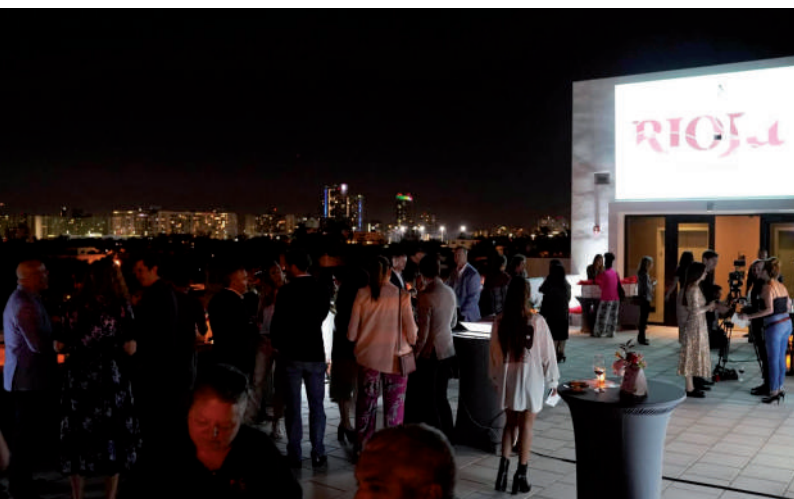
Munich y Berlín brindan con Rioja

De la mano de la prestigiosa editorial alemana Meininger, Munich y Berlín han acogido la 'Taste the Best – Rioja on Tour', que ha reunido a consumidores y profesionales del sector. En las que han sido unas de las mayores catas de vinos de Rioja en el país germano, han participado aproximadamente un centenar de vinos seleccionados en una cata a ciego por un jurado compuesto por un panel de expertos de la propia revista Meininger.



Semana del Rioja en Toronto

Bajo el lema 'La revelación del Rioja', la 'semana de Rioja' ha celebrado numerosas actividades en diferentes ubicaciones de la ciudad de Toronto para dar a conocer la región y sus vinos en Canadá. El popular edificio The Carlu de Toronto albergó una gran cata que acogió a casi 500 asistentes y que contó con una representación de 100 vinos de Rioja de 30 bodegas. La jornada estuvo amenizada con ponencias, clases magistrales y acciones promocionales dirigidas a consumidores, profesionales del vino y medios de comunicación.



Presencia destacada de Rioja en la escena artística de Miami

El mes del Rioja ha aterrizado en Florida con un ambicioso calendario de acciones enmarcadas dentro de Art Basel, la prestigiosa feria de arte que reúne a más de 4.000 artistas y 70.000 visitantes en la ciudad de Miami durante el mes de diciembre. A través de exposiciones, degustaciones y catas dirigidas en hoteles y en más de una docena de galerías de la ciudad, el arte, el cine y la música han maridado con más de 50 vinos de 30 bodegas de Rioja que han podido disfrutar los amantes y coleccionistas del mundo del arte, en su mayoría jóvenes, público objetivo para las actuales estrategias de promoción de los vinos de Rioja. Además, Rioja ha estado presente en todas las calles del distrito centro de la ciudad con un llamativo autobús que ha servido de lanzadera para realizar un recorrido entre galerías. La popular influencer Jamie Knee, hacía de anfitriona ante 200 asistentes en una divertida experiencia de 'Rioja, arte y brunch' sobre ruedas.



Moscú acoge el V Salón de Vinos de Rioja

Los vinos de Rioja siguen ganando adeptos en suelo ruso. Así quedó demostrado durante la celebración de la quinta edición del Salón de vinos de Rioja de Moscú, que acogió a más de 1.000 personas en una lujosa galería comercial ubicada frente al Kremlin. Este tipo de acciones permite a Rioja darse a conocer para seguir ganando posiciones. La actividad, que ha estado destinada a operadores con y sin importador en el mercado y que ha tenido como objeto facilitar a las bodegas la oportunidad de reunirse con los más reconocidos profesionales y líderes de opinión para conseguir así una mayor penetración en el país, contaba este año con un espacio todavía mayor en un nuevo y espectacular emplazamiento, el popular recinto GUM de la Plaza Roja. José Luis Lapuente, director general del Consejo Regulador, mantuvo un encuentro privado con prescriptores y bloggers donde, además de conocer en primera persona la situación de la Denominación, profundizaron su conocimiento sobre ésta haciéndose eco de las últimas novedades en materia legislativa.



El Consejo Regulador promueve un manual para atraer el turismo de negocio al vino de Rioja

La Denominación de Origen Calificada Rioja ha desarrollado un manual para promocionar el turismo de negocio, presentado durante un encuentro en el que participaron 55 bodegas y 12 especialistas en viajes de negocio y organizadores de eventos del sector corporativo. Su objetivo es favorecer la comercialización del producto turístico en el ámbito de la empresa potenciando los incentivos, conferencias, encuentros y ferias en las bodegas de la Denominación. El plan MICE ha sido desarrollado por el Consejo Regulador en colaboración con la experta en turismo corporativo, Alicia Estrada, iniciativa que arrancó el pasado mes junio con una sesión de formación y que se ha visto completada con la elaboración de esta herramienta de trabajo donde

se pone en valor la región como destino de turismo corporativo, así como las instalaciones de las 55 bodegas que ocupan sus páginas. Dicho catálogo sirve para presentar la oferta enoturística del destino a los profesionales de la industria que, a través de este primer viaje de familiarización llevado a cabo y con un posterior encuentro con reconocidos event planners en Barcelona, permitirá a los organizadores de eventos conocer en primera persona la región, su gente y sus bodegas.

El manual, afirman los organizadores de eventos, "servirá a la Denominación para seguir adaptando su mensaje y destacando aspectos diferenciales y atractivos del enoturismo como la sostenibilidad o su alineación con la res-

ponsabilidad social corporativa de muchas empresas, valores básicos para seguir apostando por el modelo de turismo de máxima calidad entre los responsables de eventos empresariales".



Las bodegas de Rioja se forman para atraer más visitas

Setenta bodegas de Rioja se dieron cita en la sede del Consejo Regulador para participar en varias de las iniciativas que se organizan con objeto de favorecer la comercialización del producto enoturístico de la Denominación. Adela Pereira, experta en marketing digital, impartió un curso cuyos contenidos giraban en torno a las nuevas tecnologías aplicadas a las ventas, centrandose el temario en las labores de captación y fidelización de clientes. Por otro lado, y siguiendo la línea de trabajo de los workshops iniciada en 2018 por el propio Consejo Regulador, se ha llevado a cabo un encuentro comercial

que contaba con la presencia de algunos de los más importantes receptivos regionales. Los operadores destacaron "la diversidad que ofrecen las bodegas de Rioja a través de múltiples y complementarias actividades singulares y les felicitaron por su cooperación, convirtiendo al territorio en un destino único".

Sesiones formativas sobre la DOCa Rioja para periodistas

El Consejo Regulador y la Asociación de la Prensa de La Rioja han programado unos encuentros formativos dirigidos a los profesionales riojanos de la información. La iniciativa forma parte de un proyecto de colaboración más amplio impulsado por las dos entidades con el objetivo de que los periodistas puedan abordar con mayor conocimiento y precisión tanto los diferentes temas relacionados con el mundo del vino en general como con la DOCa Rioja en particular. La primera sesión, impartida por José Luis Lapuente, director general del Consejo Regulador, se celebró el 18 de diciembre en la Casa de los Periodistas y abordó el tema de las nuevas indicaciones geográficas de Rioja.