

# MEMORIA 2016

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN 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:.....	4
- Composición y funciones del Consejo Regulador.....	5
- Pleno y Comisiones.....	6
- Organigrama.....	10
- Acuerdos del Pleno.....	14
Los recursos económicos del Consejo.....	22
Memoria de actividades por departamentos:	
- Servicios Administrativos.....	26
- Asesoría Jurídica.....	27
- Comunicación y Promoción.....	30
Órgano de Control: .....	54
- Desarrollo de las actividades de Inspección .....	56
- Sección Informática .....	60
Comercialización:	
- La D.O.Ca. Rioja incrementa el valor de sus ventas en 2016 y consolida el record alcanzado el año anterior.....	63
- Estudios Nielsen y OeMv. Los vinos de calidad, liderados por Rioja, contribuyen a la recuperación del consumo de vino en España.....	64
La cosecha de Rioja 2016 calificada 'Muy Buena' .....	66
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:

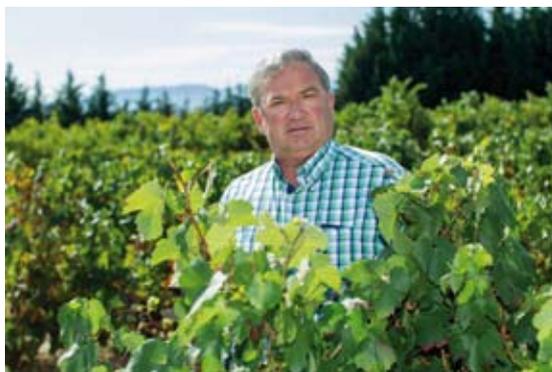
**CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACION DE ORIGEN CALIFICADA RIOJA**

Dirección editorial: Javier Pascual Corral

Impresión: Gráficas Quintana, S.L.

Depósito Legal: LR-160-1993

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



*José María Daroca Rubio, presidente del Consejo Regulador*

Al igual que el pasado año aproveché esta tribuna para agradecer al sector mi elección, en esta ocasión lo hago para despedirme ante la próxima conclusión del mandato. Para mí ha sido un gran honor presidir una institución como el Consejo Regulador, cuyo prestigio y proyección internacional he podido comprobar que es mucho mayor de lo que nosotros mismos creemos y percibimos desde dentro. Por ello, en este breve período de dos años en la presidencia no solo he mantenido, sino que he acrecentado la ilusión con la que asumí una responsabilidad con tanto peso en nuestra región. Y a la hora de hacer balance, solo puedo mostrar satisfacción a la vista de los logros alcanzados y de la positiva evolución de nuestra Denominación. Algo a lo que ha contribuido decisivamente el haber conseguido “la unidad de acción entre todos los integrantes del sector” que planteé como prioridad cuando inicié el mandato. Todos hemos trabajado en la misma dirección con el objetivo de fortalecer y mejorar un modelo de denominación que ha propiciado un desarrollo sostenido para nuestra región, con un crecimiento de la estructura productiva y comercializadora que pocas zonas del mundo han experimentado en las tres últimas décadas. Con el objetivo de garantizar la continuidad de este modelo de desarrollo sostenido, hemos tomado la decisión de limitar el incremento de la superficie de viñedo ante la amenaza de devaluación significativa que representa para la D.O. Ca. Rioja el nuevo sistema europeo de autorización de plantaciones.

La evolución de Rioja en 2016 puede considerarse muy positiva. Por segundo año consecutivo, el mercado español,

que representa dos terceras partes del total de las ventas de Rioja, ha tenido un mejor comportamiento que la exportación. Resulta especialmente destacable la mejora del posicionamiento de Rioja en valor, objetivo que nos habíamos marcado como prioridad y que está encontrando la respuesta favorable de los consumidores. Otro dato significativo ha sido el gran impulso dado a la comercialización de vinos blancos, un buen ejemplo de la capacidad innovadora de Rioja y que, al decir de algunos críticos, constituye la mayor revolución del panorama enológico español en los últimos años. También cabe destacar el fortalecimiento de la especialización de Rioja en los vinos criados en bodega, líderes absolutos en este segmento a nivel internacional. La cosecha 2016 ha ofrecido resultados muy satisfactorios, tanto desde el punto de vista cuantitativo como de calidad. Una cosecha excepcional que ha rozado la más alta calificación y en la que el Consejo ha intensificado y mejorado mediante aplicación de nuevas tecnologías los sistemas de control establecidos para garantizar la calidad, tanto en cuanto a la producción vitícola (control de rendimientos), como en la vendimia y en la calificación de los vinos.

Entre los hitos más destacados de la amplia actividad promocional desplegada por el Consejo Regulador en 10 países durante 2016, con una inversión superior a los 10 millones de euros, destacan iniciativas como la entrega del Premio Prestigio Rioja a Eva Longoria, una actriz de talla internacional que nos ha proporcionado gran proyección mediática, la puesta en marcha del proyecto global para formar ‘educadores oficiales de Rioja’ a nivel mundial que colaboren en la difusión del conocimiento de nuestros vinos, y el lanzamiento de la primera aplicación oficial para móviles y tabletas, que pone al alcance de la mano de cualquier consumidor la información más completa sobre bodegas, vinos y enoturismo de nuestra Denominación.

En pleno proceso de adaptación al nuevo marco legal que supone la Ley de Denominaciones de Origen de 2015, confío en la continuidad de un sistema de autorregulación y un modelo organizativo que cuenta con la confianza del consumidor, que innova constantemente y que proporciona rentabilidad a viticultores y bodegas, generando riqueza para toda la región.

# CONSEJO REGULADOR UNA ORGANIZACIÓN AL SERVICIO DE LA DENOMINACIÓN

## Semblanza histórica

Los vinos de Rioja están amparados por la Denominación de Origen más antigua de España. Cuando a finales del siglo XIX nace el Rioja moderno y se dota de identidad propia el nombre de un producto vinculado a su origen, surge la preocupación de los viticultores y elaboradores riojanos por buscar las máximas garantías de calidad y autenticidad para los vinos producidos en la región y por proteger su identidad de los “usurpadores y falsificadores”.

Tal inquietud culmina con el reconocimiento oficial el 6 de junio de 1925 de la Denominación de Origen Rioja, autorizándose la introducción en las etiquetas de vino de la palabra ‘RIOJA’ con el carácter de marca colectiva y creando una precinta especial. La base legal de esta medida tenía su precedente en la Ley de 1902 sobre la propiedad industrial, que en su título IX hablaba de las “indicaciones de procedencia”.

Por Real Decreto de 22 de octubre de 1926 se creó el primer organismo de control de la Denominación de Origen Rioja, un Consejo Regulador al que se encomendaba la misión de delimitar la zona de producción del Rioja, controlar la expedición de las “precintas de garantía” y recomendar las medidas legales a adoptar contra los usurpadores y falsificadores de la marca Rioja». Su reglamento fue aprobado en febrero de 1928.

La promulgación el 8 de septiembre de 1932 del Estatuto del Vino proporcionaría un nuevo marco legal al desarrollo de las Denominaciones de Origen, que ya quedaban recogidas y definidas en su mayoría en este texto. Un año más tarde se autorizaba mediante Orden Ministerial la creación del segundo Consejo Regulador de Rioja en función de las directrices que el Estatuto marcaba respecto a su composición, presidencia, funciones, etc.

En diciembre de 1944, representantes de cosecheros y exportadores se reunieron en asamblea promovida por la Organización Sindical y solicitaron la constitución del tercer Consejo Regulador, que se hacía efectiva mediante Orden

Ministerial de 24 de enero de 1945. En estrecha vinculación con la Estación Enológica de Haro, a cuyo director correspondía su presidencia, este nuevo Consejo Regulador dispone ya de Reglamento dos años después, pero su actividad es muy limitada hasta mediados de los años cincuenta.

La promulgación de la ley 25/70 de 2 de diciembre, que aprueba el Estatuto de la Viña el Vino y los Alcoholes, y la consiguiente creación de un nuevo Consejo Regulador inició un proceso de perfeccionamiento de los sistemas de control, hasta convertirlo en uno de los más rigurosos y eficaces del mundo.

La renovación del Consejo Regulador en Mayo de 1982, de acuerdo con las normas del Decreto 2004/79, ajustadas a los nuevos principios democráticos proclamados por la Constitución, abre una nueva etapa caracterizada por la progresiva implantación de un plan perfectamente articulado de controles cualitativos y cuantitativos, que se aplican tanto sobre la producción como sobre la comercialización: registros de viñedos y de bodegas, control de las prácticas de cultivo y rendimientos máximos de producción, calificación de los nuevos vinos, seguimiento de los tiempos de crianza y de las añadas, etc.

Paralelamente, a diferencia de lo que había ocurrido en etapas anteriores, el Consejo Regulador va incrementando su dotación presupuestaria, su infraestructura y su personal en función de las exigencias que plantea el estricto cumplimiento de sus fines, concretados en la defensa de la Denominación, control y fomento de la calidad y promoción genérica de Rioja. Todo ello financiado con las aportaciones de viticultores y bodegueros quienes, a través de sus respectivas representaciones, han propiciado que se genere una normativa de autocontrol más rigurosa en términos generales que la propia legislación de la Unión Europea.

La culminación de todo este proceso llegaba en abril de 1991 con la aprobación de un nuevo Reglamento, que reconocía el carácter de Calificada a la D.O. Rioja. Era el obligado reconocimiento al serio y continuado esfuerzo realizado por el sector vitivinícola riojano para alcanzar las

más ambiciosas metas de calidad e imagen de prestigio.

En 2004 se abriría una nueva etapa. 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”.

La promulgación de la Ley 6/2015 de 12 de mayo de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico determinó la obligación de impulsar unos Estatutos de funcionamiento, que junto con el Pliego de Condiciones PDO-ES-A0117, vendrá a sustituir al actual Reglamento. El Consejo satisfizo la obligación en el mes de noviembre de 2015, quedando a expensas de la aprobación del Ministerio.

### Composición y funciones

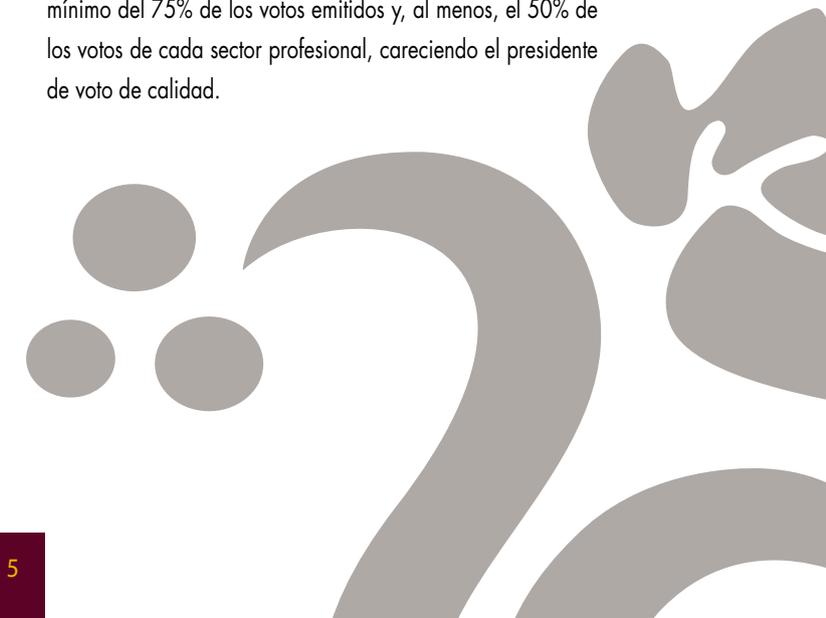
El Pleno del Consejo Regulador, órgano de gestión de la Denominación nombrado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y tutelado por éste, está integrado por 32 vocales que representan a cinco asociaciones de bodegas y nueve asociaciones de viticultores, es decir, la totalidad 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 MAPAMA 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 emitidos 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 - (79 votos y 11 vocales):**

D. Fernando Salamero Laorden  
 D. José Luis Benítez Robredo  
 D. Víctor Pascual Zárate  
 D. Jesús de Miguel Martínez  
 Dña. Raquel Pérez Cuevas  
 D. Julio Noain Sáinz  
 D. Ruben Baz Rodríguez  
 D. Eduardo Romero Alvarez  
 D. Santiago Frías Monje  
 D. José Miguel Martínez Zabala  
 D. Manuel Rivero Romanos

**ABC (9 votos y 2 vocales)**

D. Luis Martínez Lacuesta Verde  
 D. Diego Pinilla Navarro

**ABRA (5 votos y 1 vocal)**

Dña. Inés Baigorri Uribe

**BFR - PROVIR (5 votos y 1 vocal)**

D. Juan Carlos Sancha González

**ARAEX (2 votos y 1 vocal)**

D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

**Representante del MAPAMA:**

D. Jesús María Orío de Miguel

**Representantes de las Comunidades Autónomas:**

C.A. La Rioja: D. Daniel del Río de Pablo.  
 C.F. Navarra: D. Julián Suberviola Ripa  
 C.A. País Vasco: D. Bittor Oroz Izaguirre



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

**FECOAR (32 votos y 4 vocales)**

- D. Abel Torres Saenz
- D. Fernando Ezquerro Cuevas
- D. José María Daroca Rubio
- D. Raúl Leza Leza

**UCAN (5 votos y 1 vocal)**

- D. Juan Carlos Berrio Fernández de Manzanos.

**DOLARE (3 votos y 1 vocal)**

- D. Ramón Emilio Muro Aguirrebeña

**ASAJA (30 votos y 4 vocales)**

- D. José Antonio Torrecilla Martín
- D. Álex Las Heras Pérez
- D. Juan Luis Martínez Lacanal
- D. José Antonio Rubio Gutiérrez.

**UAGA (11 votos y 2 vocales)**

- D. Jesús Bauza Nuin
- D. Enrique Pérez Mazo

**UAGR (9 votos y 1 vocal)**

- D. José Luis Pisón Martínez

**UPA (4 votos y 1 vocales)**

- D. Eusebio Fernández García

**UAGN (4 votos y 1 vocal)**

- D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

**EHNE (2 votos y 1 vocal)**

- D. Alberto Sáenz Sáinz

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

### COMISIÓN PERMANENTE

**Presidente:** D. José María Daroca Rubio (FECOAR)

#### GRUPO RIOJA

Dña. Raquel Pérez Cuevas, D. Victor Pascual Zárate,  
D. José Luis Benítez Robredo, D. Fernando Salamero Laorden,  
D. José Miguel Martínez Zabala y D. Santiago Frías Monje

#### ABC

D. Luis Martínez Lacuesta Verde

#### ABRA

Dña. Inés Baigorri Uribe

#### BFR-PROVIR

D. Juan Carlos Sancha González

#### ARSEX

D. Javier Ruiz De Galarreta San Vicente

#### FECOAR

D. Fernando Ezquerro Cuevas, D. Raul Leza Leza  
y D. Abel Torres Saenz

#### ARAG-ASAJA

D. Juan Luis Martínez Lacanal y D. Alex Las Heras Pérez

#### UAGA

D. Jesús Bauza Nuin

#### UAGR

D. José Luis Pisón Martínez

#### UAGN/EHNE

D. Alberto Sáinz Sáenz

#### UPA

D. Eusebio Fernández García

#### DOLARE /UCAN

D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

## COMISIÓN DE ADMINISTRACIÓN, PERSONAL, FINANZAS Y RÉGIMEN INTERIOR

**Presidente:** D. Alex Las Heras Pérez (ARAG-ASAJA)  
ABC: D. Luis Martínez Lacuesta Verde  
BFR-PROVIR: D. Pedro Salguero Aznar  
ABRA: D. Mateo Marañon Calleja  
ARAEX: D. Juan Luis Cañas Herrera  
ARAG-ASAJA: D. José M<sup>a</sup> Ruiz Ramírez  
DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña  
FECOAR: D. José Manuel Madorrán y D. Miguel Negueruela Ortega

GRUPO RIOJA: D. Santiago Frías Monje, D. Borja Eguizábal Pérez,  
D. José Luis Benítez Robredo, D. Iñaki Sesma Arnáiz  
y D. Jesús De Miguel Martínez  
UAGA: D<sup>ña</sup>. Silvia Rodríguez Calleja  
UAGR: D. Gonzalo Gil Gil  
UCAN: D. Carlos Esparza Calvo  
UPA: D. José Ramón Peciña Ramírez

## COMISIÓN DE PROMOCIÓN

**Presidente:** D. José Luis Benítez Robredo (GRUPO RIOJA)  
ABC: D. Luis Martínez Lacuesta Verde  
ABRA: D. Emilio Aguillo Mateo  
ARAEX: D. Javier Ruiz De Galarreta San Vicente  
ARAG-ASAJA: D. Alex Las Heras Pérez y D. Amador Lezana Muñoz  
BFR-PROVIR: D. Pedro Torrecilla Martínez  
DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña  
FECOAR: D. Raul Leza Leza y D. Gonzalo Salazar De Gurendes

GRUPO RIOJA: D<sup>ña</sup>. Raquel Pérez Cuevas, D<sup>ña</sup>. Ruth Chocarro Melgosa,  
D. Ricardo Arambarri Pérez y D. Rodolfo Bastida Caro  
UAGA: D<sup>ña</sup>. Miren Itxaso Compañon Arrieta  
UAGR: D. José Antonio Antón Benés  
UCAN: D. Carlos Esparza Calvo  
UPA: D. Antonio Mayoral Cerrolaza

## COMISIÓN TÉCNICA Y DE CONTROL

**Presidente:** D. Fernando Ezquerro Cuevas (FECOAR)  
ABC: D. Luis Martínez Lacuesta Verde  
ABRA: D. Norberto Miguel Aguillo  
ARAEX: D. Juan Luis Cañas Herrera  
ARAG-ASAJA: D. Juan Luis Martínez Lacanal y D. Gonzalo Pastor Díaz  
BFR-PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González  
DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña  
EHNE: D. Alberto Sáenz Sáinz

FECOAR: D. Francisco Martínez Gómez y D. Abel Torres Sáenz  
GRUPO RIOJA: D. Fernando González Muñoz, D. Eduardo Romero  
Alvarez, D. José Luis Benítez Robredo, D. Rafael Vivanco Sáenz  
y D. Victor Pascual Zárate  
UAGA: D. Eduardo Jalón Lacalle  
UAGR: D. Roberto Ruiz-Clavijo Díez  
UCAN: D. Juan Carlos Berrio Fdez. de Manzanos  
UPA: D. Tomás Latasa Asso

## COMISIÓN DE REGLAMENTO

**Presidente:** D. Fernando Salamero Laorden (GRUPO RIOJA)  
ABC: D. Luis Martínez Lacuesta Verde  
ABRA: D<sup>ña</sup>. Inés Baigorri Uribe  
ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente  
ARAG-ASAJA: D. José Antonio Rubio Gutiérrez y D. Igor Fonseca  
Santaolalla  
BFR-PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González  
DOLARE: D. Ramón Muro Aguirrebeña  
EHNE: D. Javier Sádaba Sáinz

FECOAR: D. José Manuel Madorrán Calvo y D. Carlos Javier Pérez  
GRUPO RIOJA: D. José Luis Benítez Robredo, D<sup>ña</sup>. Ruth Chocarro Melgosa,  
D. Rubén Baz Rodríguez y D. Manuel Rivero Romanos  
UAGA: D. Jesús Bauza Nuin  
UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia  
UAGR: D<sup>ña</sup>. Leticia Olasolo Viteri  
UCAN: D. Carlos Esparza Calvo  
UPA: D. Eusebio Fernández García

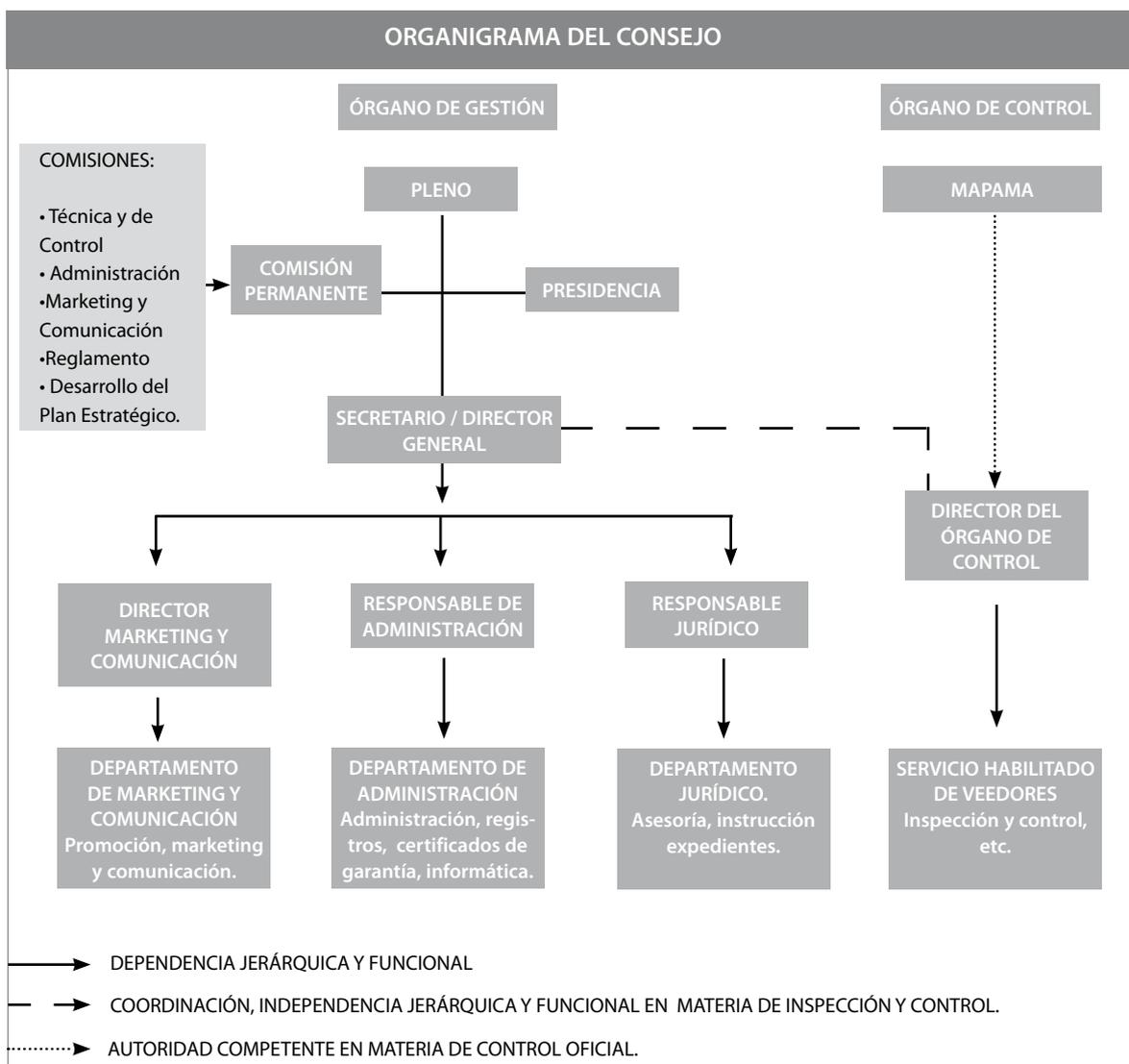
## COMISIÓN DE ANÁLISIS Y DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO

**Presidencia:** ABC  
ABRA: D. Saúl Gil Berzal  
ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente  
ARAG-ASAJA: D. José Antonio Rubio Gutiérrez y D. Javier Rubio Ruiz  
BFR-PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González  
DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña  
EHNE: D. Pablo Llorens García  
FECOAR: D. Javier Aldana Espinosa y D. Fernando Ezquerro Cuevas

GRUPO RIOJA: D. Jesús de Miguel Martínez, D. Victor Pascual Zárate, D.  
Rodolfo Bastida Caro, D. José Luis Benítez Robredo  
y D. Alexander Tomé Santaolalla  
UAGA: D. Jesús Bauza Nuin  
UAGR: D<sup>ña</sup>. Leticia Olasolo Viteri  
UCAN: D. Juan Carlos Berrio Fernández de Manzanos  
UPA: D. Miguel Angel Martínez Díez

# CONSEJO REGULADOR

## ESTRUCTURA Y ORGANIGRAMA



### Órgano de Gestión

Formado por el Pleno del Consejo Regulador, Comisión Permanente y comisiones de trabajo, Presidencia, así como por la Secretaría-Dirección General y los departamentos de Marketing y Comunicación, Administración y Jurídico, salvo el Servicio Habilitado de Veedores, que es un departamento que actúa con total independencia funcional en las labores de inspección y control.

### Pleno del Consejo Regulador

Formado por los mismos miembros y porcentajes de voto que la Junta Directiva de la Organización Interprofesional del Vino de Rioja, será nombrado por el MAPAMA. Sus funciones están contempladas en el Reglamento (Art. 39). Es el responsable de marcar la política de la Denominación, basada en los dos pilares básicos: la promoción y orientación a los mercados; y el desarrollo y control productivo y de la calidad. Establece las



directrices, decide las normas y reglamentos y desarrolla las políticas generales a partir de las propuestas de las comisiones. En el mismo participan además con voz pero sin voto, el Secretario-Director general, un representante de cada una de las Comunidades Autónomas y un representante del MAPAMA. Para el estudio de los asuntos que afecten a sus departamentos podrá requerirse la presencia de sus responsables.

### **Presidente**

El de la Organización Interprofesional del Vino de Rioja. Máximo representante del Consejo (Art. 40.). Función de representación legal e institucional ante cualquier entidad tercera y cualquier otra que el Pleno le delegue. Convoca, fija el orden del día, atendiendo a las comisiones de trabajo, y preside las reuniones del Pleno y de la Comisión Permanente, ordenando debates y votaciones. Asegura el cumplimiento de los acuerdos que se tomen y visa las actas de las reuniones, así como las certificaciones relativas a los acuerdos alcanzados. Procurará la coordinación y acercamiento entre asociaciones. Se le darán los poderes necesarios para el periodo de su mandato para adecuarse al procedimiento-manual de contratación, tal y como está establecida su participación en los niveles de gasto. En cuanto a la delegación del MAPAMA del inicio e incoación de expedientes, dependerá de lo que el propio Ministerio determine.

### **Comisión Permanente**

También están definidas sus funciones por el Reglamento (Art. 39). No tiene carácter ejecutivo, salvo en aquellas competencias delegadas por el Pleno, y está compuesta por el Presidente del Consejo, los Presidentes de cada una de las Comisiones y un número máximo de miembros según la representatividad de las asociaciones. En ella participaría el Secretario-Director General y los responsables de departamentos afectados en los asuntos del orden del día.

### **Comisiones de Trabajo y presidentes de comisión**

Son comisiones no ejecutivas, donde se analizan en primera instancia los asuntos y propuestas relacionados con las competencias del Pleno. Sus presidentes, elegidos entre los vocales del pleno, tendrán la función de convocar y moderar los debates de sus respectivas comisiones. Trabajan coordinadamente con el Secretario-Director General y con los responsables de los departamentos del Consejo, que serán los Secretarios de cada una de las comisiones análogas. En función del desarrollo de la comisión, su Presidente, coordinadamente con el Secretario-Director General y Presidente del Consejo, decidirá si la propuesta se eleva a la Permanente y en su caso al Pleno. Podrán asumir funciones de representación en relación con las áreas de sus comisiones.

### **Secretario-Director General**

Primer ejecutivo del Consejo, con las delegaciones habituales en compañías para su director general o gerente. En definitiva se trataría de hacer efectiva la delegación de las funciones habituales de gestión, tal y como se recoge en el Art. 39., y sería el responsable del día a día del Consejo. Depende del Pleno y reporta e informa a su Presidente. De un modo general, entre sus responsabilidades están la supervisión de las campañas de promoción; la organización del personal en todos sus aspectos; la preparación, presentación y seguimiento de los presupuestos y estados contables; la coordinación de los departamentos y, de manera especial, asegurar que desde el Departamento Jurídico y de Administración se proporcionen los medios necesarios al Órgano de Control en función de los presupuestos que se establezcan para el Consejo anualmente. Se le fijan por el Pleno unos objetivos anuales y propone al Pleno los objetivos anuales de trabajo que deben cumplir los responsables de los departamentos.



# ESTRUCTURA Y ORGANIGRAMA

## Departamento de Marketing y Comunicación

Responsable de programar, desarrollar y llevar a cabo las campañas de promoción aprobadas por el Pleno del Consejo conforme a los presupuestos dotados. Suministrará también, cuando sea necesario, los estudios de mercado requeridos por cualquier área del Consejo, como por ejemplo, los requeridos para la toma de decisiones para llevar a cabo modificaciones del Pliego referidas al producto. Así mismo será su responsabilidad la comunicación de todas las áreas del Consejo, incluida la de los aspectos vinculados al control si procede, englobadas en un plan anual y ajustadas a los intereses del Consejo en cada momento.

## Departamento de Administración

Proporcionará al Consejo (Pleno, Dirección General, y otros departamentos) la información y medios necesarios para llevar a cabo su tarea. Se encargará de toda la organización económica y administrativa de la entidad. Serán el encargado de gestionar y actualizar, con la información que proporcione el órgano de control, los registros de viñedo y de bodegas, así como realizar la labor de custodia y expedición de los documentos de garantía, el soporte informático del sistema y dar soporte al proceso de calificación.

## Departamento Jurídico

Es un departamento transversal. Es el encargado de la asesoría jurídica y la instrucción de los expedientes no sancionadores; dando también el soporte jurídico necesario al órgano de control. Podrá realizar la instrucción en materia de expedientes sancionadores, en caso que se delegue dicha función por parte del MAPAMA.

## Funcionamiento de los departamentos

Los responsables de los departamentos de Administración, de

Marketing y Comunicación y Asesoría Jurídica reportarán al Secretario-Director General, de quien dependerán jerárquica y funcionalmente. Sus obligaciones son: el cumplimiento de los objetivos anuales que apruebe el Pleno o la Comisión permanente, garantizar el buen funcionamiento de cada departamento y su personal, así como la coordinación con los restantes departamentos.

## Órgano de Control

Formado por el Servicio Habilitado de Veedores. Su Director es independiente del Secretario-Director General y por tanto del Pleno, en la realización de funciones de inspección y control, siendo el MAPAMA la autoridad competente en materia de control oficial. Responsable de llevar a cabo todas las tareas de inspección y control para garantizar el origen de los productos expedidos por los operadores y procurar la igualdad de competencia entre los mismos, en lo que se refiere al cumplimiento del Pliego de Condiciones y el Reglamento, así como las demás normas del Consejo Regulador con respecto a la elaboración y puesta en circulación de los vinos amparados por la D.O.Ca. Rioja.

Los veedores o inspectores que formen parte de este departamento, que estará certificado bajo la norma ISO 17065, para la realización del control oficial tendrán presunción de veracidad en sus actuaciones.

El Servicio Habilitado de Veedores podrá requerir la colaboración y el soporte del resto de departamentos del Órgano de Gestión para la ejecución de sus tareas de inspección y de control. Anualmente deberán cumplir un plan de objetivos de inspección y control aprobado por el Pleno a propuesta de su Director y de acuerdo con el Secretario-Director General.

Podrán realizar además otras labores de carácter técnico, de soporte e información, que sean necesarias para el buen funcionamiento del Órgano de Gestión y que sean ajenas a la inspección y el control.

# CONSEJO REGULADOR UNA ORGANIZACIÓN AL SERVICIO DE LA DENOMINACIÓN

## PERSONAL DEL CONSEJO REGULADOR (a 31/03/2017)

- JOSÉ MARÍA DAROCA RUBIO  
Presidente
  - JOSÉ LUIS LAPUENTE SÁNCHEZ  
Director General
  - PABLO FRANCO SARRIA  
Director del Órgano de Control
  - M<sup>a</sup> 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
  - MARTA ECHÁVARRI ABASCAL  
Responsable de Comunicación y relación con medios
  - TATIANA ARDANZA-TREVIJANO MORAS  
Responsable de Proyectos de Marketing
  - JAVIER PASCUAL CORRAL  
Asesor de Comunicación
  - AMAYA FERNÁNDEZ BENGOA  
Responsable de Calidad
- Veedores:*
- PEDRO SALGUERO RODRÍGUEZ  
Subdirector del Órgano de Control
  - SONIA DOMÍNGUEZ LUMBREERAS
  - BERNABÉ ARRIETA VILLAREAL
  - BALTASAR MARCHAN NAVARRO
  - JAVIER MORAL ALONSO
  - JOSÉ ANTONIO BLANCO RUIZ
  - JOSÉ LUIS MARTÍNEZ OLARTE
  - ALEJANDRA RUBIO GIL  
Ayudante Técnico de Inspección
- GLORIA CUNCHILLOS ABAD  
Oficial Administrativa 1.<sup>a</sup> - Secretaría de Presidencia
  - ANA PÉREZ-IZAGUIRRE URQUIZU  
Oficial Administrativa 1.<sup>a</sup> - Gabinete Jurídico
  - M.<sup>a</sup> ANGELES NALDA SÁENZ-TORRE  
Responsable Informática
  - M.<sup>a</sup> VEGA VICENTE MANZANOS  
Oficial Contable-Servicios Administrativos
  - M.<sup>a</sup> DEL CARMEN YUS GARCÍA  
Oficial Administrativa 1.<sup>a</sup> - Servicios Técnicos
  - M.<sup>a</sup> SOLEDAD PARMO DE PABLO  
Oficial Administrativa 2.<sup>a</sup> - Servicios Administrativos
  - M.<sup>a</sup> DOLORES PASCUAL MARTÍNEZ  
Oficial Administrativa 2.<sup>a</sup> - Servicios Técnicos
  - M.<sup>a</sup> JOSÉ FERNÁNDEZ-AZCONA PUJADAS  
Oficial Administrativa 2.<sup>a</sup> - Servicios Técnicos
  - M.<sup>a</sup> PILAR GONZÁLEZ SÁENZ  
Oficial Administrativa 2.<sup>a</sup> - Servicios Técnicos
  - ANA ROSA LÓPEZ CACHO  
Oficial Administrativa 2.<sup>a</sup> - Servicios Técnicos
  - INMACULADA TOMÁS CALVO  
Auxiliar Administrativo - Servicios Técnicos
  - M.<sup>a</sup> TERESA VICENTE BASARTE  
Oficial Administrativa 2.<sup>a</sup> - Mark. y Comunicación
  - ANA DÍAZ BRAVO  
Técnico Especialista- Catas
  - EDUARDO ECHARRI JUSTO  
Encargado-Almacenero
  - DANIEL OLMEDO GARCÍA  
Conserje-Recepcionista

Durante el año 2016 se contrató personal eventual para servicios puntuales con un total de 233 personas: 182 auxiliares de vendimia, 13 ayudantes técnicos, 9 para el Plan de Calidad, 23 técnicos de viñedo, 4 para aforos de bodegas, 2 auxiliares administrativos y 1 conserje eventual.



El veedor Jesús Hernández se despidió por jubilación de la plantilla del Consejo Regulador en la celebración navideña de 2016.



# ACUERDOS DEL PLENO

## PLENO 5-2-2016

**Fondos OCM para promoción.-** Se acuerda unánimemente presentar la solicitud de cofinanciación para la promoción del vino de Rioja en 'países terceros' con fondos OCM para el período 1 de junio de 2016 a 31 de mayo de 2017, respecto de una inversión de 2.872.135 euros en Estados Unidos, de 719.352 euros en Méjico, de 558.066 euros en Suiza, de 791.702 euros en China, de 322.800 euros en Rusia y de 229.849 euros en Canadá, así como la habilitación al presidente para formalizar todos los trámites pertinentes para tal fin. Se trata del noveno plan de promoción presentado por el Consejo Regulador en solicitud de los fondos destinados a este fin por la OCM del Vino.

**Patronato OEMV.-** Se acuerda unánimemente renovar la pertenencia del Consejo Regulador al Patronato del Observatorio Español del Mercado del Vino durante el ejercicio 2016 en las mismas condiciones acordadas para 2014 y 2015. El OEMV realiza un estudio cuantitativo de los 12 principales destinos exteriores para Rioja, ofrecido en términos trimestrales y comprensivo de su competencia, información que presenta junto a otras de interés en un seminario anual organizado por el OEMV.

**Cierre ejercicio 2015.-** Con motivo del cierre del ejercicio, se acuerda unánimemente habilitar a la Comisión de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior, para efectuar las transferencias necesarias de partidas presupuestarias del ejercicio 2015, sin perjuicio de su ulterior aprobación plenaria.

## PLENO 4-3-2016

**Informe de auditoría y remanente del ejercicio 2015.-** El informe de auditoría del ejercicio 2015 pone de manifiesto la ausencia de reparos tras la completa verificación practicada. Las cuentas transmiten la imagen fiel de la situación patrimonial y contable del Consejo Regulador, por lo que el Pleno presta conformidad a la realización del Presupuesto de 2015 y propuesta de cierre del ejercicio presentado por la Comisión de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior.

El Pleno acuerda de manera unánime la realización de un gasto por importe de 14.408.797,83 euros del presupuesto 2015, lo que implica una cifra de gasto no realizado de 527.821,58 euros. Se detalla así un remanente final de 386.390,77 euros, una vez computada la menor aportación de las Comunidades Autónomas de 272.000 euros como partida más destacada, las variaciones en los ingresos junto con otros adicionales, así como también el efecto fiscal. En

**El Ministerio de Agricultura reconoce a la Conferencia de Consejos Reguladores como interlocutor en materia de Denominaciones de Origen.-** (FEBRERO 2016) El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) y la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) han suscrito un convenio marco de colaboración que refuerza la relación entre ambas instituciones y en el que se reconoce a la Conferencia como interlocutor del Ministerio en materia de denominaciones de origen vitivinícolas. El acuerdo pretende aumentar la coordinación a la hora de planificar y llevar a cabo actividades conjuntas de formación, estudio y análisis, divulgación, protección y promoción de las D.O. y de los vinos de calidad.

La Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas, en la que la D.O. Calificada Rioja ocupa la vicepresidencia primera, integra en la actualidad a 51 denominaciones de origen, a las que están adscritas 3.728 bodegas de todo el país, que comercializan 9.645.792 hl. de vino, así como 113.003 viticultores, titulares de 540.279 hectáreas de viñedo. La CECRV pertenece a la junta directiva de la Plataforma Tecnológica del Vino y forma parte también de la European Federation of Origin Wines (EFOW), junto a las organizaciones que representan a Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas del resto de grandes países productores como Francia, Italia y Portugal.



## **Valoración del Consejo Regulador de la D.O. Calificada Rioja sobre la solicitud**

**de baja en la Denominación de Bodegas Artadi.-** (COMUNICADO / 4-1-2016) El Consejo Regulador de la D.O. Calificada Rioja desea transmitir a la opinión pública su valoración sobre la solicitud de baja en la Denominación de Bodegas Artadi y las presuntas motivaciones aducidas por la firma ante los medios de comunicación.

Ante todo hay que lamentar la decisión de Artadi en la medida que supone una renuncia unilateral a lo que representa el valor añadido y fondo de comercio que significa la Denominación de Origen Calificada Rioja, un valor innegable del que la bodega ha sido partícipe durante toda su andadura. Evidentemente, a partir de ahora sus vinos ya no llevarán el nombre de Rioja ni serán controlados y certificados por su Consejo Regulador.

Al margen de lo que esta firma pueda representar, sorprende que después de haber adquirido notoriedad tanto por su propia labor como también indudablemente por su pertenencia a Rioja, el mismo proyecto deje de servir de manera repentina a sus intereses. Todo ello sin haber podido conocer de primera mano las verdaderas motivaciones que han conducido a esta decisión, ya que las declaraciones formuladas por los responsables de la firma tanto en prensa como en foros públicos nunca se han traducido en planteamientos concretos que identifiquen los factores que le incomodan.

Hay que lamentar también que por toda justificación se difundan críticas sutiles a una Denominación cuyo éxito, con errores y aciertos, es innegable. No parece de recibo que se esgrima la meditación de una decisión para pasar después a denigrar la misma Denominación en la que se ha cimentado la trayectoria de la bodega, generando el escenario propicio para que voces interesadas pongan el acento en supuestas disidencias que pretenden alentar posibles escisiones o para que otros efectúen descalificaciones demagógicas.

La voluntad del Consejo por conciliar intereses es y ha sido patente a lo largo del tiempo, como bien conoce esta bodega, que fue pionera en la mención de subzonas en la designación de procedencia de sus vinos. Como evidencia la propia historia de esta Denominación, todo es susceptible de evolución, sobre todo si es para mejorar. Por ello resulta sorprendente que, cuando actualmente se están planteando en el seno del Consejo propuestas que pretenden un reconocimiento diferencial para vinos singulares en función de su procedencia, con especial atención al viñedo, los responsables de Artadi no hayan querido participar en los debates o al menos esperar a sus resultados, salvo que sus intereses pretendan otros objetivos.

Conviene recordar una vez más que son las organizaciones de viticultores y bodegueros que conforman el Consejo Regulador las que toman las decisiones mayoritariamente, pensando en la mejor manera de preservar sus intereses económicos y su patrimonio.

Finalmente, confirmar que el Consejo Regulador ha procedido a adoptar de inmediato las medidas oportunas para llevar a término las consecuencias de la baja comunicada y seguirá velando con ahínco para que los casi 400 millones de botellas que Rioja comercializa anualmente sigan siendo un referente de los vinos de calidad a nivel mundial.

virtud de observar la misma proporción de recaudación, procede atribuir hasta 105.619,58 euros de dicho remanente al sector productor y 280.771,19 euros al comercializador, proponiendo su aplicación a la financiación del presupuesto 2016.

**Financiación del presupuesto 2016.-** El Pleno acuerda de manera unánime, una vez aplicado el remanente de 166.730,47 euros generado del año anterior, un presupuesto de ingresos por importe de 6.372.922,81 euros para sufragar el de gastos ordinarios y adicionales del año 2016. De este presupuesto de ingresos, 4.568.613,69 euros se distribuyen entre el sector productor y comercializador a razón de un

25,5% y 74,5% respectivamente, mientras que los restantes 1.804.309,12 euros se distribuyen al 50% para cada sector. Con ello, la contribución global al presupuesto de gastos ordinarios y adicionales equivale a un 32,44% para los productores (2.067.151,05 euros) y a un 67,56% para los comercializadores (4.305.771,76 euros).

El porcentaje de recaudación aplicado sobre plantaciones es del 0,6039%, valorado el kilogramo de uva producido a 0,80 euros, mientras que el porcentaje de recaudación sobre los vinos amparados es del 0,2875%, valorados éstos en base a su comercialización y a razón de 2,96 euros el litro de vino sin crianza, 4,13 euros el litro de crianza, 5,74 euros el de Reserva y 10,94 euros el de Gran Reserva. Las referencias que



## ACUERDOS DEL PLENO

se toman en consideración son los volúmenes de producción de uva amparada y comercialización de vinos embotellados del ejercicio 2015.

Respecto al presupuesto de gastos extraordinarios de promoción, cuyo importe asciende a 10.149.864,86 euros, se financian al 50% por cada sector. Tras la aplicación de los 219.660,30 euros de remanente generado en 2015 (103.874,34 correspondientes a la financiación de la carga del sector productor y 115.785,96 al comercializador), se acuerda aplicar los mismos índices de valoración para la derrama que los utilizados en relación con el presupuesto ordinario y adicional. Así mismo, en las fuentes de financiación de este presupuesto extraordinario de promoción se incluye la aportación de los fondos OCM. En consecuencia, el porcentaje de recaudación aplicado sobre producción amparada de plantaciones inscritas es del 1,0861%, mientras que el porcentaje de recaudación sobre los vinos amparados es del 0,3218%.

**Declaraciones de cosecha y elaboración 2015.-** Se comunica a los titulares de viñedos que, a la fecha de este anuncio, han sido remitidos por el Consejo Regulador todos los Informes de Validación de Declaración de Elaboración e Informes de Validación de Declaración de Cosecha a sus titulares, quedando en la sede de este Organismo una copia a disposición de quienes no lo hubieran recibido y habilitándose un plazo general de diez días hábiles para la presentación de solicitudes que afecten directa o indirectamente al amparo de uvas por la Denominación de Origen Calificada Rioja. El límite temporal para la presentación de las solicitudes será el 31 de marzo de 2016.

**Cambios de vocales en comisiones.-** Se da cuenta de la designación de D. Igor Fonseca Santaolalla como vocal representante de ASAJA en la Comisión de Reglamento en sustitución de D. Damián Sáenz Angulo y de D. Fernando Ezquerro Cuevas como representante de FECOAR en la Comisión para el Análisis y Desarrollo del Plan Estratégico en sustitución de D. Abel Torres Sáenz.

### PLENO 8-4-2016

**Calificación 'Muy Buena' de la cosecha más temprana de la historia de Rioja.-** El Consejo Regulador otorga la valoración oficial de 'MUY BUENA' a la cosecha 2015, que tuvo la particularidad de ser la más temprana de la historia de Rioja y que ofreció unos resultados muy satisfactorios tanto en calidad como en cantidad, con una producción total de 319 millones de litros de vino, en los que cabría destacar como cualidades más sobresalientes la frescura y elegancia, junto a sus aptitudes óptimas para la crianza. Finalmente han sido calificados 298,48 millones litros (16,62 de blanco, 13,62 de rosado y 268,24 de tinto).

**Interprofesional del Vino de España.-** El Pleno secunda de manera unánime el interés de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas por tener participación en los asuntos y decisiones que se traten en el seno de la Organización Interprofesional del Vino de España sobre los temas que afecten a las Denominaciones de Origen. Para ello insta a una negociación entre ambas entidades que permita la satisfacción de esta pretensión, impulsando la creación e inclusión en los estatutos de la OIVE de un Comité Mixto formado por OIVE y CECRV que trate estos temas y decida de manera consensuada sobre los mismos. La Junta Directiva de la OIVE hará suyas las decisiones, asumiendo la imposibilidad en el marco jurídico actual de que la CECRV pueda integrarse en la Organización Interprofesional del Vino de España como miembro de pleno derecho.

### PLENO 6-5-2016

**Normativa de etiquetado en Rioja.-** A tenor de las modificaciones aprobadas por unanimidad, quedan recogidos en un documento los requisitos mínimos establecidos por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada 'Rioja' en el etiquetado de los vinos protegidos por esta Denominación, de conformidad con el artículo 17.h) 4º de la Ley 6/2015 de 2 de mayo, de Denominaciones de Origen e



Los vinos institucionales seleccionados son:

*Blanco joven cosecha 2015: Vinícola Riojana de Alcanadre,*

*Blanco fermentado en barrica cosecha 2015: Bodegas del Medievo*

*Rosado joven cosecha 2015: Bodegas y Viñedos Ilurce*

*Tinto joven cosecha 2015: Bodegas Olmaza*

*Tinto crianza cosecha 2013: Bodegas Ramírez,*

*Tinto reserva cosecha 2012: Bodegas Tobía*

*Tinto gran reserva cosecha 2010: El Coto de Rioja,*

Indicaciones Geográficas Protegida, sin perjuicio de las disposiciones comunitarias o nacionales de obligado cumplimiento en materia de etiquetado.

**Nuevos vinos institucionales.-** El Consejo Regulador selecciona los vinos que utilizará en sus actos institucionales a lo largo de los próximos doce meses entre las 168 muestras presentadas por las bodegas al concurso que se convoca cada año a tal fin. La elección se ha realizado mediante cata ciega por parte del Comité de Cata del Consejo, lo que significa un importante reconocimiento a la calidad de los vinos que resultan ganadores del concurso y que representarán a la Denominación. Los siete vinos seleccionados son una muestra representativa de los diferentes tipos y categorías que actualmente conforman la gama de vinos de la Denominación de Origen Calificada Rioja y se presentan vestidos con etiquetas del Consejo expresamente diseñadas para cada categoría.

**Patronato del BCC.-** Se acuerda unánimemente renovar la pertenencia del Consejo Regulador al Patronato de la Fundación Basque Culinary Center hasta el 31 de diciembre de 2016, con un desembolso de 75.000 euros. Este patrocinio supone para el Consejo Regulador exclusividad en cuanto a DD.OO. vinicas, el patronazgo del Instituto del Vino junto a Pernod Ricard, la presencia gráfica en el edificio, tanto en el auditorium como en el restaurante, la difusión de la condición de patrono, la presencia de vinos de Rioja en los eventos nacionales e internacionales del BCC, el patrocinio del 3º Máster de Sumillería y Enomarketing impartido por el Instituto del Vino, la emisión de spots de Rioja en las instalaciones del BCC, el patrocinio de la plataforma Culinary Interaction, la realización de un concurso internacional de tapas promovido por Rioja y BCC, la colaboración de la Denominación en el

máster de Turismo Gastronómico y la participación en la web sobre el mundo del vino BCC Wine.

**PLENO 15-07-2016**

**Normas de Campaña 2016.-** El Pleno aprueba las 'Normas de Campaña' para la vendimia 2016, un conjunto de medidas clave dentro del sistema de control que garantiza la calidad y autenticidad de las uvas y vinos de la Denominación de Origen Calificada Rioja. La aprobación por amplio respaldo de las Normas de Campaña 2016 es consecuente con el objetivo de elevar el nivel de excelencia de los vinos de Rioja asumido por el sector como uno de los principales ejes estratégicos del modelo de denominación.

Entre las medidas incluidas en las 'Normas de Campaña', destaca la fijación de los rendimientos máximos de producción de uva por hectárea que, de acuerdo con las circunstancias de la campaña 2016, el Consejo decide mantener en 6.955 kg. por hectárea para variedades tintas y en 9.630 kg. por hectárea para variedades blancas. En lo que se refiere al rendimiento de transformación uva-vino en las elaboraciones, para esta campaña se autoriza el máximo señalado por el Pliego de Condiciones de la Denominación del 72% (72 litros de vino por cada 100 kg de uva). En atención a las condiciones climatológicas que pudieran incidir al final del ciclo vegetativo del viñedo, se entenderá justificada la entrega en bodega de hasta 715 Kg. de uva por hectárea para las variedades tintas y de 990 Kg. de uva por hectárea para las variedades blancas por encima del rendimiento máximo amparable, aunque el vino elaborado con dicha uva no será amparado por la D.O. y deberá retirarse de las bodegas en el plazo máximo marcado por el Consejo.

Además de fijar los rendimientos máximos de producción de uva por hectárea y supervisar su cumplimiento, se controla



## ACUERDOS DEL PLENO

**Valoración de la solicitud de ABRA al Gobierno Vasco para crear la Denominación de Origen 'Viñedos de Álava'.**- (COMUNICADO / 22-7-2016) El Consejo Regulador ha tenido conocimiento a través de los medios de comunicación de la iniciativa de la Asociación de Bodegas de Rioja Alavesa (ABRA) ante el Gobierno Vasco para la creación de la Denominación de Origen "Viñedos de Álava". Tal hecho ha causado sorpresa en la institución y se considera una deslealtad por parte de una Asociación que forma parte de los órganos de decisión del Consejo Regulador y participa en todos sus foros de discusión. No utilizar este foro para informar al Consejo de su iniciativa no solo constituye una actuación desafortunada, sino que traiciona los principios básicos de funcionamiento de la Denominación.

Ayer mismo, día en que ABRA hizo pública la solicitud, se celebraba en el Consejo una nueva reunión de la Comisión de Reglamento convocada hace varias semanas en la que se continuaban debatiendo diferentes propuestas de diferenciación en el seno de la D.O.Ca. Rioja, en concreto sobre los vinos de subzona y de municipio. En la misma, las asociaciones presentes, incluyendo un representante de ABRA que participó activamente sin mencionar en momento alguno la iniciativa de su asociación, acordaron un planteamiento preliminar que básicamente coincidiría con la única reivindicación que ABRA ha trasladado al Consejo hasta la fecha.

Independientemente del malestar causado por esta actitud desleal con la Denominación, debe precisarse que el conjunto de las bodegas que integran ABRA representa únicamente en torno al 15% del valor de la comercialización de vinos de Rioja Alavesa (el 5% del total de la Denominación), a lo que se añade que sólo un tercio de dicha organización respaldaría la iniciativa, lo que hace menos comprensible aún el que se haya emprendido con tan escaso apoyo.

Por último, cabe señalar que el Consejo Regulador desconoce qué encaje legal se pretende para esta iniciativa. Es preciso advertir que deberá afrontar las nuevas exigencias comunitarias, ya que es la Unión Europea quien en última instancia tiene las competencias en materia de reconocimiento de Denominaciones de Origen.

Desde el Consejo Regulador se reafirma una vez más que se defenderán los intereses de todos los inscritos en cualquier ámbito territorial de la Denominación y se confía en que se haya informado adecuadamente a los promotores de la iniciativa presentada por ABRA al Gobierno Vasco de las renuncias que conllevaría su consecución, particularmente en lo que se refiere a la utilización del nombre de Rioja, cuyo valor en el mercado nacional e internacional está plenamente contrastado.

mediante tarjetas magnéticas el pesaje obligatorio de todas las uvas a su entrada en bodega y se determinan exigencias de calidad en parámetros como la graduación alcohólica, intensidad colorante, índice de polifenoles, etc. También cabe reseñar que los veedores del Consejo controlan los traslados de uvas y vigilan las zonas limítrofes de la Denominación, ya que no está permitido introducir en las bodegas de Rioja uvas de viñedos no inscritos en la Denominación.

### PLENO 9-9-2016

**Auditoría e incremento de plantilla.**- El Pleno acuerda el encargo a EUDITA AUDITEBRO S.A. de la auditoría completa de las cuentas anuales del ejercicio 2016 por un importe de 6.733,75 euros. Igualmente se acuerda unánimemente incrementar la plantilla e iniciar procesos de selección al efecto de la contratación de un responsable de Comunicación y de un responsable de Proyectos en el área de Marketing.

**Municipios en etiquetado.**- Se acuerda unánimemente promover que se aborde en vía parlamentaria la reserva de



la representación del nombre de los municipios incluidos en su zona de producción para los vinos de Rioja, obligando al resto competencia de la C.A. de La Rioja a sustituirlo por el código postal mediante la enmienda del proyecto de ley de Control del Potencial Vitícola de La Rioja.

**Estudio identidad visual.-** Se acuerda mayoritariamente la realización de una fase complementaria de ajustes en el estudio sobre identidad visual y aplicación de marca, que abarcaría la gráfica secundaria, el estilo fotográfico, el sistema de ilustración, los formatos publicitarios y para folletos, aplicativo para redes sociales, un manual de marca y, a tenor de las necesidades más recientes, el diseño de un sello para viñedos singulares, por importe de 39.046,70 euros, IVA incluido, a financiar con ahorros en otras partidas.

#### PLENO 28-10-2016

**Planificación del potencial productivo.-** La D.O. Calificada Rioja limitará sus nuevas plantaciones de viñedo a un total de 645 hectáreas para el año 2017 como consecuencia del aumento de la comercialización en un 1,36% durante el periodo septiembre 2015 - agosto 2016, aplicándose de esta forma el acuerdo sectorial que estableció la planificación productiva para 2016-2018 y condicionó a la evolución de las ventas el porcentaje de incremento de la superficie de viñedo. Por otra parte se restringirán tanto las autorizaciones de replantación procedentes de viñedos arrancados fuera de la zona de producción de la D.O.Ca. Rioja, como las autorizaciones de plantación de viñedo por conversión de un derecho de plantación que proceda igualmente de fuera de Rioja.

Esta política de limitación del incremento de la superficie de viñedo en la D.O.Ca. Rioja tiene como objetivo garantizar la continuidad de su modelo de desarrollo sostenido ante la amenaza que representa el nuevo sistema de autorización de plantaciones de viñedo que entró en vigor en enero de 2016. El acuerdo adoptado por el Consejo Regulador en noviembre de 2015 concretaba un incremento recomendado de potencial

productivo de 387 ha (un 0,6% sobre las 64.526 ha de viñedo de la D.O. en ese momento) para cada uno de los tres años en que se centraba la planificación (2016, 2017 y 2018). No obstante, se preveía una eventual revisión de lo planteado para estos dos últimos años en función del comportamiento de la comercialización.

**Cambio de vocales.-** ABRA designa nuevos representantes con motivo de la renovación de su Junta Directiva: Norberto Miguel Aguillo en la Comisión Técnica y de Control; M<sup>º</sup> Jesús Amelibia Argote en la Comisión de Personal, Administración, Finanzas y Régimen Interior, Saúl Gil Berzal en la Comisión para el Análisis y Desarrollo del Plan Estratégico, Emilio Aguillo Mateo en la Comisión de Promoción, e Inés Baigorri Uribe en la Comisión de Reglamento y Comisión Permanente, así como en el Pleno del Consejo Regulador. Por otra parte, Leticia Olasolo Viteri será la representante de UAGR en la Comisión para el Análisis y Desarrollo del Plan Estratégico, así como en la Comisión de Reglamento.

#### PLENO 11-11-2016

**Composición varietal en blancos y rosados.-** El Pleno acuerda mayoritariamente modificar la redacción del Pliego de Condiciones en lo que se refiere a la composición varietal autorizada para la elaboración de vinos blancos y rosados de Rioja, eliminando la limitación existente en el empleo de las variedades Chardonnay, Verdejo y Sauvignon Blanc, a las que no se permitía ser predominantes en el producto final. La nueva redacción del artículo referido a los vinos blancos no indica nada respecto a la proporción de las variedades utilizadas, quedando de la siguiente manera: "En la elaboración de vinos blancos se emplearán exclusivamente uvas de las variedades Viura, Garnacha Blanca, Malvasía, Maturana blanca, Tempranillo blanco, Turruntés, Chardonnay, Sauvignon blanc y Verdejo". Respecto a la elaboración de rosados, el nuevo texto del Pliego de Condiciones especifica que "se empleará un mínimo del 25 % de uvas de variedades Tempranillo, Garnacha Tin-



## ACUERDOS DEL PLENO

ta, Graciano, Mazuelo y Maturana Tinta. La mezcla opcional para el supuesto de los vinos rosados deberá realizarse con posterioridad a la entrega o pesada en báscula”.

**Requisitos para Reservas y Grandes Reservas.-** El Pleno acuerda unánimemente sustituir la definición vigente en el Pliego de Condiciones para los vinos tintos de la categoría Reserva con el objetivo de incorporar como obligatorio el requisito de una estancia mínima en botella antes de la comercialización. El nuevo texto del artículo referido a la mención “Reserva” indica: “Vinos tintos: envejecimiento en bodega de roble y botella durante un período total de treinta y seis meses, como mínimo, con una duración mínima de crianza en bodega de roble de doce meses, seguida y complementada con un envejecimiento mínimo en botella de seis meses”. La obligatoriedad de la nueva definición será exigible a partir del 1 de enero de 2019 con el fin de habilitar a los operadores para desarrollar una adecuada planificación de adaptación.

Igualmente se acuerda por unanimidad la siguiente definición en sustitución de la vigente en el Pliego de Condiciones para los vinos tintos de la categoría Gran Reserva: “Envejecimiento en bodega de roble y botella durante un período total de sesenta meses, como mínimo, con una duración mínima de crianza en bodega de roble

de veinticuatro meses, seguida y complementada con un envejecimiento mínimo en botella de veinticuatro meses”. Esta nueva definición permitirá al elaborador distribuir con un criterio más flexible el tiempo mínimo de cinco años de envejecimiento entre bodega y botella, al dejar la opción de elegir entre ambos envases el año restante para completar los sesenta meses de envejecimiento exigidos como mínimo.

**Viaje a la Toscana.-** Se acuerda mayoritariamente una dotación presupuestaria de 24.000 euros, a financiar con ahorros en la ejecución de otras partidas presupuestarias, para la realización de un viaje de vocales y personal del Consejo Regulador a la Toscana.

### PLENO 21-12-2016

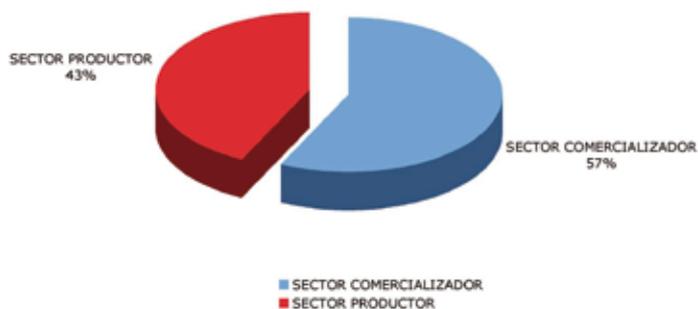
**Presupuestos 2017.-** El Pleno aprueba un presupuesto de 16,48 millones de euros para 2017 con el objetivo de consolidar el esfuerzo inversor del sector vitivinícola riojano tanto en lo que se refiere a la mejora de los procesos de control de calidad, como en el área de promoción, a la que se destinan casi 11 millones de euros, el 65,6% del presupuesto. Se da así continuidad al compromiso adquirido por las organizaciones del sector de mantener durante tres años el nivel de inversión

**Acreditación ante ENAC y delegación de competencias.-** El Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja ha dado un importante paso en su proceso de adaptación a las exigencias del nuevo marco legal vitivinícola presentando ante la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) la solicitud de acreditación del cumplimiento de la norma UNE-EN ISO /IEC 17065:2012, solicitud acompañada por la correspondiente documentación. Satisfecho este requisito en tiempo y forma, el Ministerio de Agricultura ha delegado en el Consejo las competencias para la verificación del Pliego de Condiciones antes de la Comercialización, tal y como contempla la Ley 6/2015 de Denominaciones de Origen, durante un periodo provisional de un año, que podría ser prorrogable en caso necesario.

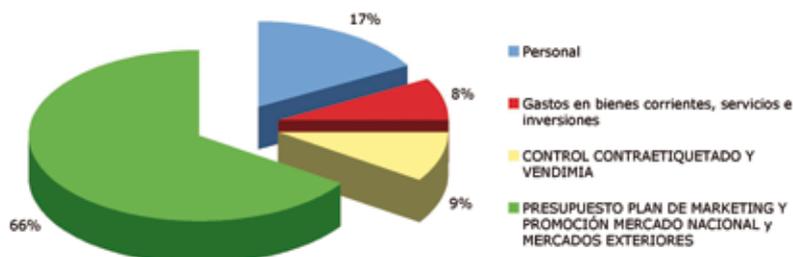
Como señala la resolución de la Dirección General de la Industria Alimentaria, “una vez examinada la documentación acreditativa, se considera que cumple con lo establecido en los Reglamentos comunitarios aplicables y en particular en el artículo 5 del Reglamento 882/2004, del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 de abril de 2004, así como la Ley 6/2015, por lo que esta Dirección General, como autoridad competente en la materia, resuelve delegar con fecha 3 de junio de 2016 de manera provisional por un periodo de 12 meses a la Corporación de Derecho Público Consejo Regulador la verificación del pliego de condiciones de la D.O. Ca. Rioja antes de la comercialización del producto, actuando como organismo de control”.



### CRITERIO DE DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO



### PRESUPUESTO DEL CONSEJO REGULADOR AÑO 2017



alcanzado para el actual ejercicio 2016, en que el presupuesto del Consejo ha experimentado un incremento significativo, siendo el más ambicioso desde el comienzo de la crisis.

La apuesta por la inversión en promoción planteada por el sector para este periodo trianual tiene como objetivo fundamental mejorar el posicionamiento de los vinos de Rioja en los principales mercados y, consecuentemente, aportar valor a la Denominación Para ello se viene desarrollando en estos últimos años una estrategia coherente con dicho objetivo, dotada de la consistencia y continuidad necesaria para obtener resultados a medio y largo plazo, algo que la positiva evolución del valor de la comercialización en el último periodo interanual permite ver con optimismo. Es el caso del comportamiento del mercado español, que se ha convertido junto a Estados Unidos en destino prioritario de la inversión promocional, con 2,8 y 3 millones de euros respectivamente para cada mercado, dadas las buenas expectativas de crecimiento que ofrecen. Otros nueve mercados internacionales constituyen el objetivo de las campañas del Consejo Regulador, bien sea con el fin de incrementar el valor de las exportaciones en el caso de 'mercados maduros' con presencia tradicional de Rioja como Reino Unido, Alemania, México, Suecia, Irlanda, Canadá y Suiza, bien sea con el fin de favorecer una mayor penetración de la D.O. Ca. Rioja en mercados emergentes como China y Rusia.

También en 2017 seguirá desarrollándose el programa específico de promoción para vinos blancos puesto en marcha este año, así como el proyecto global para formar 'educadores oficiales de Rioja' a nivel mundial que puedan

colaborar en la difusión del conocimiento de Rioja, al tiempo que seguirá ganando peso el enoturismo como uno de los mensajes clave de las campañas. La principal novedad será la implementación en las campañas de promoción de los nuevos mensajes y valores de marca, redefinidos a partir del estudio de reposicionamiento estratégico de la D.O. Ca. Rioja que ha realizado este año una consultora especializada para el Consejo Regulador.

Excepto la aportación de fondos europeos (OCM) que recibirá el Consejo para los gastos de promoción en terceros países, equivalente a unos 2,5 millones de euros, la totalidad del presupuesto se financia conjuntamente por el sector productor y el comercializador, siguiendo para ello los criterios tradicionales de distribución. En lo que se refiere al presupuesto ordinario de 6,4 millones de euros, la aportación del sector comercializador será del 68,5% y la del sector productor del 31,5%, mientras que el presupuesto extraordinario de promoción (10,1 millones de euros) se distribuirá al 50% entre ambos sectores. Sobre el total del presupuesto, las bodegas asumen un 57,2% y los viticultores un 42,8%.

**Seguro de cambio y nuevo vocal.-** Se presta conformidad a la suscripción con Bankia de sendos seguros de cambio para evitar la fluctuación de los desembolsos en dólares y en libras esterlinas que conllevaría el Presupuesto aprobado para 2017. Se designa por parte de BFR-PROVIR a Pedro Torrecilla Martínez como nuevo representante en la Comisión de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior.



## 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 0,80 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: 2,96 euros/l. el vino Genérico, 4,13 euros/l. el Crianza, 5,74 euros/l. el Reserva y 10,94 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.



*Las funciones de certificación y de promoción de los vinos de Rioja que desempeña del Consejo Regulador se financian con las aportaciones realizadas por los viticultores y las bodegas inscritas en la Denominación.*



PRESUPUESTO DE GASTOS AÑO 2016	
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	
Retribuciones personal fijo	1.470.602,33
Retribuciones personal eventual	550.519,73
Cuotas Seguridad Social	534.001,47
Gastos sociales	28.542,85
<b>TOTAL CAPITULO I</b>	<b>2.583.666,38</b>
<b>GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS</b>	
Reparaciones y conservación (Edificios, maquinaria y utillaje, material de transporte, mobiliario equipos informática, jardinería, limpieza e inmovilizado material)	80.682,56
Material de oficina, suministros y varios (Materiales, combustibles, comunicaciones, transportes, seguros de locales y de vehículos, tributos, etc.)	260.506,64
Gastos diversos (RR.PP, material promocional, defensa de marca y de la Denominación y gastos imprevistos.)	297.107,88
Trabajos realizados por otras empresas (Informe Nielsen, programación de ordenadores, Gabinete de Prensa, Plan de Calidad, análisis, muestras y mantenimientos.)	252.596,69
Indemnizaciones por servicios (Viajes, manutención, alojamiento, asistencias, etc.)	300.978,54
<b>TOTAL CAPITULO II</b>	<b>1.191.872,31</b>
<b>INVERSIONES REALES</b>	
Equipos para procesos de informática, mobiliario, enseres y otros	62.100,00
Medidas de control en contraetiquetado y vendimia	1.743.253,77
Control en puntos de venta	61.055,35
Comunicación y Promoción (Ferias, exposiciones, actos, promoción y publicidad en medios, comunicación, concursos, colaboraciones, objetos de promoción)	730.975,00
<b>TOTAL CAPITULO III</b>	<b>2.597.384,12</b>
<b>RESUMEN PRESUPUESTO ORDINARIO</b>	
GASTOS DE PERSONAL	2.583.666,38
GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	1.191.872,31
INVERSIONES	2.597.384,12
<b>TOTAL PRESUPUESTO ORDINARIO 2016</b>	<b>6.372.922,81</b>
<b>PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO</b>	
PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN (Mercado Nacional y mercados exteriores: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Suecia, Irlanda, China, Méjico, Suiza, Rusia y Canadá)	10.149.864,86
<b>TOTAL PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO</b>	<b>10.149.864,86</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO GLOBAL 2016</b>	<b>16.522.787,67</b>



# RECURSOS ECONÓMICOS DEL CONSEJO

Se recibieron subvenciones correspondientes a las campañas promocionales cofinanciadas con fondos OCM por importe total de 2.573.924,99 euros, de los cuales 1.208.428,72 euros correspondían a la anualidad OCM 2016 que finalizó el 31 de mayo de 2016 y ya fue cobrado, y el resto, 1.365.496,27 euros, corresponde al siguiente año OCM que concluirá el 31 de mayo de 2017 y que se encuentra pendiente de cobro. Adicionalmente, se recibió una subvención del Programa de Desarrollo Rural de Navarra por importe de 15.133,08 euros.

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

## Presupuesto extraordinario

El Pleno del Consejo Regulador aprobó un Presupuesto Extraordinario para el Plan de Marketing y Promoción de 10.149.864,86 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 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, Suiza, Rusia, Irlanda y Canadá dedicando así mismo parte para publicidad y promoción en mercado nacional, con campañas de comunicación en televisión, radio y redes sociales y en punto de venta.

## 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 acciones en eventos, el estudio de enoturismo, cursos de cata y divulgación en restauración y proyectos digitales.

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.

CRITERIO DISTRIBUCION PRESUPUESTO 2016					
PORCENTAJES DE DISTRIBUCIÓN	PRESUPUESTO	SECTOR PRODUCTOR	%	SECTOR COMERCIALIZADOR	%
PRESUPUESTO ORDINARIO	4.568.613,69	1.164.996,49	25,50%	3.403.617,20	74,50%
PRESUPUESTO ADICIONAL	1.804.309,12	902.154,56	50,00%	902.154,56	50,00%
PRESUP. EXTRAORDINARIO	10.149.864,86	5.074.932,43	50,00%	5.074.932,43	50,00%
TOTALES PRESUPUESTOS	16.522.787,67	7.142.083,48	43,23%	9.380.704,19	56,77%

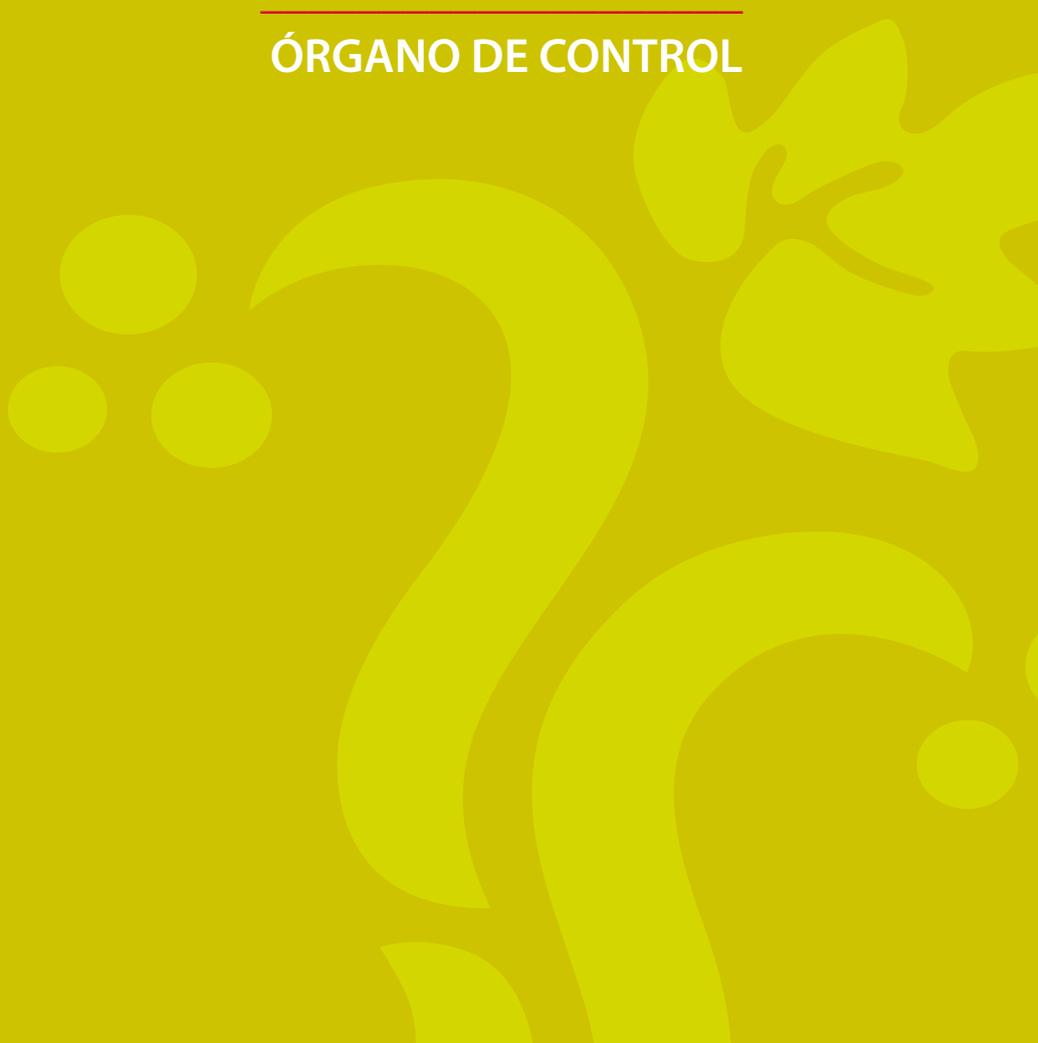


# Actividades por departamentos

**SERVICIOS ADMINISTRATIVOS**  
**ASESORÍA JURÍDICA**  
**COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN**

---

**ÓRGANO DE CONTROL**



# SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

## Actividades por departamentos

### SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

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, 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 2016 se expedieron 400 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.-** La cantidad total de litros trasladados entre bodegas inscritas durante el 2016 ha ascendido a 242 millones. Para estos traslados se han concedido 3.881 autorizaciones para vinos protegidos.

**Fichas de control de añadas.-** Los Servicios Administrativos del Consejo expedieron durante el año 2016 un total de 762 fichas de control de añadas para los distintos tipos y categorías de vinos.

**Contraetiquetas y Precintas.-** Un total de 13.924 "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 2016.

Por otro lado, las 7.918 entregas de contraetiquetas y precintas efectuadas a los embotelladores de vino de Rioja inscritos en los registros del Consejo Regulador han sumado 388.568.475 documentos de garantía. De ellos 2.130.535 han sido contraetiquetas en papel normal y 4.960.893 en papel autoadhesivo y 109.266.277 precintas en papel normal y 272.210.770 precintas en papel autoadhesivo. Además de dichas entregas, se han confeccionado y registrado los correspondientes albaranes de entrada de imprentas, en total 2.460 impresos, además de 748 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 98% en el 2016, 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 71% en el 2016 en detrimento del soporte en papel normal.

# ASESORÍA JURÍDICA

## Actividades por departamentos

### ASESORÍA JURÍDICA

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, tramitación de comunicaciones de etiquetas, modificaciones de inscripción fundamentalmente altas y bajas, suspensiones y anulaciones en los distintos Registros de Viñas y Bodegas, etc.

Con fecha 12 de mayo de 2015 se aprobó la Ley 6/2015, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supra autonómico. A partir de su entrada en vigor, corresponde a la Agencia de Información y Control Alimentarios, entre otras funciones, la de iniciar e instruir, conforme a su propio régimen, los procedimientos sancionadores por los incumplimientos a la Ley 6/2015. La asesoría jurídica del Consejo Regulador ha establecido una relación de estrecha colaboración con la Agencia de Información y Control Alimentarios en la redacción de todos aquellos informes que les son requeridos al objeto de la tramitación de los expedientes sancionadores.

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.

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 resultas de reclamaciones entre particulares mediando plantaciones tuteladas por la Denominación de Origen Calificada Rioja.

### Expedientes administrativos

Durante el año 2016 se han tramitado 1.361 expedientes administrativos consecuencia de las actuaciones iniciadas en otros Departamentos del Consejo Regulador.

Los motivos de los mismos, básicamente, son, en el caso de expedientes sancionadores: infracciones en materia de etiquetado, prácticas de cultivo, permanencia de vino no amparado superando la fecha límite establecida, una expedición de botellas sin precintas, una declaración falsa de envejecimiento, omisiones en los documentos de garantía y diferencias de aforo. 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 2016, se han recaudado para el Tesoro Público a lo largo de 2016 un total de 152.168,56 euros.

Por su parte, los expedientes de carácter no sancionador traen causa de comunicaciones de nuevos diseños de etiquetado, inscripción de superficie de viñedo productivo una vez autorizados por los Departamentos o Consejerías de

**Etiquetado.-** Tramitadas un total de 885 comunicaciones de nuevos etiquetados, de los cuales 345 corresponden a nuevas marcas y 540 a revisiones de diseño de etiquetados ya autorizados. Se observaron 30 etiquetados que no se ajustaban a la normativa en vigor.



# ASESORÍA JURÍDICA

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.

## Relaciones con otros Órganos Judiciales

Se mantiene la tendencia observada en años anteriores respecto a 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.

## Comisión de Reglamento

El Consejo Regulador en su actual mandato mantiene una Comisión de Reglamento, 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 2016, ha sido el desarrollo de entidades geográficas menores: subzona, municipio y viñedo singular. Así mismo se ha venido trabajando en el estudio y valoración del borrador de Real Decreto que desarrolla la citada Ley 6/2015, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico, en los Estatutos del Consejo Regulador de la D.O.Ca.Rioja, y en distintas modificaciones del Pliego de Condiciones.

## 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 2016.

**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.

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





### Colaboraciones institucionales

- Ponencia en la Universidad de La Rioja sobre la D.O.Ca.Rioja a alumnos del Máster de la OIV.
- Integración en el Comité Asesor del proyecto WineTech.
- Representación de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas en el Consejo Rector de la Plataforma Tecnológica del Vino.
- Colaboración con la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas en su relación con la organización EFOW (European Federation of OriginWines), de la que es socio.
- Comparecencia en Parlamento Vasco en ponencia de tramitación de la Ley de Defensa de la Calidad de la Viña y del Vino
- Presentación caso Rioja en la Escuela de Negocios San Telmo.
- Participación en mesas redondas regionales sobre asuntos de interés para el sector vitivinícola.
- Elaboración de distintos informes y borradores relativos al Proyecto de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito supra autonómico.
- Representación del Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja en el Lobby Internacional para la defensa del origen y los nombres geográficos.
- Representación de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas en la Junta Directiva de la Plataforma Tecnológica del Vino
- Participación en el Master de Enología de la Universidad de La Rioja.
- Participación en el Master de Sumillería del Basque Culinary Center
- Participación en el Grado de Gastronomía y Artes Culinarias del Basque Culinary Center
- Reunión con la Agencia de Información y Control Alimentarios en materia de certificación, así como para la colaboración en la tramitación de expedientes sancionadores.
- Reuniones con la Dirección General de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente para el estudio y redacción del Real Decreto de desarrollo de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supra autonómico

# 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 en las áreas de publicidad, comunicación, relación con los medios y relaciones públicas. Corresponde al Departamento la planificación y ejecución de las campañas de promoción en los mercados considerados estratégicos para Rioja, tanto en el mercado nacional como internacional, así como la creación y realización de iniciativas de diversa índole que contribuyan a conseguir notoriedad y posicionar los vinos de Rioja a través de la organización de eventos propios, publicidad, patrocinios, asistencia a ferias, organización de cursos de cata, colaboración con otras entidades implicadas en la promoción del vino, etc. Este año se han potenciado dos áreas de actuación nuevas, consideradas prioritarias para los próximos años, como son la estrategia de enoturismo y el lanzamiento del programa oficial de educadores de Rioja.

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. En este aspecto la comunicación digital y redes sociales se van convirtiendo en un vehículo de comunicación cada vez más importante, pues dan la oportunidad de establecer un diálogo con el público objetivo.

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, profesionales y líderes de opinión, divulgando aquellas características que más resaltan 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.



Las siete agencias responsables de las campañas de promoción de vinos de Rioja en los mercados exteriores celebraron en septiembre una convención en la sede de Consejo Regulador con el objetivo de analizar las campañas de 2016 y preparar las de 2017, cuya prioridad continua siendo incrementar el valor de las exportaciones.

## Más inversión para mejorar el valor de la marca Rioja

El Consejo Regulador destinó a la promoción de la marca colectiva Rioja en los principales mercados durante 2016 cerca de 10,2 millones de euros, que representan más del 65% del total de su presupuesto anual, siendo este capítulo el único que experimentó un incremento significativo respecto al año anterior (el 8,5%). Esta decisión, en la que participan conjuntamente tanto el sector productor como el comercializador, es consecuente con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de los vinos de la Denominación en los segmentos de mayor valor añadido. Dada la alta notoriedad alcanzada entre los consumidores, el reto ahora es posicionar a la D.O. Ca. Rioja como una región referente en calidad y un valor seguro, cuya diversidad y autenticidad van de la mano.

“Descubrir/mostrar el valor de los vinos de Rioja a través de actividades educativas y experiencias memorables con profesionales y consumidores” ha sido el eje central de la estrategia de marketing y promoción institucional en los mercados

exteriores en 2016. El objetivo de las actividades programadas ha sido “educar” al público objetivo (consumidores, detallistas y restauradores) mediante la degustación de producto y el contacto directo con los propios bodegueros y sus importadores para contarles las historias singulares que hay detrás de cada vino. Tanto los profesionales como los consumidores han podido probar la gran calidad y diversidad de los vinos en conexión con la gastronomía internacional y las tapas españolas, demostrando el excelente maridaje que alcanzan.

Este año la promoción de los vinos blancos de Rioja ha alcanzado un protagonismo especial potenciando su inversión sustancialmente tanto en España como en mercados internacionales para mostrar que Rioja no es solo tintos y poner en valor el gran trabajo que vienen realizando desde hace ya

Generar experiencias y educar, las dos áreas claves de actuación con profesionales y consumidores



# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

unos años los bodegueros y viticultores riojanos en este tipo de vinos. El consumo de vinos blancos crece a nivel mundial de manera considerable y es un nicho de mercado que Rioja no debe descuidar.

En mercados maduros como Reino Unido, Alemania y Suiza las acciones van orientadas tanto a consumidores como profesionales, ya que la presencia de Rioja en el punto de venta es destacada y la capacidad de prescripción de los consumidores es cada vez mayor. El reto es que prueben el producto. En mercados en desarrollo como Rusia y China la campaña se centra en profesionales y en potenciar la visibilidad de Rioja en el punto de venta, estableciendo alianzas con las principales cadenas detallistas del país. El reto es “educar” al profesional y líder de opinión para que prescriba y transmita el mensaje de Rioja a los consumidores, aunque de manera selectiva también se organizan algunas actividades para éstos. En mercados en expansión como Estados Unidos y México, a caballo entre maduros y en desarrollo, se ha seguido una estrategia mixta, buscando equilibrio entre las acciones dirigidas a profesionales y a consumidores.

Las partidas más significativas del presupuesto se han destinando a mercados con gran potencial de desarrollo como Estados Unidos, que es ya el tercer importador de Rioja, y China, que ha tenido un crecimiento exponencial, así como a los principales países importadores de Rioja, mercados ya maduros como Reino Unido, Alemania, Suiza y México, sin olvidar que España, donde el consumo de vino ha descendido de forma alarmante, sigue siendo para Rioja su primer mercado, con más del 60% de las ventas totales. Rusia y Canadá se han incorporado con fuerza a los países objetivos de la promoción de Rioja después de haber entrado en la lista de los diez mayores importadores de Rioja

Teniendo en cuenta las peculiaridades de cada país, en general la campaña de promoción institucional de los vinos de Rioja en los mercados nacional y exterior durante 2016 se ha basado en una estrategia de marketing integrado: relaciones públicas, publicidad, relación con los medios de comunicación y promoción en punto de venta. Internet y las redes sociales

ha irrumpido con fuerza y ha pasado a convertirse en una herramienta fundamental de la actividad promocional. Por ello el Consejo Regulador es actualmente punta de lanza de las redes sociales del vino con perfiles individuales en Facebook, Twitter e Instagram en los principales países objetivo de la campaña, un perfil mundial en Youtube y un portal de redes sociales (Social Media Room). Como novedad, este año se ha lanzado la primera aplicación móvil oficial de la D.O.Ca. Rioja para potenciar el enoturismo y dar más protagonismo a las bodegas y sus vinos.

Es importante destacar la continuidad del método de selección de los vinos para los eventos promocionales mediante paneles de expertos independientes de cada mercado, siguiendo criterios de calidad e imagen, así como destacando ciertas temáticas especiales que resulten más novedosas y refuercen el valor de Rioja y el interés del público objetivo por acudir a los eventos, como por ejemplo blancos de Rioja, monovarietales no tempranillo, etc. Un ejemplo es el evento ‘10 by 10’ organizado en Londres, los salones de Rioja en Valencia y Coruña, los “Best of Rioja” del grupo Meininger en Alemania, etc. El objetivo final es potenciar el valor de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

Es fundamental medir y valorar la eficacia y resultados de las campañas de promoción, para ello además de tener como referencia la evolución de las ventas tanto en volumen como en valor, el Consejo continúa obteniendo las valoraciones de importadores, bodegas, compradores y líderes de opinión a través del método de encuestas de satisfacción, tanto generales de cada país, como en los eventos clave (visitantes/expositores). Para ello se han contratado los servicios de la consultora externa especializada Wine Intelligence.

## Publicaciones, cursos de cata y Oficina de Información

El Consejo ha potenciado la utilización de los nuevos soportes digitales para la divulgación del conocimiento de los vinos de Rioja, tanto en el mercado español como en todos aquellos en los que cuenta con agencias para gestionar las campañas de promoción. La actuación más destacada en este sentido ha sido el lanzamiento de la App Riojawine, la primera aplicación oficial para móviles y tabletas que ha puesto al alcance de la mano de cualquier consumidor la información más completa sobre bodegas, vinos y enoturismo de la D. O. Ca. Rioja. Igualmente, se ha intensificado la presencia en las redes sociales con perfiles individuales en Facebook, Twitter e Instagram, un perfil mundial en Youtube y un portal de redes sociales denominado Social Media Room.

En 2016 el Consejo ha publicado ocho ediciones en español y cuatro en inglés del newsletter puesto en marcha el año anterior, que se distribuye por correo electrónico mediante suscripción gratuita y va dirigido tanto al ámbito profesional como de consumidores de todo el mundo. Por otra parte, la edición impresa del Boletín 'CONSEJO', del que se publicaron dos números a lo largo del año 2016, cumple el objetivo primordial de reforzar los lazos de comunicación del Consejo Regulador con viticultores y bodegueros de la D.O. 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 D. O. Ca. Rioja



en su conjunto a través de los datos estadísticos más significativos. La página oficial del Consejo Regulador en Internet ([www.riojawine.com](http://www.riojawine.com)) se actualiza permanentemente con aquellos contenidos que ofrecen una completa visión de la D. O. Ca. Rioja.

El Consejo dispone además de diverso material informativo y promocional impreso en varios idiomas. La Oficina de Información de Vinos de Rioja que se halla en la sede del Consejo atiende a un gran número de visitantes y remite material informativo a todo el mundo. Por último, desde el año 1998 los técnicos del Consejo Regulador imparten en la propia sede del Consejo cursos de iniciación a la cata las mañanas de los sábados con inscripción previa.

**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. Algunos de los eventos que han contado con la colaboración del Consejo son los Premios de la Academia de la Radio 2016, la iniciativa 'Riojano, joven y fresco', organizada por el Grupo Vocento, Acto de presentación del "Movimiento Vino con D.O.", etc. La sede del Consejo acogió también actividades promocionales del vino de Rioja promovidas por otras entidades, como la Cata de Solidaridad Rotaria o el Concurso de Vinos de Cosecheros de la Fundación Caja Rioja



## ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN EN ESPAÑA

### La actriz Eva Longoria recibe el XVIII Premio Prestigio Rioja por su labor humanitaria

Tal como se refleja en el acta del Jurado del Premio, Eva Longoria no solo es un ejemplo de profesionalidad en su trabajo, sino que también su vida está muy volcada en actividades filantrópicas, por lo que el Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja ha colaborado en algunas de las acciones que organiza la Fundación Eva Longoria para recaudar fondos destinados a la integración en la sociedad de las personas



desfavorecidas. En el acto de entrega del Premio, celebrado el 2 de abril en el marco de la gala benéfica "The Global Gift Madrid", Eva recordó emocionada el trabajo que realiza su fundación en materia de educación e integración laboral de las mujeres de la comunidad latina.

"¡Me encanta el vino de Rioja!", aseguró la actriz, que se declaró admiradora no solo de los vinos, sino también de la gente de esta región, a la que calificó de "luchadora", por lo que consideró "un verdadero orgullo compartir el premio con las personalidades tan importantes que lo han recibido". Finalizó diciendo que espera visitar Rioja este año "pues estoy deseando aprender más sobre sus viñedos y tradiciones".

El presidente del Consejo agradeció en nombre todos los viticultores y bodegueros riojanos que Eva Longoria "haya querido sumarse a la defensa y divulgación de la cultura del vino que perseguimos con este Premio, impulsando en la sociedad la percepción del vino como alimento tradicional, lúdico, culto y, sobre todo, muy saludable, como integrante básico que es de la 'dieta mediterránea', muy diferente de otras bebidas

# Actividades de promoción en España



El presidente del Consejo Regulador, José María Daroca, entregó el Premio a Eva Longoria en la gala organizada el 2 de abril en Madrid por las cuatro fundaciones beneficiarias de esta iniciativa filantrópica: Fundación Eva Longoria, Fundación Bertín Osborne, Fundación Isabel Gemio y Fundación Global Gift

alcohólicas". "Estamos convencidos de que la aceptación y disfrute de los valores propios de la cultura vitivinícola redundan en la mejora del bienestar, de la convivencia y de la amistad entre los pueblos, que hoy tanta falta nos hace", concluyó José María Daroca, para quien "la proyección internacional de Eva la convierte en una magnífica embajadora de nuestros valores en el mundo, como lo es el vino de Rioja respecto al conjunto de los vinos españoles".

## El Premio Prestigio Rioja

El Premio Prestigio Rioja es una iniciativa del Consejo Regulador de la D.O. Calificada Rioja pionera en la identificación entre el vino y la cultura, cuya finalidad es premiar a personas o instituciones con actuaciones destacadas en campos artísticos, deportivos, científicos o empresariales, que mediante la aceptación del Premio contribuyen a divulgar y prestigiar la cultura y formas de vida de aquellos pueblos en los que, como en el nuestro, viñedo y vino forman parte de su

idiosincrasia, de su cultura y de su historia.

Desde su creación en 1994 han recibido este galardón artistas como Antonio Banderas, Alejandro Sanz o Sara Baras, y personajes de la talla de Ferrán Adrià, Pau Gasol, Ana Patricia Botín, Theresa Zabell, Carlos Sáinz, Pedro Duque, Cristóbal Halffter, Isidoro Álvarez, Valentín Fuster, Plácido Domingo, Eduardo Chillida, Mario Vargas Llosa, Francisco J. Ayala y Federico Mayor Zaragoza.

El Premio cuenta con la colaboración desinteresada en el jurado de relevantes personalidades del ámbito de la cultura, la ciencia, la economía y la comunicación, como Ágata Ruiz de la Prada, diseñadora de moda, Carmen Iglesias, académica de la Historia y de la Lengua, José Luis Garci, cineasta, M<sup>re</sup> Teresa Álvarez, periodista y escritora, Rafael Ansón, presidente de la Academia Internacional de Gastronomía, y Luis Cabanas, financiero y jinete profesional.

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

*El grupo de prescriptores que participó en la cata de vinos blancos organizada por el Consejo Regulador estuvo integrado por: Alberto Gil, Alfred Peris, Andrés Proensa, Antonio Candelas, Enrique Calduch, Jaime Bermúdez, Jesús Flores, José Luis Casado, José Ramón Peiró, Juan Fernández Cuesta, Mar Romero, María Ángeles Sánchez, María Díez, María Jesús Hernández, Mikel Zeberio, Paz Ivisón, Pedro García Macholí, Rafael Lozano, Raquel Pardo, Salvador Manjón y Susana Molina.*



## **El Consejo Regulador apoya el desarrollo de los blancos de Rioja con una campaña de comunicación**

El Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja realizó una campaña de comunicación institucional bajo el eslogan “Prueba el blanco, ponte de moda”, cuyo objetivo fundamental ha sido apoyar el desarrollo de los vinos blancos de Rioja, trasladando a los consumidores la actual estrategia de la Denominación de irrumpir con fuerza en el mercado de los vinos blancos con una oferta de valor, que satisfaga a todos los paladares y ponga el acento en el buen hacer, capacidad innovadora y liderazgo de Rioja.

Era la primera vez que el Consejo realizaba una campaña de comunicación específica para los vinos blancos, campaña que se desarrolló en medios de comunicación nacionales -diarios, revistas y radio-, redes sociales y grandes superficies, y ha tenido continuidad en el tiempo. Además de la generación de contenidos divulgativos, se ha creado un video de 30” para viralizar en Youtube y una creatividad específica de

vinos blancos tanto para soportes impresos como online. La campaña ha puesto el acento en los valores de los blancos que Rioja presenta actualmente al mercado, destacando el potencial de esta Denominación, como líder de los vinos de calidad, para ofrecer una gama tremendamente atractiva, no solo en vinos más desenfadados, sino en otros más complejos, basados tanto en las variedades tradicionales -viura, malvasía, etc.- como en las nuevas variedades introducidas a partir de 2008 (tempranillo blanco, matorana, chardonnay, etc.).

Entre las acciones desarrolladas, cabe destacar el evento organizado el 1 y 2 junio en la sede del Consejo Regulador, donde 21 líderes de opinión de la prensa especializada española tuvieron la oportunidad de catar la mayor muestra de vinos blancos de Rioja reunida hasta la fecha. Fueron un total de 171 vinos blancos, que se distribuyeron en cinco grupos de acuerdo con los siguientes criterios: 1. Coupages de variedades autóctonas; 2. Coupages con otras variedades blancas; 3. Fermentados en barrica; 4. Envejecidos y añadas antiguas; 5. Monovarietales. La impresión general manifestada por los catadores fue muy satisfactoria, inclinándose de

# Actividades de promoción en España

forma mayoritaria por los vinos que mejor expresaban la personalidad diferencial de Rioja, bien a través de su paso por bodega o bien por su procedencia de variedades autóctonas como el tempranillo blanco.

El Plan Estratégico de Rioja marcó en 2005 en la hoja de ruta de la Denominación el objetivo de renovar la oferta de sus vinos blancos, reto al que ha respondido con éxito al incorporar nuevas variedades -unas 1.500 hectáreas en la actualidad- con carácter complementario al viñedo existente -en torno a 4.000 hectáreas-, que van conformando una interesante gama de nuevos vinos y que algunos prescriptores han llegado a denominar “la mayor revolución enológica” de España en estos comienzos del Siglo XXI.

## Celebración con Rioja del Día del Libro en la cuna del castellano

Basándose en el lema ‘Un libro y un Rioja: el placer de la cultura’ que preside la tradicional celebración del Día del Libro en La Rioja, Rocío Ávila afirma haber tomado como fuente de inspiración su visión del libro como “una ventana abierta hacia la libertad” para diseñar la etiqueta y cartel conmemorativos premiados por el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja en la vigésima edición de esta iniciativa de los libreros riojanos,

que consiste en obsequiar a los compradores de un libro con un botellín de vino de Rioja durante esta semana.

El presidente del Consejo Regulador, José María Daroca, ha destacado en el acto de presentación de la campaña 2016 “el acierto de vincular la celebración del Día del Libro con la cultura del vino, ya que ambas culturas están arraigadas desde siempre de forma inseparable entre nuestras gentes, pues no en vano esta tierra de vino es también la cuna del castellano”. Para Antonio Domínguez, presidente de la Asociación de Librerías de La Rioja, “la celebración de este año es especial al coincidir con el 400 aniversario del fallecimiento de Miguel de Cervantes”. Ha recordado también que “ya el primer poeta en lengua romance, Gonzalo de Berceo, unió vino y literatura”. La iniciativa de la Asociación, además del apoyo del Consejo Regulador desde su puesta en marcha hace veinte años, cuenta con el patrocinio de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja.

La madrileña de 22 años Rocío Ávila, alumna de segundo curso de Diseño Gráfico en la Escuela de Diseño de La Rioja, ha sido la ganadora del concurso patrocinado por el Consejo Regulador para la realización de la etiqueta y cartel conmemorativos del Día del Libro 2016, dotado con 400 euros. El jurado decidió otorgar además dos accésit de 100 euros a las alumnas Adriana Martínez y Pilar Ruiz.



*La ganadora del concurso, Rocío Ávila, con el presidente del Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja, José María Daroca, y el presidente de la Asociación de Librerías de La Rioja, Antonio Domínguez*



Lourdes Reyزابal con uno de los protagonistas de su programa 'Cocina Conciencia' y el chef del restaurante Elcano, donde trabaja



### La D.O.Ca. Rioja promueve con el BCC la plataforma 'culinaryinteraction.com'

La D.O.Ca Rioja se ha unido a la iniciativa Culinary Interaction, una plataforma de comunicación y colaboración creada por Basque Culinary Center para promover el perfil interdisciplinario de la gastronomía. A través de la página web <http://culinaryinteraction.com/es/> se han comenzado a documentar historias, testimonios y casos de éxito en los que la gastronomía se vincula con ciencia, cultura, agricultura, medicina y desarrollo social, desde múltiples enfoques, como parte de un fenómeno de alcance global, para ofrecer una mirada distinta.

### El Consejo Regulador presenta la primera 'APP' oficial de la D.O. Ca. Rioja

El Consejo Regulador ha presentado la primera aplicación oficial para móviles y tabletas que pondrá al alcance de la

mano de cualquier consumidor la información más completa sobre bodegas, vinos y enoturismo de la D. O. Ca. Rioja. Más allá de proporcionar toda esta información de valor sobre el vino de Rioja, el objetivo fundamental de esta nueva herramienta de comunicación es que los consumidores también puedan interactuar y conversar entre ellos, favoreciendo una experiencia lúdica de la que el usuario de la aplicación se sienta protagonista. Un objetivo que se enmarca en la estrategia general de acercamiento del Consejo Regulador a los consumidores a través de las nuevas tecnologías de la comunicación, unificando y dando respaldo oficial a toda la información dispersa que existe sobre la D.O., particularmente en materia de promoción de la oferta enoturística.

Disponible para su descarga tanto en versión Android como IOS, así como en español e inglés, la nueva APP Riojawine ofrece diferentes opciones de búsqueda de la amplia información que contiene sobre bodegas y vinos de la Denominación, tratando así de dar respuesta a las preguntas más frecuentes de cualquier consumidor. Así por ejemplo,

**I Jornada Culinary Interaction**, Formar a los presos en los restaurantes de prisiones en Reino Unido como futura salida laboral, emplear a jóvenes refugiados e inmigrantes en cocinas de restaurantes, diseñar comedores escolares ecológicos o proyectar cómo será la cocina del mañana, son algunas de las iniciativas de carácter social que han protagonizado la I Jornada Culinary Interaction, celebrada en Basque Culinary Center con la colaboración de la D.O.Ca. Rioja. La I Jornada Culinary Interaction reunió por primera vez varios ejemplos de interesantes iniciativas de carácter social que tienen a la gastronomía como denominador común. El director de Basque Culinary Center, Joxe Mari Aizega, abrió la jornada con un listado de diez proyectos ejemplares impulsados por otros tantos chefs, en los que la gastronomía se involucra con otras realidades: 'Brainy Tongue' de Andoni Luis Aduriz y 'La Masía' del Celler de Can Roca, en España; el 'Reffetorio Ambrosiano' de Massimo Bottura en Italia; 'The Clink' de Alberto Crisci en Reino Unido; 'Cacao de Origen' de Maria Fernanda Digiacobbe en Venezuela; la 'escuela Pachacutec' creada por Gastón Acurio en Perú; 'Goldring Center for Culinary Medicine' de Leah Sarris y 'Stone Barns' de Dan Barber, en Estados Unidos; 'MAD' de René Redzepi en Dinamarca; y el 'Mixons moins, mangez mieux' impulsado por Michel Bras en Francia.

**TU RIOJA  
SIEMPRE  
A MANO**

VINOS  
BODEGAS  
ENOTURISMO  
AMIGOS  
Y MUCHO MÁS.  
Rioja Wine



*El vinilo en 3D de Eduardo Relero permite que el cliente pueda subirse al gigante racimo de uvas que Baco lleva a su espalda sin mover un pie del suelo*

alguien que quiere elegir un vino para una comida puede utilizar un filtro que selecciona los mejor valorados por las guías e incluso realizar la gestión de compra si la bodega ofrece la posibilidad de adquirirlo en tienda online. Para alguien que quiera visitar una bodega, la aplicación puede ordenar por ubicación o por día de la semana el listado de las bodegas, que incluye una descripción de la oferta enoturística de cada bodega y sus actividades dirigidas al visitante, así como links a su web y perfiles sociales, de forma que desde la propia APP se puede acceder a la reserva online. También puede accederse a información sobre un determinado vino y la bodega que lo elabora escaneando la etiqueta con el móvil, o realizar búsquedas de vinos comercializados de determinadas variedades.

Son algunas de las múltiples posibilidades que se ofrecen y que, dada la estructura de la APP, podrán enriquecerse en un futuro, ya que serán los consumidores quienes protagonicen y den dinamismo a la información con la creación de listas de sus vinos favoritos que podrán intercambiar con otros usuarios, realizando recomendaciones, creando grupos, etc. Cabe también reseñar que la APP incluye contenidos didácticos sobre el vino de Rioja que resultarán de utilidad para los aficionados.

La herramienta se alimenta automáticamente de la base de datos de bodegas ya creada en la plataforma Rioja Wine Cloud, donde cada bodega puede actualizar su información permanentemente. El alta en esta plataforma por parte de las bodegas de Rioja es voluntaria, por lo que el Consejo Regulador confía en que la información sobre la gran mayoría de bodegas de la Denominación esté accesible próximamente a través de la APP.

### **El Corte Inglés puso en marcha la Ruta Rioja y Tapas en todos los Gourmet Experience y en 50 gastrobarras**

Los Gourmet Experience y Club del Gourmet de El Corte Inglés invitaron a todos sus clientes a disfrutar de la ruta 'Rioja y Tapas'. Durante cinco semanas, entre noviembre y diciembre, los Gourmet Experience de Madrid (4 establecimientos), Málaga, Sevilla y Alicante, junto a más de 50 gastrobarras en centros de El Corte Inglés ofrecieron a los clientes su tapa más emblemática junto con una copa de vino de Rioja a un precio aproximado de entre 3 y 5 euros. El Corte Inglés se ha sumado así, a través de Gourmet Experience y las barras de degustación de los Club del Gourmet, a la iniciativa "Celebra la vida con Rioja & Tapas" promovida por el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja con el objetivo de potenciar la cultura y el consumo de tapas asociado al vino de Rioja.



### **Vinos blancos de Rioja en el I Salón Queso Selección**

El 29 de septiembre se celebró en los salones del hotel Miguel Ángel el I Salón Queso Selección, el primer salón profesional dedicado a las grandes queserías de España, en el que Rioja participó con una selección de los mejores vinos blancos elegidos por el Consejo Regulador. Los más de 700 profesionales que acudieron al salón pudieron disfrutar de un maridaje excelente.

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## Las Denominaciones de Origen se unen en una campaña para revitalizar el consumo de vino entre los jóvenes.-

Movimiento Vino D.O. surge como respuesta a una situación muy concreta: “aunque el vino de nuestro país está entre los de mayor calidad y diversidad del mundo, su consumo ha ido descendiendo en los últimos años, con 16 a 18 litros, per cápita, en contraste con nuestros vecinos franceses, portugueses e italianos que rondan los 40 litros”. Así lo ha afirmado el presidente de CECRV, Amancio Moyano, que también señaló que el objetivo de esta campaña es “acercar el vino con D.O. al público en general y a los jóvenes en particular, para que lo tengan en cuenta como una opción de consumo más y que forme parte de nuestro tiempo libre, de nuestro estilo de vida y de nuestra cultura, que lo sientan como algo propio”. En el acto de presentación de Movimiento Vino D.O., el presidente de CECRV ha insistido en que “es necesario pasar a la acción y cambiar la percepción de los jóvenes sobre el vino, con una iniciativa que supone una nueva forma de entender y de vivir el vino”.

El acto de lanzamiento ha permitido desvelar algunas de las ideas centrales de la campaña. Movimiento Vino D.O. cuenta con una plataforma web ([www.movimientovino.do.es](http://www.movimientovino.do.es)) y está presente en las redes sociales. Desde Facebook, Twitter, Instagram y un canal propio en Youtube, los

usuarios que se sumen al Movimiento Vino D.O. entrarán a pertenecer a un colectivo con intereses e inquietudes comunes, donde podrán compartir su pasión por el vino con Denominación de Origen, acercarse a la cultura del vino a través de un lenguaje cercano, visual, directo, de tú a tú, estar informados de tendencias, rutas y planes de enoturismo o acceder a una agenda actualizada con la actividad que realizan las 53 D.O.

Trasladar valores como la cultura, la diversidad, la identidad de cada territorio, la importancia del origen, la calidad, la seguridad alimentaria o la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente, son algunos ejes sobre los que gira la campaña, que también se puede seguir a través del hashtag #MovimientoVinoDO. Más de un centenar de bodegas, viticultores, empresas, instituciones, asociaciones y consumidores ya se han sumado al Movimiento Vino D.O. Es solo el principio. A través de contenidos de calidad, visuales, dinámicos y divertidos, Movimiento Vino D.O. persigue sumar muchos más, convirtiéndose en un lugar de encuentro donde aprender y compartir experiencias en torno al vino y lo que surge a su alrededor: gastronomía, turismo, cine, literatura, música, moda, diseño, compartiendo nuevas experiencias.

*Los presidentes y representantes de las Denominaciones de Origen brindan en el acto de presentación.*





*Diego San José recibe del Gran Maestro, Javier Gracia, el 'cepazo' de investidura como Cofrade de Mérito de la Cofradía del Vino de Rioja*

### 'Cofrades de Mérito' del vino de Rioja

**El guionista de 'Ocho apellidos vascos', Diego San José.-** Aseguró que en su vida había hecho "nada más fácil que prometer fidelidad al vino de Rioja" tras su investidura como Cofrade de Mérito de la Cofradía del Vino de Rioja. El presidente del Consejo Regulador, José María Daroca, y el Gran Maestro de la Cofradía, Javier Gracia, tributaron así un reconocimiento especial a este joven autor guipuzcoano, a cuya destacada trayectoria profesional suma su incondicional aprecio por "el vino tinto, preferiblemente de Rioja", frente a otras bebidas como cervezas o destilados, que dice no probar. Para San José, que tiene en su haber una veintena de películas y series como 'Vaya semana', "es imposible escribir buenas historias siendo abstemio" y prefiere "los personajes que beben vino", porque cree que la gente que no bebe "esconde algo, no es

de fiar". Agradeció el nombramiento reconociendo que "le debo más yo al vino que lo que el vino me debe a mí, pues no creo en las musas, sino en el vino, ya que una simple copa desatasca la cabeza, además de ser algo mágico que hace que la comida que acompaña sepa mejor".

**El torero Enrique Ponce.-** ha sido investido como cofrade de mérito la Cofradía del Vino de Rioja, una distinción que le hace embajador del Rioja, bajo el compromiso de difundir su cultura y defender el vino de Rioja "allí donde me encuentre, aunque lo he hecho siempre". El diestro explicó durante el acto de investidura que procede de una tierra de vino, en Valencia, y su familia eran viticultores, por lo que la cultura del vino es algo que ha ido aprendiendo "poco a poco". Sin embargo, el primer vino que "escuchó", dentro de su carrera profesional, fue el Rioja, que es el "pionero y el más representativo que tiene España".



*El presidente del Consejo Regulador de Rioja, José María Daroca, el torero Enrique Ponce y el gran maestro de la Cofradía del Vino de Rioja, Javier Gracia*

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



balance de ventas de 2015. La D.O.Ca. Rioja puso en marcha una promoción en tiendas especializadas que alcanzó a más de 180 puntos de venta de 36 ciudades y cuenta con la participación directa de 54 bodegas riojanas. Además ha sido reconocida en los Vinehoo Annual Award como una de las cinco mejores campañas de promoción genérica realizadas por una región vinícola en China en 2015, por delante de Champagne y Burdeos.

## La D.O.Ca. Rioja exhibe con éxito su gran potencial exportador en la feria Prowein

### ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

#### Rioja celebra el Año Nuevo chino con premio a su campaña:

Las celebraciones del Año Nuevo Chino han tenido en 2016 una especial significación para los vinos de Rioja, tanto por la promoción en puntos de venta que ha realizado el Consejo Regulador durante esa semana festiva en el país, como por el premio otorgado a su campaña y por el buen

La celebración en Alemania de la feria Prowein, considerada actualmente la más importante del mundo para el sector vinícola, ha permitido a la D.O.Ca. Rioja exhibir con éxito su gran potencial exportador y mostrar el dinamismo innovador que anima actualmente a esta Denominación. El presidente del Consejo Regulador, José María Daroca, ha realizado un balance muy positivo de la participación en la feria de esta institución, cuyo principal objetivo ha sido "complementar la estrategia de promoción de las bodegas de Rioja, para lo cual hemos ofrecido actividades didácticas a los asistentes profesionales, hemos actuado como 'centro de



Representantes del Consejo Regulador y del Gobierno de La Rioja en Prowein 2016.

# Actividades de promoción internacional



Grupo de detallistas de vino del Reino Unido en la sede del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja.

información’ de Rioja en la feria y hemos dispuesto un ‘wine bar’ de tapas y una zona de reuniones comerciales para las bodegas, que ha estado a pleno rendimiento”.

## El comercio minorista de vinos, canal estratégico para la exportación de Rioja al mercado británico

Los detallistas independientes, que representan un sector pujante del comercio minorista de vinos, se han convertido en uno de los canales estratégicos para que las ventas de Rioja puedan crecer en valor en el Reino Unido, mercado que ha reforzado su posición como primer importador de Rioja con un total de 36,8 millones de litros en 2015, el 34,5% del total exportado por la Denominación. Con el objetivo de fortalecer la relación con estos profesionales de la distribución, el Consejo Regulador ha organizado la visita a Rioja de un grupo de veinte detallistas de vino del Reino Unido, que han tenido así la oportunidad de descubrir nuevos vinos y vivir la ‘experiencia Rioja’ conociendo de cerca los viñedos y bodegas de la región e intercambiando opiniones con los

bodegueros. El programa ha incluido visitas a bodegas, así como la celebración de una ‘miniferia’ en la sede del Consejo Regulador donde han participado 61 bodegas.

## Presentación de la primera promoción del Programa Educadores de Rioja

El Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja ha presentado la primera promoción del ‘Programa Educadores de Rioja’, una iniciativa cuyo objetivo es buscar y formar “educadores oficiales de Rioja” a nivel mundial que puedan colaborar en la difusión del conocimiento de los vinos de Rioja, garantizando la calidad y rigurosidad del mensaje. Los 24 candidatos de 8 países que habían sido seleccionados para convertirse en los primeros ‘Educadores de Rioja’ han recibido sus correspondientes certificados tras visitar la D.O. Ca. Rioja para completar su periodo formativo y superar una prueba final realizada el seis de abril en la propia sede del Consejo.

Esta primera promoción de ‘Educadores de Rioja’ ha sido muy selectiva, ya que los 24 candidatos presentan perfiles con

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



*Integrantes de la primera promoción del 'Programa Educadores de Rioja' realizando una de las pruebas de cata en el Consejo Regulador.*

amplia experiencia profesional y formativa. Han participado en el programa por invitación directa del Consejo Regulador a través de las agencias que gestionan las campañas de comunicación de Rioja en los 8 países de los que proceden: 4 de Alemania, 5 de China, 3 de México, 3 de Suiza, 2 de Reino Unido, 3 de Estados Unidos, 2 de Rusia y 2 de Suecia. El perfil que se considera más idóneo es el de aquellas personas que tengan interés por la formación y posean conocimientos y experiencia profesional en el mundo del vino de al menos 2 años, bien en la comunicación, la educación o la sumillería, bien en el comercio y distribución de vinos. Quienes sean admitidos en las siguientes promociones en base a su currículum y experiencia deberán cursar un programa educativo homologado por la D.O.Ca. Rioja que exige superar diversas pruebas teóricas y prácticas, comenzando por un curso online con un temario específico, que ha sido creado en colaboración con el Basque Culinary Center, a cuyo patronato pertenece el Consejo Regulador. Además de otras pruebas, como las de cata técnica, el programa finaliza con una estancia en Rioja junto con el resto de candidatos a educadores para completar la formación y realizar una prueba final. El objetivo perseguido es que el futuro educador de Rioja desarrolle unas competencias no sólo basadas en unos

conocimientos específicos sobre los vinos de Rioja y su región, sino también en sus habilidades para comunicar la pasión por los vinos de Rioja. Los educadores podrán desarrollar actividades formativas por su propia cuenta o bien por cuenta del Consejo Regulador o las bodegas e importadores de Rioja. Será requisito para renovar la certificación, que tiene una validez de 4 años, cumplir una serie de compromisos como el de impartir un mínimo de actividades formativas, de las que podrá expedir diplomas avalados por el Consejo Regulador a los alumnos asistentes.

## **El éxito del V Salón de los Vinos de Rioja en China confirma las expectativas de crecimiento del consumo en las clases medias**

La celebración del 'V Salón del Vino de Rioja' en las ciudades chinas de Shanghai y Guangzhou ha confirmado las expectativas de crecimiento del consumo de vino entre las clases medias que ofrece el país asiático, lo que ha permitido a la D.O. Ca. Rioja mantener el fuerte crecimiento experimentado en 2015 (+35%), que situó a China en el 6º puesto del ranking de países importadores, puesto que ha conservado en 2016. "Esta evolución positiva de las ventas confirma la validez de la

# Actividades de promoción internacional



Representantes de las bodegas y del Consejo Regulador en el V Salón del Vino de Rioja en China.

Los distribuidores premiados junto al presidente y director general del Consejo Regulador.



apuesta de la campaña Rioja dirigida hacia la pujante clase media china, con cada vez mayor nivel adquisitivo y ganas de abrir sus gustos de consumo a productos del resto del mundo”, ha señalado el director general del Consejo Regulador, José Luis Lapuente, quien encabezó la representación institucional junto al presidente, José María Daroca.

La principal novedad de este año ha sido la creación de unos premios para reconocer la labor fundamental que realizan las empresas de distribución en la comercialización de los vinos de Rioja en un mercado tan complejo como el chino. El premio al mejor distribuidor general de Rioja se otorgó exaequo a las compañías Interbasque Shangái y Xiamen Oyes Imp.&Exp. Co., Ltd., cuyo presidente, Felix Yang, aseguró que “la razón fundamental para que yo decidiera apostar por Rioja, que hoy representa más del 25% de mi cartera, fue

la apuesta que la propia D.O.Ca. Rioja hizo por el mercado chino. Eso me dio confianza para hacer una inversión de largo plazo en promoción”. Por su parte, Vicente Muedra, presidente de Le Sommelier International y ganador del premio Mejor Distribuidor de Rioja en el canal de hostelería, animó a “continuar con la excelente labor de promoción de la marca Rioja que está ayudando a abrir puertas para los distribuidores en un mercado complicado pero con enorme potencial como es el chino”. Por último, el premio al mejor distribuidor del canal alimentación fue para Pernod Ricard China y el premio al mejor detallista para BAKER & SPICE.

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



El 'winebar' de Rioja, atendido por cuatro sumilleres, tuvo al frente a la educadora del vino de Rioja Claudia Ibarra, que impartió una cata y seminario para 100 personas.



El Festival Rioja & Tapas de Los Ángeles ha contado con la participación de 32 bodegas que mostraron sus vinos a más de 1.500 consumidores y 200 profesionales.

## México movido por Rioja' en el festival gastronómico 'Sabor es Polanco'

La exitosa participación de la D.O. Ca. Rioja en el selecto festival gastronómico 'Sabor es Polanco' ha puesto de manifiesto el acierto de la estrategia seguida para conquistar a los consumidores mejicanos explicándoles el perfecto maridaje que pueden encontrar entre los vinos de Rioja y su variada y excelente gastronomía. Celebrado en la capital mejicana el 23 y 24 de abril, el festival gastronómico 'Sabor es Polanco' reunió a más de 7.000 aficionados a la gastronomía y visitantes profesionales que pudieron disfrutar tanto de las mejores cocinas de la capital azteca, con demostraciones impartidas por sus chefs, como de la gran diversidad de los vinos de Rioja, en cuyo 'winebar' se sirvieron más de 3.500 copas de vino de las 18 bodegas participantes en el evento. El 'winebar' de Rioja, atendido por cuatro sumilleres, tuvo al frente a la educadora del vino de Rioja Claudia Ibarra, que impartió una cata y seminario para 100 personas.

## Festival de Rioja y Tapas en Los Ángeles

El Consejo Regulador celebró en Los Ángeles durante la tercera semana de mayo un conjunto de actividades muy ligadas a la gastronomía y dirigidas al consumidor final, cuyo evento estrella ha sido el Festival Rioja & Tapas, en el que los chefs elaboraron tapas en directo y los bodegueros riojanos tuvieron la oportunidad de explicar directamente a los consumidores sus historias particulares y las características de sus vinos. El espectacular marco de la Estación Central de Los Ángeles acogió esta iniciativa, ambientada con música española y celebrada por primera vez en la ciudad californiana, tras las exitosas experiencias en Londres, a través del Festival Tapas Fantásticas, así como en Alemania y otras ciudades de Estados Unidos, como Nueva York y Chicago.

# Actividades de promoción internacional



*El presidente y director general del Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja, José María Daroca y José Luis Lapuente, entre los miembros del jurado del concurso de vinos en Expovinos Colombia 2016.*

## Rioja, 'región invitada' en 'Expovinos' Colombia, la feria más importante de Latinoamérica

La D.O.Ca. Rioja, representada por el presidente y el director general del Consejo Regulador, José María Daroca y José Luis Lapuente, ha participado como 'región invitada' en las actividades divulgativas organizadas en el marco de Expovinos Colombia 2016, el evento vitivinícola más importante de Latinoamérica. Organizada por el Grupo Éxito, la 11 edición de Expovinos ha contado este año con 20.000 m<sup>2</sup> y 37.500 asistentes, ofreciendo cuatro días de recorrido por el mundo del vino a través de las intervenciones de 60 expertos internacionales y más de 700 vinos referenciados de nueve países: Argentina, Australia, Chile, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Portugal y Uruguay. Atendiendo la invitación de los organizadores para dar a conocer las características de la D.O. Ca. Rioja, los responsables del Consejo participaron en las diversas actividades programadas, entre las que destacan los tres seminarios sobre Rioja que impartió el director general.



*Celebración del festival 'Summer of Rioja tapas fantásticas' en Dublín*

## Irlanda recibe al verano con Rioja y tapas

La D. O. Ca. Rioja ha organizado durante el verano en el Reino Unido e Irlanda una suculenta oferta de actividades, denominada 'Summer of Rioja tapas fantásticas', que desde junio hasta septiembre ha permitido a los consumidores británicos e irlandeses disfrutar del verano con dos grandes embajadores de la marca España, como son el vino de Rioja

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



Miles de visitantes disfrutaron del festival Rioja y Tapas en el 'Rioja Gourmet Terrasen' instalado por el Consejo Regulador en la 'Fiesta de los Museos' de Frankfurt.



III Salón de los Vinos de Rioja en Moscú

y las tapas. El festival 'Summer of Rioja tapas fantásticas' ha consistido en un winebar de Rioja con terraza que se desplazó por los principales festivales de gastronomía del Reino Unido e Irlanda y que promocionó los vinos de Rioja entre los consumidores de Brighton (30 de abril al 2 de mayo), Dublín (del 16 al 18 de junio), Blackhead en Londres (del 8 al 10 de julio) y Edimburgo (4 al 7 de agosto) a través de actividades de ocio centradas en degustaciones, catas, música y entretenimiento, con las tapas como elemento indispensable.

## Los vinos de Rioja animan la 'Fiesta de los Museos' en Frankfurt

Los vinos de Rioja han sido los grandes animadores de la 'Fiesta de los Museos' de Frankfurt, uno de los mayores festivales culturales europeos que del 26 al 28 de agosto combina programas especiales de museos con música, teatro y gastronomía para unos dos millones de visitantes. La D.O. Ca. Rioja ha contado con un espacio exclusivo denominado 'Rioja Gourmet Terrasen', situado frente al famoso museo 'Städel' en la ribera sur del río Meno, donde miles de asistentes al festival han degustado una amplia variedad de vinos de Rioja junto con una oferta gastronómica protagonizada por el prestigioso equipo 'Rolling Taste', que ha presentado pequeñas delicias de un estilo español con un aire cosmopolita.

Este año, en los más de mil metros cuadrados del 'Rioja Gourmet Terrasen', no solo se ha ofrecido la mayor selección de vinos al aire libre en Alemania y un programa nuevo de música ibérica en vivo, sino también una de las mejores selecciones de tapas de estilo internacional. Los chefs Moritz Crone-Rawe y Timo Mansholt, dos talentos jóvenes de la gastronomía alemana que forman el equipo 'Rolling Taste', deleitaron a los asistentes con tapas tan originales como su 'Pulled Pork', hamburguesa a base de cerdo desgarrado, mechado con una rica salsa barbacoa y preparado a la parrilla. Los profesionales que servían los vinos recomendaban cómo maridar cada tipo de vino con las tapas, al tiempo que un experto impartió varias catas y seminarios.

# Actividades de promoción internacional



La delegación del Consejo Regulador de Rioja con los responsables de la 'División Vintages' del monopolio LCBO.

## El éxito del Salón de los vinos de Rioja en Moscú y San Petersburgo confirma las expectativas del mercado ruso

El gran éxito cosechado por el III Salón de los Vinos de Rioja, organizado por Consejo Regulador de la D. O. Ca. Rioja en Moscú y San Petersburgo la última semana de septiembre, ha confirmado las excelentes expectativas que ofrece para las exportaciones de las bodegas riojanas un mercado que ha tenido un importante crecimiento durante los últimos años. Dirigido fundamentalmente a los profesionales y líderes de opinión con el objetivo de conseguir una mayor penetración en Rusia, el Salón ha contado con la participación de 40 bodegas, que han mostrado sus satisfacción ante la gran asistencia registrada -más de 700 visitantes en Moscú y 600 en San Petersburgo- así como el ambiente de negocio que se respiraba en ambos salones.

Uno de los sumilleres asistentes al salón reconoció que a diferencia de otros, "los vinos de Rioja son un comodín que puede encajar con casi cualquier comida". "Queremos responder al interés que tiene el consumidor ruso por conocer los vinos de Rioja, para que los integre cada vez más en su dieta, que entienda cómo maridan con la gastronomía rusa", explicó el director general del Consejo, José Luis Lapuente, en referencia al ambicioso programa de formación de 'educadores del vino de Rioja', que cuenta ya con cuatro

titulados rusos en su primera promoción. Además del director general, la representación del Consejo estuvo integrada por su presidente, José María Daroca, el presidente de la Comisión de Promoción, José Luis Benítez, y el director de Marketing, Ricardo Aguiriano.

## Canadá redescubre el Rioja

El Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja celebró la primera semana de octubre varios eventos promocionales en Canadá, un mercado sujeto a régimen de monopolio en sus importaciones de vino y en el que las ventas de Rioja han experimentado un fuerte impulso en los últimos cinco años, duplicándose entre 2011 y 2015, lo que le ha situado en el puesto siete entre los países importadores de Rioja. La razón de esta evolución tan positiva de un mercado tradicional para las bodegas de Rioja queda reflejada en las palabras del director de la 'División Vintages' del monopolio LCBO, Kathy Cannon, quien afirmó en la presentación del evento organizado para consumidores que "Rioja es una de las regiones vinícolas más importantes del mundo, una región de vinos finos digna de ser considerada al mismo nivel que Borgoña, Burdeos y California". "Los más de 75 vinos disponibles para degustar esta noche ofrecen una imagen clara de por qué esta distinguida región está más pujante que nunca". Los bodegueros asistentes han considerado el evento como un hito importante, tanto por ser la



Asistentes al al 'roadshow' celebrado en Colonia.



Cata para el club de consumidores 'foodies' de Ufeast, en Canadá, que contó con 90 asistentes

primera vez que el monopolio lo organiza de forma exclusiva para una región española, como por el éxito de los resultados obtenidos con las actividades programadas.

Entre las actividades de la delegación del Consejo Regulador, integrada por su director general, José Luis Lapuente, y el director de Marketing, Ricardo Aguiriano, a quienes han acompañado Ana Fabiano, embajadora de Marca y directora de Programa de Negocio en Estados Unidos y Canadá, y Dhane Chason, responsable de grandes cuentas, cabe destacar el almuerzo mantenido con periodistas especializados en vino y gastronomía, así como la reunión con el director general del monopolio del LCBO de Ontario y el equipo responsable de compras de vinos españoles para explorar oportunidades cara a 2017. Ana Fabiano impartió un seminario -cuyas entradas a 40 dólares se agotaron en pocos días-, al que asistieron unos cuarenta consumidores, sumilleres, periodistas y representantes del monopolio.

La División de Vinos Especiales del monopolio LCBO organizó el miércoles día cinco en la Thompson Laundry Gallery un evento exclusivo de Rioja con 29 bodegas y 76 vinos, seleccionados por los responsables del monopolio entre los vinos listados con presencia en sus tiendas 'Vintage'. Contó con la asistencia de los agentes y bodegas representadas, que dieron a probar sus vinos junto con una degustación de tapas a unos 400 clientes VIP del monopolio, quienes pagaron entrada por asistir. Por último, el jueves día seis se celebró una degustación especial para consumidores (a 65 dólares la entrada), organizada por la empresa especializada 'Ufeast', proveedora del monopolio, que eligió a diez de las bodegas listadas por éste para presentar sus vinos.

### La D.O. Ca. Rioja seduce a los prescriptores alemanes con una exhibición de sus cien mejores referencias

La ciudad de Colonia ha puesto el broche final al 'roadshow' organizado por primera vez en Alemania por la D.O. Ca. Rioja para presentar a los profesionales del sector una selección de los 100 mejores vinos de esta Denominación que se venden en el país -su segundo importador-, a juicio de un panel de cata integrado por expertos y líderes de opinión coordinados por la editorial especializada Meininger. La iniciativa, denominada 'BEST OF RIOJA' y dirigida a prescriptores de referencia, sumilleres, compradores, representantes de la alta gastronomía y prensa especializada, se ha celebrado también en Frankfurt y Hamburgo, concitando un inusitado interés entre este selecto colectivo de profesionales.

Los 100 vinos seleccionados entre las más de 350 muestras presentadas por 130 bodegas se han agrupado de la siguiente manera, teniendo en cuenta los precios de venta de las bodegas: blancos y rosados de entre 3,5 y 10 euros; tintos de crianza entre 4,50 y 20 euros; tintos de reserva, gran reserva y genéricos entre 6,50 y 20 euros; y tintos de reserva, gran reserva y genéricos a partir de 20 euros. Con esta clasificación, se ha pretendido mostrar a los profesionales el valor que Rioja puede ofrecer en cada una de las diferentes categorías. Entre el importante grupo externo de cata que ha realizado la selección -profesionales de referencia para el sector en Alemania- se encuentran los recién nombrados 'Educadores del vino de Rioja' Yvonne Heistermann, Peer Holm y David Schwarzwälder.



*Nick Room, Susy Atkins, Hal Wilson y Ben Henshaw recibieron los 'Premios Rioja en Reino Unido' de manos del presidente de la Comisión de Promoción del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja, José Luis Benítez, y del director de Marketing, Ricardo Aguiriano.*

### **La D.O. Ca. Rioja premia a sus mejores 'embajadores' en el Reino Unido**

El Consejo Regulador ha rendido homenaje a cuatro destacadas personalidades del mundo del vino en el Reino Unido como reconocimiento al significativo impacto que han tenido para que los vinos de Rioja sigan creciendo en un país que es desde hace muchos años el primer importador de la Denominación y representa el 35% del total exportado. Nick Room, Susy Atkins, Hal Wilson y Ben Henshaw recibieron los premios 'Rioja Recognises' en una gala celebrada el 2 de noviembre en el restaurante Hispania de Londres. Como ha señalado el presidente de la Comisión de Promoción del Consejo Regulador, José Luis Benítez, en la entrega de los galardones "el compromiso y la pasión de estas personalidades del sector permiten que Rioja se mantenga a la vanguardia entre las preferencias de los consumidores británicos y nos ayuda a impulsar el éxito de nuestra Denominación en un mercado cada vez más competitivo".

El veterano comprador de la cadena Waitrose, Nick Room, galardonado por su 'contribución destacada' en el apoyo y compromiso para con Rioja, manifestó su profunda pasión por España y afirmó que "Rioja es sin duda la región vinícola preeminente de España. El campo, los viñedos, las bodegas y la gente son brillantes exponentes de todo lo que debe ser una región vitivinícola". Representando el sector independiente del sector minorista, el premio a la "Personalidad del Año" fue para Hal Wilson, de Cambridge Wine Merchants, cuyo

entusiasmo ha contribuido a que un Rioja se convierta en el vino blanco más vendido en todas las tiendas de Cambridge Wine Merchant. Hal reveló que "amar a la D.O. Ca. Rioja es fácil: tenemos el trabajo relativamente fácil de llevar sus vinos a una clientela entusiasta en el Reino Unido, pero sé que el verdadero honor pertenece a los productores y viticultores que crean tan hermosos vinos de los suelos de Rioja".

Una cara familiar para los consumidores británicos de vino, la locutora y escritora Susy Atkins, fue reconocida como 'Comunicadora del Año'. Atkins explicó que su relación con Rioja se remonta a muchos años y que "ha dado lugar a muchas experiencias memorables, desde la grabación de un espectáculo en las celebraciones de San Mateo en Logroño para Radio 4, a impartir seminarios en Tapas Fantásticas". "Rioja ha jugado un papel importante en mi carrera y sigo disfrutando compartiendo mi amor por esta fascinante región tanto con profesionales como con consumidores".

Premiado 'Distribuidor del Año', Ben Henshaw de Indigo reveló que cuando empezó con la empresa se centró en las regiones productoras de vinos menos conocidas de España. "Pero después de una degustación organizada para escritores de vinos, viajé a Rioja por primera vez y quedé realmente impresionado por la gente increíblemente amable, así como los impresionantes paisajes, viñedos y bodegas".

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



La embajadora de marca de Rioja en Estados Unidos, Ana Fabiano, con algunos asistentes a la Wine Experience organizada por la revista Wine Spectator en Nueva York.

## Protagonismo especial de los vinos de Rioja en la New York Wine Experience 2016

Los vinos de Rioja han tenido un especial protagonismo en uno de los eventos más relevantes que se celebran en el mundo del vino a nivel internacional, la New York Wine Experience, organizada por la revista Wine Spectator, la más influyente del sector no solo en Estados Unidos, sino en todo el mundo.

“Estamos encantados de contar con la D.O. Ca. Rioja y del papel tan importante que ha protagonizado durante los actos de este fin de semana”, aseguró el crítico y director ejecutivo de la revista, Tom Matthews. “Rioja no solo ofrece vinos de calidad, ofrece también una extraordinaria diversidad: blancos frescos y también complejos, rosados muy vivos, vinos jóvenes vibrantes, llenos de fruta y de fuerza, así como elegantes y singulares grandes reservas, que son únicos en esos terruños tan especiales”.

## El valenciano Carles Tarrasó gana el I concurso internacional “Rioja Wine & Tapas”

El valenciano Carles Tarrasó Oliver, alumno del Basque Culinary Center, ha sido el ganador del I Concurso Internacional

Rioja & Tapas con la tapa ‘Del cielo a la Tierra’, basada en crujiente de bulgur, crema de queso y crujiente de endrinas y armonizada con el blanco de Rioja fermentado en barrica Conde de Valdemar Finca Alto Cantabria 2015.

Organizado por la D.O. Ca. Rioja con la colaboración del Basque Culinary Center, en cuyas instalaciones se ha celebrado la final, los cinco representantes de otras tantas escuelas de cocina de Estados Unidos, México, Irlanda, Alemania y España tuvieron la oportunidad de elaborar sus propuestas gastronómicas -que debían maridar con vinos de Rioja- para 25 personas y para el jurado de expertos gastronómicos responsable de seleccionar al ganador, que recibirá como premio 4.000 euros en metálico y un curso intensivo de una semana de duración en Basque Culinary Center.

El jurado ha destacado el alto nivel de los participantes y la dificultad para elegir al ganador. Finalmente lo que más ha valorado ha sido “el propio concepto de la tapa, pues tenía muy claro lo que quería representar con ‘El cielo y la tierra’ y tenía también muy claros todos los ingredientes que ha incluido, elementos por otra parte muy riojanos”. “La armonización con el vino ha sido igualmente muy acertada, al elegir un blanco fermentado en barrica que iba perfecto con el queso y con los crujientes, la textura estaba muy bien, la presentación espectacular..., en definitiva, lo ha conseguido absolutamente todo, ha acertado plenamente y se nota que ha jugado con ventaja, porque conoce muy bien la zona de Rioja”, concluía el jurado en su valoración.

Carles Tarrasó hacía gala de ese conocimiento en la presentación de su tapa al jurado al explicar el mensaje que había querido transmitir con su creación: “al igual que el monje riojano Gonzalo de Berceo bajó ‘del cielo a la tierra’ la cultura hasta entonces encerrada en los monasterios escribiendo los primeros versos en español, la D.O. Ca. Rioja trabaja cada día por dar a conocer dentro y fuera de nuestras fronteras la cultura de nuestro vino, algo tan identitario como nuestra lengua”. Y respecto a la elección del vino, afirmó que “con esta tapa lacto-vegetariana he querido demostrar que el vino combina con cualquier tipo de comida”.

# Actividades de promoción internacional



El ganador, Carles Tarrasó, con los miembros del jurado, integrado por el crítico gastronómico Íñigo Galatas, el cocinero Enrique Fleischmann y el director de Marketing del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja Ricardo Aguiriano.



La tapa ganadora 'Del cielo a la Tierra' está basada en crujiente de bulgur, crema de queso y crujiente de endrinas, y está armonizada con un blanco de Rioja fermentado en barrica. Se presenta sobre tela empapada en suero que representa a las telas con las que se compacta el queso de cabra camerano, típico de La Rioja.

En esta primera edición del concurso Rioja & Tapas, han participado las escuelas de gastronomía de quince países. El concurso fue convocado el pasado mes de septiembre para estudiantes de último curso de escuelas y facultades de gastronomía. Los cinco alumnos procedentes de otros tantos países que consiguieron clasificarse para la prueba final fueron los siguientes:

- Alemania: Daniela Schram, del Schram's cooking School. Tapa: Carne de res desmenuzada en una cesta de plátano. Vino: Florentino de Lecanda tinto Reserva 2009.
- España: Carles Tarrasó Oliver, del Basque Culinary Center. Tapa: Del cielo a la Tierra, basada en crujiente de bulgur, crema de queso y crujiente de endrinas. Vino: Conde Valdemar Finca Alto Cantabria 2015 blanco fermentado en barrica.
- Estados Unidos: Timothy McLane, del Midwest Culinary Institute. Tapa a base de pechuga de pato, manzanas ahumadas, hinojo en escabeche y verduras a la mostaza. Vino: Señorío de San Vicente tinto 2011.
- Irlanda: Mary G Finnerty, del Galway Mayo Institute of Technology. Tapa: Higos crujientes rellenos de queso de cabra

con jamón serrano con mermelada de cebolla caramelizada. Vino: Campo Aldea Tempranillo tinto 2014.

- México: Michelle Aline Ogando Bautista, del Cessa Universidad México DF. Tapa: Airbags de Cochinita Ibérica. Vino: Marqués de Cáceres rosado 2014.

Por otra parte, con motivo de la celebración de la final, los alumnos procedentes del extranjero han disfrutado de un viaje de tres días para conocer una de las principales regiones vitivinícolas a nivel mundial, como es la D.O. Ca. Rioja, así



Los cinco finalistas del concurso representaban a otras tantas escuelas de cocina de Estados Unidos, México, Irlanda, Alemania y España.

### ÓRGANO DE CONTROL

El Órgano de Control del Consejo Regulador desarrolla 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 Pliego de Condiciones 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 Órgano de Control 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 fina-

lidad 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 de Vendimia" que regirán en la vendimia y que constituyen un riguroso sistema de control cuyo estricto cumplimiento corresponde supervisar al Órgano de Control 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 "Vigilantes 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 Órgano de Control 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 Órgano de Control 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



*A lo largo del ciclo vegetativo, el Servicio Habilitado de Veedores del Consejo Regulador inspecciona y realiza informes sobre la evolución del estado fenológico de las vides, accidentes meteorológicos, plagas y enfermedades que puedan afectar al desarrollo de la cosecha y a los rendimientos.*

la Denominación de Origen Calificada “Rioja” dentro y fuera del ámbito de su territorio. El Consejo Regulador, a través de empresas externas, hace un muestreo de mercado de vinos de Rioja, vinos de otras denominaciones españolas y vinos del mundo, que abarca al territorio nacional y países, fundamentalmente europeos, con más presencia de comercialización. Periódicamente se reportan las muestras desde los puntos de venta al Consejo Regulador, las cuales son examinadas por el Órgano de Control del Consejo y del Panel 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.

Otra actividad desarrollada 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 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



## ÓRGANO DE CONTROL

elaboración de cada bodega. La página Web 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 200 terminales en otros tantos centros de pesaje y recepción, para procesar las entregas de uva en bodega con las 15.374 Tarjetas de Viticultor y el control de las reexpediciones entre bodegas. La experiencia adquirida y las mejoras incorporadas en estos once 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 el Órgano de Control da respuesta inmediata a todos los problemas que surgen en el uso 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 Consejo Regulador, cuyas actividades se desarrollan en parte en las propias oficinas de la entidad y que en este año han ocupado el 28,14% 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 2016 se han levantado un total de 521 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 71,86% restante del tiempo, totalizando 1.330 salidas distribuidas de la siguiente forma:

- Inspección sobre viñedos: 18,97 %
- Inspección sobre bodegas: 41,23 %
- Calificación de cosecha: 16,28 %



*El Consejo Regulador contó en la campaña 2015 con la colaboración de 149 catadores para llevar a cabo los análisis organolépticos de calificación de las 4.500 muestras tomadas en las bodegas de elaboración.*

- Control de vendimia: 10,71%
- Otras actividades: 13,53%

**Inspección sobre viñedos.-** El Órgano de Control 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 2016 se ha realizado este tipo de control específico sobre los viñedos plantados en el año 2014, que entrarán en producción amparada a partir de la próxima cosecha. Para este trabajo el Consejo Regulador contrató 22 técnicos que, coordinados por el Órgano de Control, durante los meses de junio y septiembre, comprobaron "in situ" 2.238 viñedos, distribuidos en 120 localidades y pertenecientes a 1.640 titulares. Las incidencias encontradas son valoradas por el Órgano de Control 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 2.238 viñedos visitados, un total de 196 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 (37,67%), por superficies diferentes a las autorizadas (22,41%), por errores en la identificación de las parcelas (30,49%), por estar plantadas o injertadas en años diferentes (6,73%), por ser inferior la densidad de plantación (1,35%), por presentar faltas en un porcentaje superior al 10% (0,45%) y, por último, por estar abandonadas o sin plantar (0,90%).

**Seguimiento de viñedos de referencia.-** El Órgano de Control, para el seguimiento de la evolución del viñedo en cada campaña y compararlo con las anteriores, tienen seleccionadas 169 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 Órgano de Control con la colaboración de un técnico 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 Órgano de Control ha contado con el apoyo de 22 técnicos contratados. Previamente se hizo un muestreo en todos los términos municipales y la valoración de aproximadamente



## ÓRGANO DE CONTROL

10.000 viñedos repartidos a lo largo de la Denominación, de los que resultaron no conformes 1.526 viñedos en la primera visita. Se comunicó la irregularidad a cada uno de los viticultores con viñedos con alto rendimiento, para que en el período del inicio del envero procedieran a ajustar los rendimientos a los parámetros establecidos en las Normas Campaña. Se procedió al ajuste de la producción en todos ellos a excepción de 56 viñedos a los que se incoó expediente de descalificación de uva

### **Seguimiento del viñedo y de la maduración de la uva.**

El Órgano de Control 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 29 de agosto de 2016 se comenzó la recogida de muestras que, desde 1993, se lleva a cabo por el propio Órgano de Control 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 7 boletines en la pasada vendimia, desde el 29 de agosto hasta el 10 de octubre de 2016, 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 Órgano de Control 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 “Vigilantes 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 2016 el Consejo contrató un total de 182 “Vigilantes de Vendimia”, además de 13 Técnicos de Apoyo, que colaboran en las labores inspectoras con el Órgano de Control, 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 Órgano de Control 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 Órgano de Control realizó, durante el 2016, un total de 376 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 Órgano de Control, 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 del Órgano presta en las actividades de divulgación (catas comentadas, conferencias, etc.) desarrolladas por el Consejo Regulador.



*El Órgano de Control realizó 376 aforos de bodegas durante 2016, aforos 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*

**Calificación de los vinos de la cosecha 2015.-** 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 Órgano de Control.

Las primeras solicitudes de calificación de vinos del 2015 se solicitaron a partir del 26 de octubre de 2015, con el exclusivo fin de su comercialización como vinos de año. También durante todo el mes de noviembre de 2015 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 Órgano de Control y con la ayuda de ocho 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 1 de marzo de 2016, 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 4.440 muestras, representativas de los 311,1 millones de litros elaborados en la Denominación de Origen Calificada "Rioja" en esta cosecha, de las cuales se calificaron 4.394 (el 99,0%). Las muestras emplazadas o las descalificadas recurridas, se volvieron a coger por segunda vez, entre el 5 de enero y el 6 de junio de 2016, con lo que el total de las muestras tomadas en la campaña ascendió a 4.500. El Consejo Regulador ha contado en esta campaña de 2015 con la colaboración de 149 catadores, para llevar a cabo los análisis organolépticos.

Se han realizado cinco catas diarias en la sala de catas del Consejo Regulador, celebrándose un total de 307 sesiones de 15 muestras cada una, 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 18 miembros, se reunió en 3 sesiones de cinco catadores, entrando a valorar las 10 muestras descalificadas inicialmente por el Comité Ordinario, de las cuales 6 fueron aceptadas y 4 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 2016 se tomaron, por el Órgano de Control, en los almacenes de productos terminados de las bodegas 1.398 muestras de vinos embotellados en proceso de comercialización, en la fase previa a la salida de bodega.

Por otra parte se tomaron otras 1.200 muestras de vinos en el mercado español y 526 muestras en varios países, que fueron sometidas a su valoración analítica y organoléptica y a la revisión de su etiquetado. Los resultados fueron altamente satisfactorios y se ha podido comprobar que la valoración de



# ÓRGANO DE CONTROL

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.-** En el mes de febrero finalizó la reorganización de los principales servidores quedando ubicados en un armario rak de 42 Us, que lleva integrada pantalla y teclado así como cerradura con llave.

Se ha continuado con la práctica de renovación periódica de aquellos elementos informáticos que van quedando desfasados (PCs, impresoras, etc.)

**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 4.981 "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 2016 una media mensual de 7.241 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 2016 eran 369, 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 (261 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, están a disposición de 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:

**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 cose-



Los veedores del Consejo utilizan para el control de viñedos tecnologías como el 'Sistema de Información Geográfica', que proporciona fotografías aéreas de los viñedos, o el 'geoexplorer', un instrumento de gran utilidad para el trabajo de campo.

cha 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 2014 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 175 cosecheros-elaboradores.

**Noviembre - Diciembre:** se comprobaron e informatizaron las 175 declaraciones de cosecha y elaboración presentadas por los viticultores-elaboradores, así como las 468 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.

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.



**Rioja alcanza un nuevo hito al estudiarse como un caso de éxito en las escuelas de negocios.-** El Instituto Internacional San Telmo ha incluido el estudio del “caso Rioja” dentro del Programa de Formación Permanente que desarrolla esta escuela de negocios, líder en la formación de empresarios y directivos de compañías alimentarias, que este año ha recibido el Premio Extraordinario Alimentos de España. En el marco de la jornada “Desarrollo y posicionamiento en nuevos mercados”, más de cuarenta antiguos alumnos del Instituto se reunieron en Zaragoza recientemente para discutir por primera vez el “caso Rioja”, contando para ello con la intervención del director general del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja, José Luis Lapuente. Dado el éxito de la presentación, el Instituto incluirá el estudio del caso en sus programas de formación habituales.

El “caso Rioja”, preparado por el profesor de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo Antonio Villafuerte, sirvió para reflexionar sobre “cómo nuestros productos y servicios no solo deben ser los mejores en nuestro entorno, sino que hay que posicionarlos y desarrollarlos fuera de nuestras fronteras, donde los gustos y preferencias pueden ser distintos”. “La estrategia de posicionamiento -concluye el profesor Villafuerte- es fundamental para conseguir los resultados esperados cuando aspiramos a internacionalizar nuestros productos”.

Con el título “Rioja: compitiendo en el mercado mundial del vino”, el caso sobre la D.O.Ca. Rioja describe las circunstancias sectoriales y de mercado tan complejas que debe afrontar en la actualidad esta Denominación, ante lo cual el director general del Consejo Regulador, José Luis Lapuente, reflexiona y argumenta sobre si las estrategias comerciales desarrolladas en el pasado siguen siendo válidas en ese nuevo entorno. Asimismo, el caso analiza a qué mercados se les da prioridad para impulsar las ventas y cuáles han de ser las acciones concretas a desarrollar.

Se debaten también cuestiones como el papel que un Consejo Regulador (con una capacidad limitada de actuación en cuanto a la venta, pero con suma importancia en cuanto al soporte y papel integrador) debe desempeñar para influir en el volumen de ventas y en la percepción de la marca y su posicionamiento en los diferentes mercados, así como en los precios percibidos de una denominación de origen integrada por varios centenares de operadores. En este sentido, Lapuente destaca el papel relevante del Consejo como “dinamizador de la Denominación, ya que sus iniciativas benefician tanto a la marca Rioja, como a las bodegas y productores que la integran y, por extensión, a toda la región, dada la importancia del vino en la economía de la zona”.



**La Universidad de La Rioja y el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja suscriben un convenio marco de colaboración.-** Julio Rubio García, rector de la Universidad de La Rioja, y José M<sup>º</sup> Daroca Rubio, presidente del Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja, han suscrito un nuevo convenio de colaboración entre ambas instituciones para ampliar la formación de los estudiantes del Grado en Enología mediante una beca de tres meses de duración, que se otorgará al estudiante que logre el Premio al Mejor Trabajo Fin de Grado en Enología del curso 2015-2016. Tanto el Consejo Regulador como la Universidad de La Rioja pretenden con la renovación del convenio marco de colaboración que vienen manteniendo desde hace más de 10 años fortalecer sus relaciones, especialmente en el ámbito de la investigación y la formación, dos de los ejes estratégicos de desarrollo para el sector vitivinícola que marcaba el Plan Estratégico de Rioja 2005-2020, como ha recordado el presidente del Consejo.

## La D.O.Ca. Rioja incrementa el valor de sus ventas en 2016 y consolida el record alcanzado el año anterior

La D.O. Ca. Rioja ha logrado en 2016 un nuevo incremento del valor de sus ventas, al tiempo que ha consolidado el record alcanzado el año anterior, con un volumen de comercialización de más de 386 millones de botellas anuales en un centenar de países. De acuerdo con el balance ofrecido por el Consejo Regulador, el resultado final puede considerarse muy satisfactorio ya que, tras un crecimiento acumulado de 25 millones de botellas entre 2013 y 2015, el valor de las ventas suma un aumento estimado del 9% en los dos últimos ejercicios. Esta mejora del posicionamiento de los vinos de Rioja en el mercado, junto al impulso dado a sus vinos blancos, cuyas ventas vuelven a crecer a dos dígitos, confirma que la denominación está alcanzando los objetivos prioritarios que se había marcado para este periodo.

Entre los aspectos significativos del balance destaca el signo positivo de las ventas de la D.O. Ca. Rioja en el mercado español por cuarto año consecutivo, con un total de 178,7 millones de litros (+0,67%) que le permiten mantener su liderazgo en este mercado con un amplio margen sobre las demás denominaciones de origen. También destaca el 10,7% de aumento de las ventas de vinos blancos (18,7 millones de litros en 2016), tendencia positiva que acumula un crecimiento próximo al 40% en los tres últimos años, por encima incluso de otras zonas de referencia en este tipo de vinos, lo que confirma el éxito de la estrategia impulsada por Rioja para renovar y diversificar su oferta de vinos blancos.

Por lo que se refiere a la comercialización de los vinos con más valor añadido, las categorías de crianza, reserva y gran reserva, no se han producido cambios especialmente significativos respecto al año anterior, manteniéndose el crecimiento en valor de las tres categorías y la estrategia de especialización de Rioja en este tipo de vinos, que suponen ya en torno al 65% de las ventas totales de vinos tintos.

La exportación de vinos de Rioja ha alcanzado un total de 103,77 millones de litros -tres menos que el año anterior, después de seis años consecutivos con un crecimiento acumulado del 43%. Este freno en el volumen exportado se ha concentrado fundamentalmente en los dos principales importadores de Rioja, Reino Unido y Alemania, que conjuntamente representan la mitad de las exportaciones. Por contra, la D.O. Ca. Rioja ha incrementado las ventas en seis de sus diez primeros importadores, destacando China (+15%), así como Suecia e Irlanda (+8%).

Según el Observatorio Español del Mercado del Vino, las exportaciones de la D.O. Ca. Rioja representan el 31,4% de las exportaciones españolas de vinos con denominación. Sin embargo, en valor representan el 41,3% ya que el valor medio por litro de Rioja es un 55% superior a la media de los demás vinos con DOP, multiplicando por cuatro el precio medio del conjunto de los vinos españoles exportados. Si se toman como referencia sus doce principales destinos exteriores, la posición de la D.O. Ca. Rioja también ofrece un diferencial a favor del valor respecto al volumen, ya que los vinos de Rioja representan el 3,2% del valor total de los vinos embotellados que importan esos doce países, frente al 2,6% que representan del volumen total, siendo el precio medio de Rioja un 23,2% superior a la media.



### Los vinos de calidad, liderados por Rioja, contribuyen a la recuperación del consumo de vino en España

La recuperación del consumo de vino en el mercado español, que se inició tímidamente en 2015 tras muchos años de descenso, se ha consolidado durante el año 2016 con un crecimiento del 4,1% en volumen y un 7,8% en valor. Esta recuperación ha estado protagonizada por los vinos con denominación de origen, liderados por los vinos de Rioja, que incrementaron en un 4,6% sus ventas y que han jugado igualmente un papel destacado en el incremento de valor, al tiempo que han conseguido mantener prácticamente estables sus cuotas de mercado.

Son datos del estudio realizado por la consultora Nielsen para el Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja, que confirman la gran transformación del mercado español hacia el consumo de vinos de más calidad, iniciada en la década de los noventa, cuando los vinos con denominación de origen apenas superaban el 20% de las ventas totales de vinos en España, mientras que actualmente este tipo de vinos suponen ya el 58% de dichas ventas.

Dentro de un mercado en crecimiento, los vinos de Rioja mantienen en España su posición de liderazgo destacado, con un tercio de las ventas totales de vinos con Denominación, a gran distancia de las demás denominaciones. El hecho de que la recuperación del consumo se esté produciendo fundamentalmente en el canal de hostelería resulta especialmente relevante para los vinos de Rioja, ya que es el canal de mayor valor añadido y en el que Rioja posee una abrumadora cuota de mercado -superior al 75%- con sus categorías de vinos tintos criados en bodega.

La tendencia general de los últimos años hacia el incremento del precio medio de los vinos con denominación ha continuado durante 2016 en el canal de alimentación, como ha sido el caso de Rioja, mientras que ha mostrado estabilidad en la hostelería. Este reposicionamiento de Rioja en valor no ha sido obstáculo para incrementar sus ventas, aunque en un

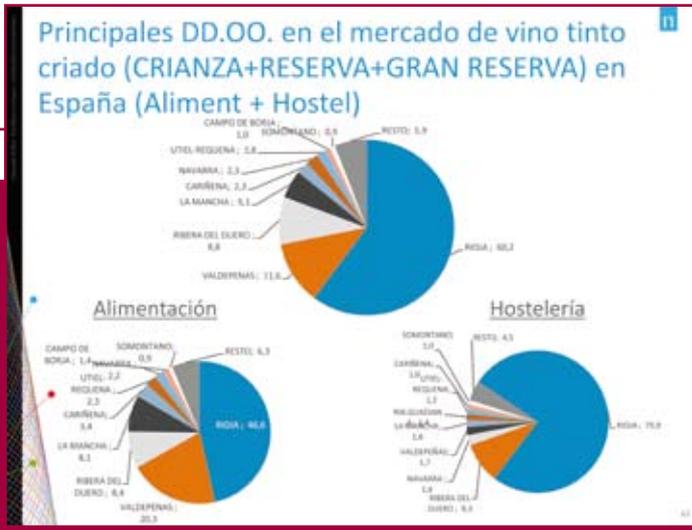
porcentaje algo inferior a la media del mercado, lo que ha situado su cuota de participación en el canal de alimentación en el 29,8% y en el canal de hostelería en el 36,2%, cuotas similares a las del año anterior. En esta comparativa interanual, Nielsen destaca el buen comportamiento de Rioja en la hostelería (+9,0%), con un ligero incremento de participación en bares y cafeterías, que concentran casi un tercio de las ventas, así como el ascenso de sus vinos blancos (+15,6%), que ganan cuota de mercado en ambos canales.

Según las conclusiones que ofrece Nielsen en su estudio, los vinos de Rioja han mostrado una tendencia positiva en la evolución de sus ventas y mantienen una posición de liderazgo muy amplia respecto a las demás denominaciones de origen. Pero su crecimiento ligeramente inferior al del mercado ha permitido que otras denominaciones hayan aprovechado en mayor medida las nuevas ocasiones de consumo que se están produciendo en el canal de hostelería, mejorando su posicionamiento de cara al futuro, lo que lleva a los expertos de Nielsen a recomendar que para fortalecer la posición de Rioja debe generarse mayor atracción de nuevos consumidores, así como nuevas formas de consumo en el canal de hostelería.

#### Reposicionamiento en valor de Rioja por encima de sus principales competidores internacionales

El informe elaborado por el Observatorio Español del Mercado del Vino sobre competitividad internacional de la D.O.Ca. Rioja en 2016 concluye que las exportaciones de esta denominación crecieron en valor por encima de sus principales competidores y destaca el gran protagonismo que tiene en las exportaciones españolas de vino.

De acuerdo con los datos facilitados por Aduanas, con unas exportaciones que alcanzaron los 503,6 millones de euros en 2016 (+1,8%), los vinos de Rioja aumentaron

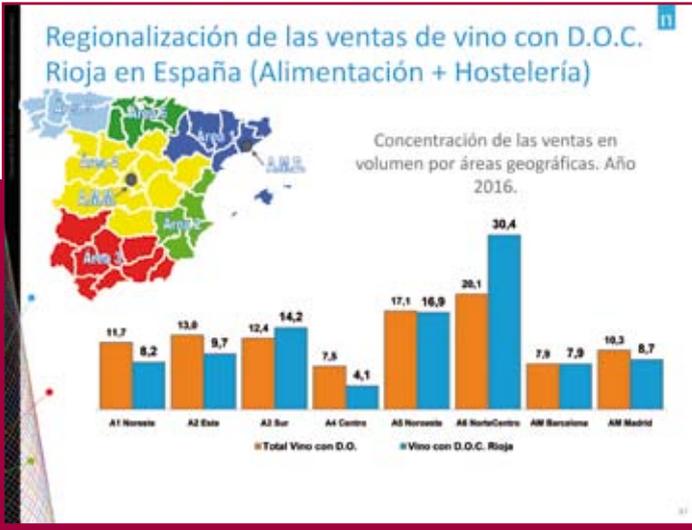


El reposicionamiento en valor de los vinos de Rioja en los mercados internacionales les coloca ante el consumidor en una situación mucho más acorde con la imagen de calidad y prestigio que transmite la Denominación de Origen más antigua de nuestro país y la más conocida en el mercado exterior.

ligeramente su participación en el total de vinos españoles envasados tranquilos con DOP no espumosos hasta suponer el 41,4% en euros. Este protagonismo de Rioja se debe a que el precio medio de sus vinos (4,32 euros por litro) es un 50% superior a la media de los demás vinos con DOP, diferencia que se multiplica por cuatro si tomamos como referencia las exportaciones españolas de todo tipo de vinos, que en 2016 sumaron un total de 2.226 millones de litros a un precio medio de 1,18 euros por litro.

En doce de los principales mercados mundiales para Rioja, que suponen el 85,1% de sus ventas en valor y el 83,6% del volumen, los avances más considerables de los últimos 3 años se producen en China, Canadá, Irlanda, Suiza y EEUU, mientras se registran pérdidas en Reino Unido y Bélgica, siguiendo una tendencia muy generalizada de mayores ventas hacia nuevos países consumidores.

En estos doce mercados y en comparación con sus principales competidores, entre los que se incluyen en el estudio denominaciones de origen como Burdeos, Borgoña, Valle del Loira, Languedoc, Beaujolais, Trentino, Piamonte, Toscana, Veneto, etc., los vinos de Rioja han avanzado posiciones competitivas en 2016 alcanzando una cuota del 3,14% sobre el total de importaciones de vinos envasados no espumosos. El avance se ha producido particularmente en valor, con un incremento medio de los precios de Rioja del 2,8%, que supera sensiblemente la bajada general del 1,1% que se ha producido en esos doce países, donde el precio medio de Rioja es un 21,6% superior a la media de sus importaciones de vinos envasados.



**'Áreas geográficas Nielsen'.**- Por áreas geográficas, Rioja mantiene un alto grado de concentración, incluso ganando cuota, en su feudo tradicional, las Áreas 5 y 6 (toda la cornisa cantábrica, desde Navarra a Galicia).

## La cosecha de Rioja 2016 calificada 'Muy Buena'



El Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja ha otorgado la valoración oficial de 'MUY BUENA' a la cosecha de Rioja 2016 que, tras una favorable evolución a lo largo de todo el ciclo vegetativo, ofreció unos resultados muy satisfactorios tanto en calidad como en cantidad, con una producción amparada por la Denominación de 315,57 millones de litros. Como cualidades más sobresalientes de la cosecha destacan el gran equilibrio que muestran los vinos entre acidez y grado alcohólico, su calidad aromática y su excelente madurez fenólica, que les proporciona mucha profundidad y persistencia.

Esta valoración de la cosecha como 'MUY BUENA' es la nota media obtenida como resultado del riguroso proceso de calificación mediante análisis y cata al que han sido sometidos los 337,33 millones de litros de vino elaborados por las bodegas en la vendimia 2016 y representados por un total de 4.821 muestras tomadas directamente de los depósitos por los técnicos del Consejo. En total, 315,57 millones de litros de la cosecha 2016 (23,01 de blanco, 14,62 de rosado y 277,94 de tinto) han obtenido el derecho a la certificación como vinos amparados por la D.O. Ca. Rioja. Los requisitos para superar el examen de calificación se han elevado en los últimos años, incorporándose parámetros de calidad más exigentes, con el

objetivo de que Rioja siga manteniéndose en los mercados como referente de los vinos de calidad. De igual modo, son mayores las exigencias para la evaluación global de la añada que realiza el Consejo Regulador mediante un procedimiento estadístico establecido a tal fin con total objetividad. Por ello, aunque los parámetros cualitativos de la cosecha 2016 son superiores a los de la cosecha anterior, ambas han recibido la misma calificación.

De acuerdo con el informe del Servicio Habilitado de Veedores del Consejo Regulador, que realiza un exhaustivo seguimiento de todas las fases del ciclo, en general la climatología favoreció la correcta evolución del estado vegetativo del viñedo y la ausencia de plagas o enfermedades de importancia, lo cual permitió que el estado sanitario de la uva fuera excelente hasta el final de la vendimia. Una vendimia 2016 que resultó sorprendente por su prolongado desarrollo a lo largo de dos meses, por la buena climatología que la acompañó y por el incremento de las expectativas productivas que había tras un ciclo marcado por la sequía y altas temperaturas del verano. La intensificación de los controles productivos por parte del Consejo Regulador con el objetivo de optimizar la calidad ha sido otra de las particularidades de la campaña.

Entre las características que definen el perfil medio de los vinos de la cosecha 2016, cuya graduación media es de 13,440 frente a los 14,150 del año anterior, cabe destacar el gran equilibrio que muestran entre la acidez y el grado alcohólico, lo que les proporciona frescura al tiempo que madurez fenólica, una dualidad muy excitante. Además de su intensidad y calidad aromática, esa excelente madurez fenólica alcanzada por la uva se percibe en la suavidad y redondez del tanino en boca, resultando vinos de mucha profundidad y persistencia.

## EVOLUCIÓN RESULTADOS ANALÍTICOS CALIFICACIÓN VINOS TINTOS COSECHAS 2001/2016

PARÁMETROS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
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	13,42	13,56	13,55	14,15	13,44
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	4,94	5,56	5,16	5,17	5,17
PH	3,68	3,70	3,68	3,61	3,66	3,71	3,63	3,70	3,72	3,72	3,74	3,77	3,70	3,68	3,73	3,68
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	0,44	0,44	0,46	0,50	0,41
SO <sub>2</sub> 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	46,92	47,67	52,03	45,70	42,85
I.C. (A <sub>420</sub> + A <sub>520</sub> + A <sub>620</sub> )	9,80	9,38	7,34	10,14	12,38	10,42	11,81	11,60	11,33	12,52	13,39	11,96	9,79	9,51	10,82	12,01
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	63,81	56,44	52,99	60,11	61,07

### Excelente evolución del viñedo riojano en la cosecha 2016

El viñedo riojano ha tenido una favorable evolución durante el ciclo vegetativo de la cosecha 2016, que se ha desarrollado en fechas normales con respecto a la media de los últimos años, con unos diez días de retraso sobre el año anterior en las zonas más tempranas y algo más en las zonas tardías.

De acuerdo con el informe del Servicio Habilitado de Veedores del Consejo Regulador, que realiza un exhaustivo seguimiento de todas las fases del ciclo, en general la climatología ha favorecido la correcta evolución del estado vegetativo del viñedo y la ausencia de plagas o enfermedades de importancia, lo cual ha permitido que el estado sanitario del viñedo se haya mantenido en condiciones excelentes hasta el final de la vendimia.

La evaluación del estado sanitario del viñedo y su situación

productiva, realizada por el Servicio Habilitado de Veedores del Consejo Regulador en la última semana de agosto con el inicio de los controles de maduración que se llevan a cabo hasta la generalización de la vendimia, permitía avanzar unas expectativas excelentes tanto desde el punto de vista cualitativo como en lo que a producción se refiere para la cosecha 2016.



**LA VENDIMIA 2016.-** La vendimia se inició de forma puntual el día 29 de agosto con las variedades blancas más tempranas y se fue extendiendo paulatinamente con el resto de variedades en las zonas más orientales de la Denominación durante los primeros días de septiembre, pero a diferencia de lo ocurrido el pasado año, se ha escalonado a lo largo de dos meses, con su punto álgido en torno a la segunda semana de octubre y finalizando en la primera semana de noviembre. Prueba de que la vendimia 2016 ha tenido un desarrollo muy lento es que en las cuatro primeras semanas tan solo se vendimiaron unos 45 millones de kg de uva, apenas un 10% del total de la cosecha esperada, y había operativas menos de la mitad de las 630 bodegas que elaboran en la campaña.

Aunque el ciclo se había iniciado con un alto grado de fertilidad, observándose una buena floración y cuajado, así como racimos de mayor tamaño, lo que auguraba altas expectativas de producción, la falta de lluvias del verano provocó que la situación al inicio de vendimia fuera de racimos con bayas más pequeñas, cuyo menor peso condicionaba las expectativas productivas inicialmente estimadas. Pero una vez más, la climatología que ha acompañado el desarrollo final del ciclo ha sido decisiva para el resultado final de la cosecha. El tiempo seco y soleado que ha predominado hasta finales de octubre, así como las lluvias moderadas caídas en la tercera semana de septiembre y principios de octubre, ha resultado muy beneficioso para completar la maduración y para mantener la sanidad de la uva en perfecto estado. Sorprendentemente, en las zonas más frescas de Rioja la producción ha sido mucho más alta que la esperada al principio de la vendimia, debido al efecto producido por esas escasas lluvias. Al final, las expectativas de alta producción que había al inicio del ciclo se han cumplido en una parte de la Denominación debido a la inusual climatología de septiembre y octubre.

# Estadísticas 2016

## El Rioja en cifras

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

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	
SUPERFICIE DE VIÑEDO PRODUCTIVO (hectáreas)	43.074	42.898	44.079	45.751	47.192	47.346	47.346	47.765	48.381	49.135	52.029	
PRODUCCIÓN AMPARADA (millones de litros)	161,24	145,34	149,94	173,92	168,85	217,91	244,47	253,6	273,56	216,24	310,80	
RENDIMIENTO (hl/ ha)	37,43	33,88	34,02	38,01	35,78	46,03	51,63	53,09	56,54	44,01	59,74	
COMERCIALIZACIÓN (millones de litros)	Mercado interior	77,75	99,70	114,35	120,19	139,61	125,78	119,07	137,46	150,70	138,68	120,12
	Mercado exterior	26,03	29,14	34,29	38,72	56,75	59,12	58,85	67,78	71,55	56,80	39,86
	TOTAL VENTAS	103,78	128,84	148,64	158,91	196,36	184,90	177,92	205,24	222,25	195,48	159,98
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	339,27	408,58	459,42
	Última cosecha	161,24	144,99	149,24	173,71	166,42	214,12	240,60	250,20	270,60	215,60	309,81
	TOTAL EXISTENCIAS	477,15	480,31	466,84	470,28	434,63	461,01	522,50	565,15	609,87	624,18	769,23
RELACIÓN DE EXISTENCIAS / VENTAS	4,28	3,39	2,87	2,76	2,13	2,41	2,84	2,68	2,65	3,08	4,62	
NÚMERO DE BODEGAS EMBOTELLADORAS	310	324	336	345	363	372	386	401	403	422	443	
NÚMERO DE BODEGAS DE CRIANZA	103	120	131	141	148	153	156	171	180	203	222	
NÚMERO DE BARRICAS (en miles)	547	561	573	584	597	598	621	660	815	911	939	

## ESTADÍSTICAS VITICULTURA Y BODEGAS:

1. EVOLUCIÓN DE LA VITIVINICULTURA EN LA D.O. CALIFICADA RIOJA
2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2016
3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2016 (LITROS)
4. EVOLUCIÓN DE HECTÁREAS, PRODUCCIÓN DE UVA Y ELABORACIÓN DE VINO
5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS Y BODEGAS EMBOTELLADORAS
6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2016 (EN HECTÁREAS)
7. VIÑEDO POR COMUNIDADES Y AÑOS DE PLANTACIÓN (EN HECTÁREAS)
8. EVOLUCIÓN DEL VIÑEDO INSCRITO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN LA D.O.Ca. RIOJA (EN HECTÁREAS)
9. DISTRIBUCIÓN DE VIÑEDOS SEGÚN TAMAÑO DE PARCELAS - 2016
10. NÚMERO DE VITICULTORES 2016
11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12-2016 (HECTOLITROS)
12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2016 (HECTOLITROS)
13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2016 (HECTOLITROS)
14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS
15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31-12-2016
16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD Y COMERCIALIZACIÓN A 31-12-2016
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 1985-2016 (EN LITROS)
19. ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA EN 2016 (POR CATEGORÍAS Y POR CLASES DE VINO)
20. EXPORTACIÓN EN 2016 POR PAÍSES

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
53.820	55.545	56.580	58.132	59.212	60.390	60.773	60.882	61.270	61.960	62.143	62.153	61.840	61.645	61.870	62.620
242,00	196,82	298,42	269,7	273,94	278,18	273,68	272,12	277,56	255,90	267,65	245,70	253,44	295,16	298,83	317,83
44,96	35,43	52,74	46,39	46,26	46,06	45,03	44,70	45,3	41,30	43,07	39,53	40,98	47,88	48,30	50,76
160,01	178,15	170,21	182,28	179,44	182,87	187,02	172,00	163,67	181,26	176,99	169,45	174,98	175,00	177,41	178,77
60,41	72,10	66,14	69,01	71,23	78,93	84,59	79,91	72,43	85,86	91,92	96,97	102,18	105,79	106,61	103,77
220,42	250,25	236,35	251,29	250,67	261,80	271,61	251,91	236,1	267,12	268,91	266,42	277,16	280,79	284,02	282,44
539,50	524,42	478,77	515,72	529,63	535,54	537,05	554,20	583,88	587,67	568,81	563,69	525,30	491,58	496,03	506,47
241,84	195,54	295,76	268,42	273,06	277,37	272,21	271,60	276,71	254,93	266,88	244,51	252,49	293,20	296,68	314,98
781,34	719,96	774,53	784,14	802,69	812,91	809,26	825,80	860,59	842,60	835,69	808,20	777,79	784,78	792,71	821,45
3,39	2,78	3,17	3,02	3,13	3,03	2,91	3,19	3,54	3,07	3,03	2,96	2,74	2,72	2,73	2,84
472	498	517	550	559	586	595	596	603	572	583	581	587	600	594	601
255	272	286	306	324	349	364	376	371	375	382	386	392	403	381	391
1.005	1.061	1.080	1.106	1.161	1.197	1.239	1.261	1.286	1.292	1.290	1.278	1.262	1.284	1.271	1.326

# ESTADÍSTICAS

## 2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2016

		LA RIOJA	ÁLAVA	NAVARRA	TOTAL
Variedades tintas (hectáreas)		39.408,37	12.288,96	6.300,89	57.998,22
Producción tintas (kg)		271.778.270	84.444.759	43.726.898	399.949.927
Rendimiento tintas (kg/ha)		6.896	6.872	6.940	6.896
Variedades blancas (hectáreas)		3.279,05	918,28	424,03	4.621,38
Producción blancas (kg)		29.940.654	8.296.542	3.957.054	42.194.250
Rendimiento blancas (kg/ha)		9.131	9.035	9.332	9.130
Total blancas y tintas	Hectáreas	42.687,42	13.207,25	6.724,92	62.619,60
	Producción (kg)	301.718.924	92.741.301	47.683.952	442.144.177
	Rendimiento medio	7.068	7.022	7.091	7.061

## 3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2016 (LITROS)

COMUNIDAD	TIPO BODEGA	TINTO	ROSADO	BLANCO	TOTAL
ÁLAVA	COSECHEROS	5.831.994	7.725	112.739	5.952.458
	COOPERATIVAS	8.772.818	202.215	423.585	9.398.618
	ALMACENISTAS	1.911.664	6.546	345.658	2.263.868
	CRIADORES	55.775.457	2.286.887	4.243.255	62.305.599
	TOTAL	72.291.933	2.503.373	5.125.237	79.920.543
LA RIOJA	COSECHEROS	4.266.730	235.045	375.870	4.877.645
	COOPERATIVAS	67.318.681	3.385.099	6.661.335	77.365.115
	ALMACENISTAS	2.281.955	173.558	64.532	2.520.045
	CRIADORES	117.552.190	7.562.140	9.336.522	134.450.852
	TOTAL	191.419.556	11.355.842	16.438.259	219.213.657
NAVARRA	COSECHEROS	0	0	0	0
	COOPERATIVAS	6.126.888	245.178	322.787	6.694.853
	ALMACENISTAS	454.856	0	0	454.856
	CRIADORES	9.428.788	836.472	1.279.060	11.544.320
	TOTAL	16.010.532	1.081.650	1.601.847	18.694.029
TOTAL CAMPAÑA	COSECHEROS	10.098.724	242.770	488.609	10.830.103
	COOPERATIVAS	82.218.387	3.832.492	7.407.707	93.458.586
	ALMACENISTAS	4.648.475	180.104	410.190	5.238.769
	CRIADORES	182.756.435	10.685.499	14.858.837	208.300.771
	TOTAL	279.722.021	14.940.865	23.165.343	317.828.229

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

# PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN

4. EVOLUCIÓN DE HECTÁREAS, PRODUCCIÓN DE UVA Y ELABORACIÓN DE VINO						
AÑO	HECTÁREAS PRODUCTIVAS			PRODUCCIÓN (kg. de uva)	RENDIMIENTO MEDIO (kg/ha)	ELABORACIÓN AMPARADA (litros)
	TINTAS	BLANCAS	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
2012	58.389	3.764	62.153	354.904.866	5.710	245.704.466
2013	58.026	3.814	61.840	368.421.839	5.958	253.441.316
2014	57.761	3.884	61.645	434.006.506	7.040	295.164.588
2015	57.866	4.004	61.870	441.887.833	7.142	298.825.948
2016	57.998	4.621	62.619	462.472.339	7.385	317.828.229

## 5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS Y BODEGAS EMBOTELLADORAS

LA RIOJA	Hectáreas de viñedo		Bodegas	LA RIOJA	Hectáreas de viñedo		Bodegas
	TINTAS	BLANCAS			TINTAS	BLANCAS	
ABALOS	669,53	38,57	16	CIDAMON	60,67	0	0
AGONCILLO	158,47	3,83	1	CIHURI	328,23	16,39	0
AGUILAR DEL RÍO ALHAMA	39,05	0	0	CIRUEÑA	24,43	2,55	0
ALBELDA DE IREGUA	133,20	37,02	3	CLAVIJO	164,85	6,64	0
ALBERITE	229,75	17,54	2	CORDOVIN	99,81	87,08	10
ALCANADRE	508,45	33,61	4	CORERA	179,78	4,28	1
ALDEANUEVA DE EBRO	1,441,97	36,60	16	CORNAGO	13,48	0,61	0
ALESANCO	404,18	150,24	4	CUZCURRITA DEL RÍO TIRON	526,72	57,9	7
ALESON	202,26	23,11	1	DAROCA DE RIOJA	10,94	0,23	0
ALFARO	3,854,35	152,89	7	EL REDAL	252,77	4,25	0
ANGUCIANA	49,70	1,28	0	EL VILLAR DE ARNEDO	261,53	2,67	3
ARENZANA DE ABAJO	286,24	42,86	4	ENTRENA	644,98	82,58	5
ARENZANA DE ARRIBA	173,95	17,57	0	FONCEA	14,9	0,72	0
ARNEDILLO	1,57	0	0	FONZALECHE	292,07	18,96	1
ARNEDO	301,86	5,82	2	FUENMAYOR	1,490,58	70,88	28
ARRUBAL	4,97	0	0	GALBARRULI	128,62	11,47	1
AUSEJO	1,495,35	35,86	2	GALILEA	165,71	8,16	1
AUTOL	985,00	44,14	2	GIMILEO	98,92	4,62	2
AZOFRA	410,47	42,34	1	GRÁVALOS	24,66	8,76	0
BADARAN	413,08	64,25	6	HARO	1,055,66	100,19	19
BAÑARES	102,02	3,71	0	HERCE	70,72	0,24	0
BAÑOS DE RIO TOBIA	147,92	35,64	5	HERRAMELLURI	9,30	0	0
BAÑOS DE RIOJA	71,66	12,66	1	HERVIAS	47,20	4,66	1
BERCEO	11,74	1,66	0	HORMILLA	325,42	49,72	5
BERGASA	207,53	78,30	0	HORMILLEJA	199,57	20,67	1
BERGASILLAS BAJERA	5,46	0	0	HORNOS DE MONCALVILLO	146,51	24,15	1
BEZARES	3,56	0	0	HUERCANOS	1,153,12	85,06	2
BOBADILLA	17,96	2,15	2	IGEA	100,79	1,06	0
BRIÑAS	94,89	4,02	6	LAGUNILLA DE JUBERA	119,95	5,05	1
BRIONES	1,242,23	94,12	9	LARDERO	52,30	2,37	0
CALAHORRA	708,28	19,13	3	LEIVA	24,52	3,27	0
CAMPROVIN	136,37	26,88	0	LEZA DEL RIO LEZA	6,50	0,30	0
CANILLAS DE RIO TUERTO	96,50	27,55	0	LOGROÑO	1,007,73	89,03	15
CAÑAS	99,30	16,00	0	MANJARRES	168,60	22,23	0
CARDENAS	110,13	40,90	4	MATUTE	7,88	0,75	0
CASALARREINA	69,50	5,72	1	MEDRANO	264,75	36,98	0
CASTAÑARES DE RIOJA	14,90	3,28	0	MIRANDA DE EBRO ('El Ternero')	56,21	2,87	1
CELLORIGO	40,7	0,76	0	MURILLO DE RÍO LEZA	710,78	13,92	2
CENICERO	1,913,47	97,36	12	NAJERA	905,07	197,18	2
CERVERA DE RÍO ALHAMA	336,74	4,43	1	NALDA	113,14	33,03	2

## 5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS Y BODEGAS EMBOTELLADORAS

LA RIOJA	Hectáreas de viñedo		Bodegas	LA RIOJA	Hectáreas de viñedo		Bodegas
	TINTAS	BLANCAS			TINTAS	BLANCAS	
NAVARRETE	896,91	72,46	13	<b>ÁLAVA</b>			
OCHANDURI	33,49	2,95	0				
OCÓN	465,65	32,83	0				
OLLAURI	81,45	6,97	6				
PRADEJON	237,22	1,05	1				
PREJANO	9,30	0,38	0	BAÑOS DE EBRO	468,89	48,36	23
QUEL	528,48	28,20	1	BARRIOBUSTO	182,85	24,03	1
RIBAFRECHA	343,03	17,93	1	CRIPAN	170,90	8,37	3
RINCÓN DE SOTO	225,81	10,91	2	ELCIEGO	1,059,17	45,96	17
RODEZNO	462,63	10,92	2	ELVILLAR DE ÁLAVA	820,42	65,96	13
SAJAZARRA	323,97	11,11	4	LABASTIDA	1,045,99	68,48	16
SAN ASENSIO	1,559,79	336,57	15	LABRAZA	102,29	12,95	0
SAN MILLAN DE YÉCORA	8,42	0,13	0	LAGUARDIA	3,338,78	241,36	58
SAN TORCUATO	13,40	0,48	0	LANCIEGO	1,037,62	86,48	19
SAN VICENTE DE LA SONSIERRA	1.727,55	83,11	32	LAPUEBLA DE LABARCA	296,46	24,58	32
SANTA COLOMA	5,41	2,50	0	LEZA	375,26	31,96	6
SANTA ENGRACIA DE JUBERA	222,41	14,50	0	MOREDA	277,55	28,26	2
SANTA EULALIA BAJERA	9,91	0	0	NAVARIDAS	580,71	48,85	8
SOJUELA	98,57	32,32	1	OYON	956,9	53,89	9
SORZANO	71,67	10,06	0	SALINILLAS DE BURADON	47,38	2,22	0
SOTES	249,29	21,86	1	SAMANIEGO	487,35	49,46	12
TIRGO	149,57	5,14	2	VILLABUENA DE ÁLAVA	495,87	52,83	36
TORMANTOS	22,73	0,88	0	YECORA	544,56	24,32	4
TORRECILLA SOBRE ALESANCO	141,64	24,09	0	<b>TOTAL ÁLAVA</b>	<b>12.346,01</b>	<b>942,09</b>	<b>259</b>
TORRENTALBO	212,29	36,54	1	<b>NAVARRA</b>			
TREVIANA	120,27	8,73	0				
TRICIO	139,77	22,68	0				
TUDELILLA	696,7	12,93	3				
URUÑUELA	747,23	55,95	7				
VENTOSA	203,46	17,37	2	ANDOSILLA	936,82	75,48	3
VIGUERA	2,24	0	0	ARAS	76,69	11,08	1
VILLALBA DE RIOJA	310,34	14,04	1	AZAGRA	1,430,16	65,38	3
VILLAMEDIANA DE IREGUA	305,42	25,37	3	BARGOTA	386,23	21,26	1
VILLAR DE TORRE	39,89	9,21	0	MENDAVIA	1,534,49	106,46	3
VILLAROYA	2,89	0	0	SAN ADRIAN	570,51	29,13	2
ZARRATON	225,25	18,65	0	SARTAGUDA	18,17	0,08	0
				VIANA	1,347,82	105,16	2
				<b>TOTAL NAVARRA</b>	<b>6.376,95</b>	<b>434,61</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL LA RIOJA</b>	<b>40.499,68</b>	<b>4.412,85</b>	<b>326</b>	<b>TOTAL D.O.Ca.RIOJA</b>	<b>59.222,64</b>	<b>5.789,55</b>	<b>601</b>

# ESTADÍSTICAS

## 6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2016 (EN HECTÁREAS)

BLANCAS	La Rioja	% S/T	Álava	% S/T	Navarra	% S/T	Total	% S/blancas	% S/ Total viñedo
VIURA	3.129,98	70,93%	884,29	93,86%	195,50	44,98%	4.209,78	72,71%	6,48%
MALVASÍA	100,43	2,28%	18,61	1,98%	3,63	0,84%	122,67	2,12%	0,19%
GARNACHA BLANCA	136,81	3,10%	4,14	0,44%	6,99	1,61%	147,94	2,56%	0,23%
TEMPRANILLO BLANCO	518,75	11,76%	18,30	1,94%	70,09	16,13%	607,14	10,49%	0,93%
MATURANA BLANCA	33,54	0,76%	0,04	0,00%	0,99	0,23%	34,56	0,60%	0,05%
VERDEJO	193,17	4,38%	2,07	0,22%	106,52	24,51%	301,77	5,21%	0,46%
TURRUNTÉS	4,07	0,09%	0,01	0,00%	0,00	0,00%	4,08	0,07%	0,01%
CHARDONNAY	101,52	2,30%	3,68	0,39%	33,69	7,75%	138,88	2,40%	0,21%
SAUVIGNON BLANC	153,91	3,49%	7,35	0,78%	15,43	3,55%	176,69	3,05%	0,27%
OTRAS BLANCO	40,67	0,92%	3,61	0,38%	1,76	0,41%	46,04	0,80%	0,07%
TOTAL BLANCO	4.412,85	100%	942,09	100%	434,61	100%	5.789,55	100%	8,91%



■ TOTAL TINTAS  
■ TOTAL BLANCAS



■ VIURA  
■ MALVASÍA  
■ GARNACHA BLANCA  
■ TEMPRANILLO BLANCO  
■ MATURANA BLANCA  
■ VERDEJO  
■ TURRUNTÉS  
■ CHARDONNAY  
■ SAUVIGNON BLANC  
■ OTRAS BLANCO

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

	Nº Parcelas	2016/2016	2011/2015	2006/2010	2001/2005	1996/2000	1991/1995	1986/1990	1981/1985	.../1980	TOTAL
LA RIOJA	80.752	0,32	5.740,64	4.356,83	7.465,62	8.184,36	4.366,76	5.087,74	3.253,74	6.456,48	44.912,52
ÁLAVA	28.297	0,59	470,01	879,68	2.030,75	1.758,61	1.078,16	1.498,40	1.832,86	3.738,98	13.288,10
NAVARRA	8.905	0,0	596,36	667,95	1.831,36	1.698,71	443,75	932,28	396,80	244,32	6.811,56
TOTAL	117.954	0,92	6.807,03	5.904,47	11.327,73	11.641,68	5.888,69	7.518,42	5.483,42	10.439,80	65.012,19

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

Viñedo inscrito a 31-12-1983	VARIACIONES																	
	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	
La Rioja	27.395	1.129	1.212	783	1.331	-210	-826	1.417	-28	1.037	878	982	-191	260	1.237	497	1.250	1.630
Álava	8.039	596	333	468	291	96	43	395	-40	72	205	269	61	-13	342	288	210	400
Navarra	2.915	135	-14	84	-28	539	249	600	271	161	166	-92	-88	-149	-48	189	470	246
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	974	1.930	2.276

# VITICULTURA

## 6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2016 (EN HECTÁREAS)

TINTAS	La Rioja	% S/T	Álava	% S/T	Navarra	% S/T	Total	%S/tintas	% S/ Total viñedo
TEMPRANILLO	34.509,99	85,21%	11.902,43	96,41%	5.390,55	84,53%	51.802,97	87,47%	79,68%
GARNACHA	4.067,18	10,04%	122,27	0,99%	440,67	6,91%	4.630,12	7,82%	7,12%
MAZUELO	936,02	2,31%	101,64	0,82%	256,66	4,02%	1.294,32	2,19%	1,99%
GRACIANO	782,49	1,93%	171,07	1,39%	253,72	3,98%	1.207,28	2,04%	1,86%
MATURANA TINTA	119,61	0,30%	11,16	0,09%	10,33	0,16%	141,10	0,24%	0,22%
OTRAS TINTO	84,39	0,21%	37,44	0,30%	25,03	0,39%	146,86	0,25%	0,23%
TOTAL TINTO	40.499,68	100%	12.346,01	100%	6.376,95	100%	59.222,64	100%	91,09%

	La Rioja	% S/T	Álava	% S/T	Navarra	% S/T	Total
TOTAL D.O.Ca. RIOJA	44.912,53	68,34%	13.288,10	21,04%	6.811,57	10,62%	65.012,19

### VARIEDADES TINTAS



### 10. NÚMERO DE VITICULTORES 2016

	SOCIOS DE COOPERATIVAS	NO SOCIOS
LA RIOJA	5.460	6.000
ÁLAVA	508	2.117
NAVARRA	570	778
TOTAL	6.538	8.895

### 9. DISTRIBUCIÓN DE VIÑEDOS SEGÚN TAMAÑO DE PARCELAS - 2016

TAMAÑO PARCELA EN HECTÁREAS	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
Nº PARCELAS	12.349	30.945	32.424	25.895	12.748	2.653	475	280	83	52	43	6	1	117.954
% S/TOTAL	10,47	26,23	27,49	21,95	10,81	2,25	0,40	0,24	0,07	0,04	0,04	0,01	0,00	100
SUPERFICIE	753,83	5.331,36	11.612,23	17.847,38	16.852,33	6.558,81	1.963,74	1.669,13	713,38	616,40	828,58	206,22	58,73	65.012,19
% S/TOTAL	1,16	8,20	17,86	27,45	25,92	10,09	3,02	2,57	1,10	0,95	1,27	0,32	0,09	100

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

VARIACIONES																Viñedo inscrito a 31-12-2016
2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
2.398	1.029	-10	533	-29	-17	115	197	-540	449	-176,46	-496,94	-151,26	457,19	1.070,76	415,69	44.912,53
323	414	-65	434	-153	-98	73	-49	140	220	134,9	-90,94	-18,29	-50,09	15,56	3,10	13.288,10
6	379	229	360	204	-10	11	-11	24	14	-33,4	60,79	9,37	-2,07	-67,15	31,82	6.811,57
2.727	1.822	154	1.327	22	-125	199	22	-377	683	-74,95	-527,10	-160,18	405,03	1.019,17	450,61	65.012,20

# ESTADÍSTICAS

11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12- 2016 (EN HECTOLITROS)					
TIPO	COSECHEROS	COOPERATIVAS	ALMACENISTAS	CRIDORES	TOTAL
Blanco	3.457,65	36.927,11	3.573,94	224.813,43	268.772,13
Rosado	2.810,81	32.059,86	2.109,34	133.374,28	170.354,28
Tinto	104.535,97	1.025.820,70	53.695,89	6.591.362,66	7.775.415,22
<b>TOTAL</b>	<b>110.804,43</b>	<b>1.094.807,67</b>	<b>59.379,17</b>	<b>6.949.550,37</b>	<b>8.214.541,64</b>

12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2016 (EN HECTOLITROS)				
DEPÓSITO	BARRICA	DEPÓSITO (crianza)*	BOTELLERO	TOTAL.
3.684.895,23	2.670.039,19	1.105.615,30	753.991,92	8.214.541,64

\* Vinos de crianza almacenados en depósito

13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2016 (EN HECTOLITROS)					
AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS	AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS	AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS
CA	5.611,81	1992	86,25	2006	19.424,80
CVC	1.587,56	1993	118,18	2007	16.947,08
1980	247,72	1994	1.559,90	2008	47.294,95
1981	1.184,23	1995	985,19	2009	78.569,90
1982	285,91	1996	351,31	2010	122.042,07
1983	116,87	1997	138,46	2011	221.363,33
1984	14,86	1998	1.409,69	2012	345.641,08
1985	186,67	1999	1.104,28	2013	604.729,19
1986	159,06	2000	2.557,53	2014	1.524.964,51
1987	269,24	2001	8.505,23	2015	2.021.200,09
1988	100,79	2002	704,23	2016	3.149.770,77
1989	82,31	2003	1.276,40	TOTAL	8.214.541,64
1990	76,85	2004	10.026,38		
1991	285,27	2005	23.561,69		

14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS					
AÑO	TOTAL BARRICAS	AÑO	TOTAL BARRICAS	AÑO	TOTAL BARRICAS
1990	546.615	2010	1.292.261	2016	1.325.629
1995	598.000	2011	1.290.226		
2000	939.454	2012	1.277.696		
2005	1.161.331	2013	1.262.296		
2008	1.261.022	2014	1.284.672		
2009	1.286.738	2015	1.271.688		

Evolución año 2016:

El número total de barricas de roble de 225 litros para la crianza a 31-12-2016 era de **1.325.629**, con un aumento de **53.941** sobre el año anterior.

# BODEGAS

## 15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31-12-2016

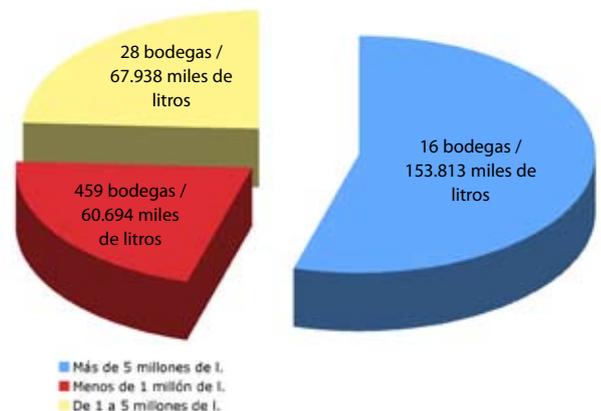
TITULARES	LA RIOJA		ÁLAVA		NAVARRA		TOTAL		BOD. CON REGISTRO DE EMBOTELLADOR	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Criadores	219	219	147	148	13	14	379	381	391	390
Almacenistas	40	39	36	34	1	1	77	74	60	54
Cooperativas	28	28	7	7	2	2	37	37	27	27
Cosecheros	132	134	165	169	0	0	297	303	123	123
Totales	419	420	355	358	16	17	790	795	601	594

## 16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN A 31-12-2016

TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN	Nº de bodegas	% s/ total bodegas	Ventas 2015 (miles de litros)	% s/ total ventas
Más de 5 millones de l.	16	3,2	153.813	54,5
De 1 a 5 millones de l.	28	5,5	67.938	24
De 0,5 a 1 millones de l.	29	5,7	21.972	7,8
Hasta 0,5 millones de l.	430	85,6	38.722	13,7
TOTAL	503	100	282.445	100

BODEGAS POR TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN

(NOTA: El número de bodegas embotelladoras comercialmente activas en 2016 fue de 503)



## 16. BODEGAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD A 31-12-2016

TRAMOS DE CAPACIDAD	HASTA 1 MM.L.	DE 1 A 3 MM.L.	DE 3 A 5 MM.L.	DE 5 A 10 MM.L.	MÁS DE 10 MM.L.	TOTAL
Criadores	238	75	24	18	24	379
Almacenistas	70	7	0	0	0	77
Cooperativas	0	10	5	14	8	37
Cosecheros	294	3	0	0	0	297
Totales	602	95	29	32	32	790

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

AÑO	DEPÓSITOS	BARRICAS	TOTAL
1982	371.047.288	91.484.700	462.531.988
1993	708.219.134	131.308.241	839.527.375
1998	865.913.648	181.158.584	1.047.072.232
2008	1.123.523.840	284.350.863	1.407.874.703
2016	1.141.595.874	298.193.061	1.439.788.935
Criadores	799.043.014	286.909.536	1.085.952.550
Almacenistas	27.985.682	0	27.985.682
Cooperativas	257.964.836	11.283.525	269.248.361
Cosecheros	56.602.342	0	56.602.342

## 18. EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA 1985-2016 (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	103.782.577	-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
2012	169.448.349	-4,26	96.967.206	5,47	266.415.555	-0,93
2013	174.982.696	3,17	102.184.584	5,39	277.167.280	3,98
2014	175.003.261	0,02	105.786.163	3,52	280.789.424	1,31
2015	177.410.848	1,10	106.612.815	1,20	284.023.663	1,13
2016	178.674.747	0,67	103.770.362	-2,70	282.445.109	-0,59

# COMERCIALIZACIÓN

## 19. ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACION 2016

### VINOS TINTOS POR CATEGORÍAS

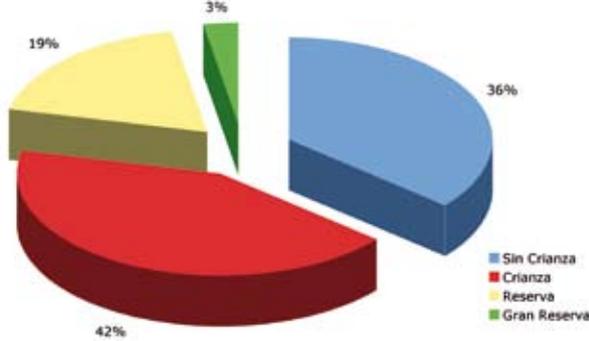
Categoría	Mercado	Litros 2016	% s/2015
Sin Crianza	Interior	53.601.362	0,65
	Exterior	36.922.278	-5,02
	Total	90.523.640	-1,75
Crianza	Interior	82.825.802	-0,08
	Exterior	23.011.314	-2,93
	Total	105.837.116	-0,72
Reserva	Interior	18.296.869	-0,40
	Exterior	28.561.489	-1,54
	Total	46.858.358	-1,10
Gran Reserva	Interior	1.562.965	-8,82
	Exterior	5.061.409	4,12
	Total	6.624.374	0,74
Total	Interior	156.286.998	0,03
	Exterior	93.556.490	-3,00
	Total	249.843.488	-1,13

### TIPOS DE VINO POR COLORES

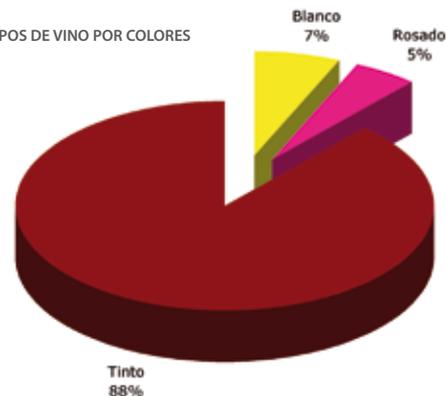
Tipo	Mercado	Litros 2016	% s/2015
Blanco	Interior	13.308.923	13,37
	Exterior	5.405.426	4,72
	Total	18.714.349	10,73
Rosado	Interior	9.078.826	-4,56
	Exterior	4.808.446	-4,46
	Total	13.887.272	-4,52
Tinto	Interior	156.286.998	0,03
	Exterior	93.556.490	-3,00
	Total	249.843.488	-1,13
TOTAL	Interior	178.674.747	0,67
	Exterior	103.770.362	-2,70
	Total	282.445.109	-0,59

## COMERCIALIZACIÓN 2016

VINOS TINTOS POR CATEGORÍAS



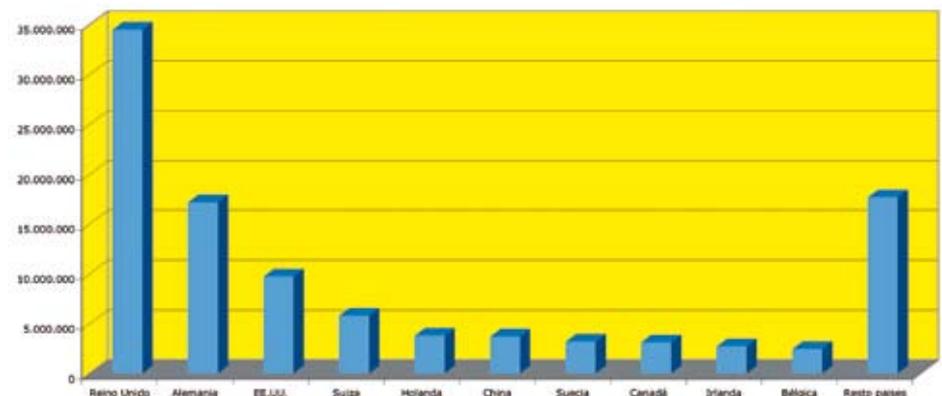
TIPOS DE VINO POR COLORES



## 20. EXPORTACIÓN EN 2016 POR PAÍSES

PAIS	LITROS 2016	% S/TOTAL
Reino Unido	34.491.248	33,24
Alemania	17.163.258	16,54
EE.UU.	9.712.149	9,36
Suiza	5.786.179	5,58
Holanda	3.778.736	3,64
China	3.697.014	3,56
Suecia	3.188.975	3,07
Canadá	3.121.826	3,01
Irlanda	2.721.116	2,62
Bélgica	2.451.734	2,36
Resto países	17.658.127	17,02
Total 2016	103.770.362	100,00%

EXPORTACIÓN POR PAÍSES





Denominación de Origen Calificada

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA RIOJA  
Estambreda, 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](mailto:info@riojawine.com)