

# MEMORIA 2014

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.....   | 24 |
| Memoria de actividades por departamentos:  |    |
| - Servicios Administrativos.....   | 28 |
| - Asesoría Jurídica.....   | 29 |
| - Servicios Técnicos: .....  | 32 |
| - Desarrollo de las actividades de Inspección .....  | 34 |
| - Sección Informática .....  | 38 |
| - Comunicación y Promoción.....  | 40 |
| Comercialización:  |    |
| - Rioja aumenta las ventas en cinco millones de botellas durante 2014,<br>alcanzando un nuevo máximo histórico de 281 millones de litros ..... | 62 |
| - Informe Nielsen. Rioja fortalece su posición en el mercado<br>de vinos de calidad revalorizando su oferta .....                              | 64 |
| Calificación ‘Buena’ para una cosecha 2014 que fue mejor<br>que la anterior en cantidad y calidad .....  | 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



# PRESENTACIÓN

El balance final del año 2014 en la Denominación de Origen Calificada Rioja ha resultado muy positivo en su conjunto. Constituye en primer lugar un gran logro y un motivo de satisfacción que la futura Ley de Denominaciones de Origen, que se encuentra ya en la fase final de su tramitación parlamentaria, va a preservar los aspectos fundamentales del modelo actual de Rioja, particularmente en lo que se refiere a nuestro sistema de control. Es un objetivo que desde el sector habíamos venido persiguiendo desde hace muchos años, porque estamos convencidos de que nuestro modelo ha sido muy eficaz y nos ha permitido alcanzar la posición de liderazgo que ocupamos.

También debo expresar mi satisfacción por el clima de entendimiento y diálogo entre las organizaciones del sector que está siendo la tónica general de este mandato del Consejo Regulador, lo que sin duda contribuye a que podamos seguir avanzando en la mejora continua de nuestro modelo, consolidando los logros alcanzados e innovando en todos aquellos aspectos que supongan un progreso para el conjunto de productores y comercializadores de la Denominación. Esta actitud de los miembros actuales de la Interprofesional y el Consejo Regulador es un buen ejemplo de responsabilidad y compromiso con el futuro de nuestro sector, uno de cuyos objetivos fundamentales es seguir creciendo en los mercados de valor en base a nuestra tradicional política de calidad y a continuar con la apuesta por la promoción.

En este sentido, durante 2014 hemos incrementado el esfuerzo inversor en la campaña de promoción institucional de los vinos de Rioja que hemos desarrollado en ocho países. Basada en una estrategia de marketing integrado, como novedades destacadas cabe señalar la mayor presencia del enoturismo en nuestros mensajes y que la actividad comunicadora a través de Internet y las redes sociales ha irrumpido con fuerza, pasando a convertirse en una herramienta fundamental de la promoción, hasta el punto de que el Consejo Regulador se ha convertido en punta de lanza de las redes sociales del vino, según la consultora de comunicación Castro Galiana. Todo ello ha contribuido a



Luis Alberto Lecea Blanco, presidente del Consejo Regulador

consolidar el prestigio de la D.O. Ca. Rioja, que es hoy una de las regiones líderes a nivel mundial en notoriedad de marca y conversión de esta notoriedad en compra, como nuevamente han puesto de manifiesto las conclusiones de un estudio realizado por la consultora especializada Wine Intelligence en los principales países consumidores de vino.

La cosecha 2014 ha sido mejor que la anterior tanto en cantidad como en calidad, permitiéndonos cubrir las necesidades actuales de comercialización. El ciclo vegetativo fue muy favorable en todos los aspectos, lo que auguraba excelentes expectativas de una gran cosecha, que solo la adversa climatología que acompañó la vendimia rebajó en parte. A destacar la excelente calidad que han ofrecido los vinos blancos y rosados de esta añada.

Y por lo que se refiere a la evolución de los mercados en 2014, la impresión de conjunto es muy positiva, pues haber incrementado algo el nivel de ventas del año anterior puede considerarse un éxito, ya que el objetivo fundamental era y sigue siendo mejorar el posicionamiento en valor. El incremento de precios de la uva ha incido positivamente en este sentido de desplazar la demanda hacia productos con más valor añadido, como los crianzas.



# 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".

### 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 MAGRAMA y de las Administraciones autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra.

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

produzcan; y, por último, remitir a los organismos interesados los acuerdos que para el cumplimiento general acuerde el Consejo.

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

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



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

**GRUPO RIOJA - (79 votos y 11 vocales):**

D. Fernando Salamero Laorden  
D. Jose Luis Benítez Robredo  
D. Enrique Abiega Olabarrieta  
D. Víctor Pascual Zárate  
D. Jesús de Miguel Martínez  
D. Rafael Vivanco Sáenz  
Dña. Raquel Pérez Cuevas  
D. Julio Noaín Sáinz  
D. Rubén Baz Rodríguez.  
Dña. Pilar Martínez Zabala  
D. Borja Eguizábal Pérez

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

D. Iñigo Torres Andrés  
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 MAGRAMA:**

D. Faustino Manso Martínez

**Representantes de las Comunidades Autónomas:**

C.A. La Rioja: D. Igor Fonseca Santaolalla  
C.F. Navarra: D. Julián Suberviola Ripa  
C.A. País Vasco: D. 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 Ezquiero Cuevas  
D. José María Daroca Rubio  
D. Raúl Leza Leza

**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

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

D. Juan Carlos Berrio Fernández de Manzanos.

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

D. Eusebio Fernández García

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

D. Ramón Emilio Muro Aguirrebeña

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

D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

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

D. Luis Alberto Lecea Blanco  
D. Álex Las Heras Pérez  
D. Juan Luis Martínez Lacanal  
D. José Antonio Rubio Gutiérrez.

**EHNE (1 voto y 1 vocal)**

D. Alberto Sáenz Sáinz

REPRESENTACIÓN OSTENTADA POR LAS ASOCIACIONES (10 de abril de 2015)

## 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 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. Luis Alberto Lecea Blanco (ARAG-ASAJA)

#### GRUPO RIOJA

Dña. Raquel Pérez Cuevas, D. Víctor Pascual Zárate, D. José Luis Benítez Robredo, D. Fernando Salamero Laorden, Dña. Pilar Martínez Zabala y D. Borja Eguizábal Pérez

#### ABC

D. Iñigo Torres Andrés

#### ABRA

Dña. Inés Baigorri Uribe

#### BFR-PROVIR

D. Juan Carlos Sancha González

#### ARAEX

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. Pedro Luis Cadalso Ciordia

#### 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. Iñigo Torres Andrés

ABFR-PROVIR: D. Pedro Salguero Aznar

ABRA: Dña. Mª Jesús Amelibia Argote

ARAEX: D. Juan Luis Cañas Herrera

ARAG-ASAJA: D. José Mª Ruiz Ramírez

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

FECOAR: D. José Manuel Madorrán Calvo y D. Miguel Negueruela Ortega

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

D. José Luis Benítez Robredo, D. Iñaki Sesma Arnáiz

y D. Jesús De Miguel Martínez

UAGA: D. Eduardo Jalón Lacalle

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. Iñigo Torres Andrés

ABRA: Asunción Eguren Ugarte

ARAEX: D. Javier Ruiz De Galarreta San Vicente

ARAG-ASAJA: D. Alex Las Heras Pérez

ARAG-ASAJA: D. Amador Lezana Muñoz

BFR-PROVIR: D. Oscar Tobía

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

FECOAR: D. Raúl Leza Leza y D. Gonzalo Salazar De Gurendes

GRUPO RIOJA: Dña. Raquel Pérez Cuevas, Dña. Miriam Eceolaza Zabalza, D. Ricardo Arambarri Pérez y D. Rodolfo Bastida Caro

UAGA: Miren Itxaso Compañón Arrieta

UAGR: D. José Antonio Antón Benés

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

UPA: Antonio Mayoral Cerrolaza

## COMISIÓN TÉCNICA Y DE CONTROL

**Presidente:** D. Fernando Ezquerro Cuevas (FECOAR)

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ABRA: D. Angel Bello Berganzo

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 Saenz

GRUPO RIOJA: D. Fernando González Muñoz, D. Eduardo Romero

Alvarez, D. José Luis Benítez Robredo, D. Rafael Vivanco Sáenz y D. Víctor Pascual Zárate

UAGA: D. Eduardo Jalon Lacalle

UAGN: D. Alberto Lacalle Merino

UAGR: D. Roberto Ruiz-Clavijo Díez

UCAN: D. Juan Carlos Berrio Fernández De Manzanos

UPA: D. Tomás Latasa Asso

## COMISIÓN DE REGLAMENTO

**Presidente:** D. Fernando Salamero Laorden (GRUPO RIOJA)

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ABRA: Dña. Inés Baigorri Uribe

ARAEX: D. Javier Ruiz De Galarreta San Vicente

ARAG-ASAJA: D. José Antonio Rubio Gutiérrez y D. Damián Sáenz Angulo

BFR-PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

EHNE: D. Javier Sadaba Sainz

FECOAR: D. Víctor Sanjuán Moreno y D. José Mª Daroca Rubio

GRUPO RIOJA: D. José Luis Benítez Robredo, Dña. Ruth Chocarro Melgosa, D. Ruben Baz Rodríguez y D. Manuel Rivero Romanos

UAGA: D. Jesús Bauza Nuin

UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

UAGR: D. Ángel Palacios Muzquiz

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

UPA: D. Eusebio Fernández García

## COMISIÓN DE ANÁLISIS Y DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO

**Presidente:** D. Iñigo Torres Andrés (ABC)

ABRA: D. Saul Gil Berzal

ARAEX: D. Javier Ruiz De Galarreta San Vicente

ARAG-ASAJA: D. José Antonio Rubio Gutiérrez

y D. José Antonio Torrecilla Martín

BFR-PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

EHNE: D. Pablo Llorens García

FECOAR: D. Jesús Puras Aliende y D. Abel Torres Sáenz

GRUPO RIOJA: D. Jesús De Miguel Martínez, D. Víctor Pascual Zárate, D. Rodolfo Bastida Caro, D. José Luis Benítez Robredo y D. Alexander Tomé Santaolalla

UAGA: D. Jesús Bauza Nuin

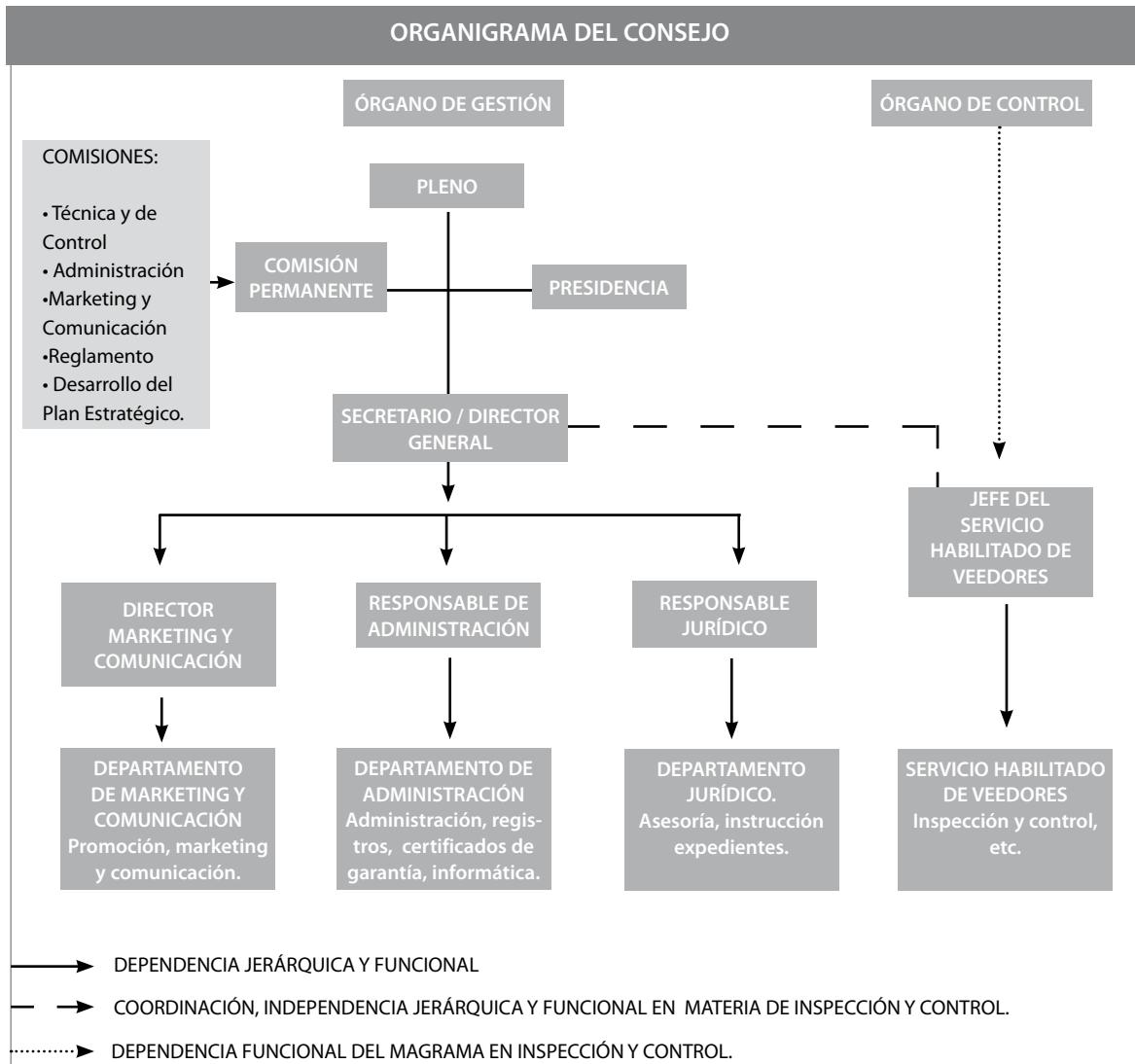
UAGR: D. Ángel Palacios Muzquiz

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 MAGRAMA. 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 MAGRAMA. 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 MAGRAMA 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 recogen 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 MAGRAMA.

## 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, donde dependerá funcionalmente del representante del MAGRAMA que éste designe. 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 45011, estarán habilitados por el MAGRAMA para la realización del control oficial, por lo que sus actuaciones y actas tendrán presunción de veracidad.

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 ajena a la inspección y el control.



# CONSEJO REGULADOR UNA ORGANIZACIÓN AL SERVICIO DE LA DENOMINACIÓN

## PERSONAL DEL CONSEJO REGULADOR (a 31/12/2014)

- LUIS ALBERTO LECEA  
Presidente
- JOSÉ LUIS LAPUENTE SÁNCHEZ  
Director General
- DOMINGO RODRIGO MARTÍNEZ  
Jefe del Servicio Habilitado de Veedores
- 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
- JAVIER PASCUAL CORRAL  
Asesor de Comunicación
- SONIA DOMÍNGUEZ LUMBRERAS  
Veedora
- BERNABÉ ARRIETA VILLAREAL  
Veedor
- JESÚS HERNÁEZ CONDE  
Veedor
- BALTASAR MARCHAN NAVARRO  
Veedor
- JAVIER MORAL ALONSO  
Veedor
- PEDRO SALGUERO RODRÍGUEZ  
Veedor
- JOSÉ ANTONIO BLANCO RUIZ  
Veedor
- JOSÉ LUIS MARTÍNEZ OLARTE  
Veedor
- GLORIA CUNCHILLOS ABAD  
Oficial Administrativa 1.<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
- AMAYA FERNÁNDEZ BENGOA  
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 2014 se contrató personal eventual para servicios puntuales con un total de 232 personas: 186 auxiliares de vendimia, 14 ayudantes técnicos, 11 para el Plan de Calidad, 15 técnicos de viñedo, 4 para aforos de bodegas y 1 auxiliar administrativo y un conserje eventual.



Maria Dolores Pascual, administrativa, y José Antonio Blanco, veedor, cumplieron el pasado año 25 años de servicio en el Consejo Regulador.



# ACUERDOS DEL PLENO

## PLENO 7-2-2014

**Cierre ejercicio 2013.**- Se acuerda unánimemente la habilitación a la Comisión de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior, para efectuar las transferencias de partidas presupuestarias del ejercicio 2013 necesarias, sin perjuicio de su ulterior aprobación plenaria, con motivo del cierre de dicho ejercicio.

**Fondos OCM para promoción.**- Se acuerda unánimemente la presentación de solicitud de cofinanciación para la promoción del vino de Rioja en 'países tercero' con fondos OCM para el periodo 15 de junio de 2014 a 14 de junio de 2015, respecto de una inversión de 2.550.000 euros en Estados Unidos, de 403.690 euros en México, de 300.000 euros en Suiza, de 718.000 euros en China, de 100.000 euros en Rusia y de 50.000 euros en Canadá, así como la habilitación al presidente para formalizar todos los trámites pertinentes para tal fin. Se trata del séptimo plan de promoción presentado por el Consejo Regulador en solicitud de los fondos destinados a este fin por la OCM del Vino.

**Dietas y remuneraciones.**- Se acuerda unánimemente fijar para 2014 las dietas a vocales en 90 euros por asistencia

a sesiones plenarias, en 55 euros por asistencia a comisiones de trabajo y en 75 euros para comisiones dobles, dietas que se actualizarán automáticamente para 2015 y años sucesivos con referencia al convenio colectivo del Consejo. Los presidentes de Comisión serán compensados con una doble dieta de Comisión y cuando los vocales ostenten la representación del Consejo Regulador percibirán una dieta equivalente a la asistencia a sesión plenaria. La compensación de la dedicación del presidente del Consejo durante el ejercicio 2014 será de 65.000 euros, aplicándose la pertinente retención fiscal, y a partir de 2015 se actualizará en base al convenio colectivo del Consejo.

**Incorporación al Patronato del Basque Culinary Center.**- El Pleno acuerda la incorporación de la Denominación de Origen Calificada Rioja (D.O.Ca. Rioja) al Patronato de la Fundación Basque Culinary Center. Este patrocinio supondrá para ambas entidades participar activamente en distintos proyectos de carácter formativo, como el desarrollo de módulos educativos exclusivos de Rioja, o la participación en el Master de Sumillería y Enomarketing impartido en el Instituto del Vino, así como en el ámbito de la investigación -proyecto I+D+i sobre tapas- y de la promoción internacional del vino. La incorporación de la D.O.Ca. Rioja tendrá inicialmente una vi-



El presidente del Consejo Regulador de la D.O.Calificada Rioja, Luis Alberto Lecea, entre el presidente de la Fundación Basque Culinary Center, Iosu Zabala, y el director general, José María Aizaga, en la firma del convenio entre las dos instituciones.



gencia de un año, con un presupuesto de 150.000 euros, con posibilidad de prórroga siempre que se cumplan los objetivos previstos. El Patronato está formado por los siete cocineros que apoyan este proyecto universitario único en España –Eneko Atxa, Pedro Subijana, Juan Mari Arzak, Martín Berasategui, Karlos Arguiñano, Andoni Luis Aduriz e Hilario Arbelaitz-, por el rector de la Universidad de Mondragón, Iosu Zabala, por el director de AZTI-Tecnalia, Rogelio Pozo, así como por representantes de instituciones públicas y empresas líderes del sector gastronómico. En 2014 la D.O.Ca. Rioja figurará como patrocinador de la reunión que celebrará en Brasil el Consejo Asesor Internacional de Basque Culinary Center, siendo los vinos de Rioja protagonistas exclusivos de los encuentros y cenas que se celebren. El Pleno acordó en sesión posterior designar a José Luis Lapuente Sánchez, director general del Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja, para que represente a la entidad en el ejercicio del cargo de Patrono de la Fundación.

#### PLENO 7-3-2014

**La aportación de viticultores y bodegas para la financiación del presupuesto.**- El Pleno acuerda de manera unánime, una vez aplicado el remanente de 817.170,66 euros generado del año anterior, un presupuesto de ingresos por importe de 6.017.641,67 euros para sufragar el de gastos ordinarios y adicionales del año 2014. De este presupuesto de ingresos, 4.540.829,64 euros se distribuyen entre el sector productor y comercializador a razón de un 25,5% y 74,5% respectivamente, mientras que los restantes 1.476.812,03 euros se distribuyen al 50% para cada sector. Con ello, la

contribución global al presupuesto de gastos ordinarios y adicionales equivale a un 31,51% para los productores y a un 68,49% para los comercializadores.

El porcentaje de recaudación aplicado sobre plantaciones es del 0,6468%, valorado el kilogramo de uva producido a 0,70 euros, mientras que el porcentaje de recaudación sobre los vinos amparados es del 0,2579%, valorados éstos en base a su comercialización y a razón de 2,79 euros el litro de vino sin crianza, 4,03 euros el litro de crianza, 5,64 euros el de Reserva y 9,83 euros el de Gran Reserva. Las referencias que se toman en consideración son los volúmenes de producción de uva amparada y comercialización de vinos embotellados del ejercicio 2013.

Respecto al presupuesto de gastos extraordinarios de promoción, cuyo importe asciende a 8.172.585,62 euros, se financian al 50% por cada sector. Tras la aplicación de los 405.731,82 euros de remanente generado en 2013, 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 las Comunidades Autónomas de la D.O. y los fondos OCM. En consecuencia, el porcentaje de recaudación aplicado sobre plantaciones es del 1,0040%, mientras que el porcentaje de recaudación sobre los vinos amparados es del 0,2383%.

En resumen, la aportación de los viticultores a la financiación del presupuesto global del Consejo Regulador para el año 2014 representa una cuantía de 11,56 euros por cada 1.000 kilos de uva, dato que aparece en el



## ACUERDOS DEL PLENO

correspondiente recibo de las cuotas de viñedos inscritos. Por lo que se refiere a las bodegas, haciendo la media entre las diferentes categorías de vinos, su aportación es de 18,57 euros por cada millar de botellas de 75 cl., cantidad en la que se incluye el valor facial del documento de garantía, es decir, el coste de la impresión de la contraetiqueta (de hecho, si éstas son en soporte autoadhesivo, el coste se incrementa en 5,75 euros el millar).

**Amparo de uva vendimia 2013.**- Se acuerda comunicar a los titulares de viñedo, a través de los Boletines Oficiales de las Comunidades por las que se extiende la Denominación, que a la fecha del anuncio han sido remitidos por el Consejo Regulador todos los informes de elaboración e informes de cosecha a sus titulares, quedando en la sede de este organismo una copia a disposición de quienes no los hubieran recibido y

habilitándose un plazo general de 10 días hábiles para la presentación de solicitudes que afecten directa o indirectamente al amparo de uvas por la Denominación de Origen Calificada Rioja, fijando en cualquier caso el 31 de marzo de 2014 como límite máximo para la presentación de dichas solicitudes.

**Pliego de condiciones.**- Se decide plantear al Ministerio una posible nueva redacción en el Pliego de Condiciones del punto b.9) DESIGNACION, ETIQUETADO, del siguiente tenor: "En el etiquetado de los vinos protegidos por la Denominación de Origen Calificada Rioja será obligatoria la indicación de la correspondiente marca comercial. Previa aprobación por la autoridad competente, el órgano de gestión podrá establecer en sus estatutos criterios para evitar la confusión en los consumidores".

**Rioja y Tapas.**- Se aprueba de manera unánime el proyecto de comunicación 'Gastronomía y Tapas' con una dotación económica de un millón de euros, encargándose a la Comisión de Promoción la concreción del plan de comunicación en televisión.



**PLENO 11-4-2014**

**Calificación 'Buena' de la cosecha 2013.**- El Pleno otorga la valoración oficial de 'BUENA' a la cosecha 2013, en la que las bodegas de la Denominación de Origen elaboraron un total de 263,70 millones de litros, de los que finalmente fueron calificados 251,44 millones litros (14,91 de blanco, 12,82 de rosado y 223,71 de tinto). Esta valoración es la media obtenida como resultado del riguroso proceso de calificación que debieron superar las 3.973 muestras tomadas directamente de los depósitos de elaboración por los técnicos del Consejo y sometidas a análisis químico y organoléptico. La añada estuvo condicionada por una climatología atípica, que la gran profesionalidad de los viticultores y enólogos riojanos permitió afrontar satisfactoriamente. Por ello, dentro de la heterogenei-



dad de vinos que ha ofrecido el conjunto de la cosecha, con un porcentaje suficiente para atender las necesidades de todas las categorías, la media responde al predominio de un mayor volumen de vinos de buena calidad.

**Nuevos vinos institucionales.-** El Consejo Regulador selecciona los vinos que utilizará en sus actos institucionales durante el periodo de un año y que se presentan vestidos con etiquetas del Consejo expresamente diseñadas para cada categoría. Los siete vinos seleccionados entre las 155 muestras presentadas por las bodegas corresponden a los diferentes tipos y categorías que actualmente conforman la gama de vinos de Rioja. El resultado es el siguiente:

- Blanco joven cosecha 2013. Bodegas Faustino S.L.
- Blanco fermentado en barrica cosecha 2012. Bodegas Tobía S.L.
- Rosado Joven cosecha 2013. Bodegas y Viñedos Ilurce S.A.T.
- Tinto joven cosecha 2013. Bodega San Miguel S. Coop.
- Tinto crianza cosecha 2011. Bodegas Palacio S.A.
- Tinto reserva cosecha 2010. Bodegas Bilbaínas, S.A.
- Tinto gran reserva cosecha 2005. Bodegas Rioja Vega S.A.

#### PLENO 9-5-2014

**Actividades promocionales.-** El Pleno acuerda la reserva de espacio y compromisos económicos anticipados de participación en la feria Prowein 2015 con un espacio Rioja de carácter complementario para las bodegas riojanas que

a través de Gobiernos autonómicos, asociaciones e ICEX se dan cita allí, en el ánimo de conseguir un agrupamiento y aún una identificación corporativa. En relación con el copatrocincio del evento 'Riojano, Joven y Fresco' se acuerda solicitar una serie de mejoras para valorar la participación. Por último, se acuerda un presupuesto para varias apariciones de marca en el programa Top Chef de Antena 3.

#### PLENO 6-6-2014

**Cambio reglamentario sobre la adopción de acuerdos por el Pleno del Consejo.-** El Pleno aprueba una modificación del artículo 41 del Reglamento de la Denominación que afecta a las normas de funcionamiento del propio Consejo y a la forma en que se adoptarán los acuerdos. Sobre esta cuestión, el cambio más importante radica en que a partir de ahora no se computarán los votos en blanco ni las abstenciones a la hora de calcular el porcentaje de votos necesarios para la adopción de un acuerdo. El requisito para tomar acuerdos sigue exigiendo un mínimo del 75% de los votos presentes o representados y, al menos, el 50% de los votos de cada sector profesional, pero al no incluirse en el total los votos en blanco y abstenciones, podrán alcanzarse acuerdos con un menor número de votos que los necesarios hasta la fecha para superar ese mínimo del 75%. Sobre los cambios en el funcionamiento del Consejo cabe destacar la reducción de 15 a 7 días naturales el plazo mínimo de convocatoria de las sesiones plenarias por parte del presidente, así como los requisitos para que sea válida la constitución de dicha sesión plenaria. El Reglamento



## ACUERDOS DEL PLENO

establece que el Consejo Regulador se reunirá como mínimo una vez cada dos meses y siempre que lo considere necesario el presidente o lo soliciten sus miembros con el respaldo de al menos el 15% de los votos.

**Mejoras en la calificación.**- El Pleno acuerda modificar un apartado de las Normas de Calificación, elevando de tres a cinco los miembros de los comités de calificación que llevan a cabo la evaluación sensorial de las muestras a fin de determinar si la partida de vino que representa cada muestra

tiene derecho o no al uso de la D.O. Calificada Rioja. Con este mayor número de catadores en cada comité se pretende garantizar una mejor valoración de los vinos, que permita alcanzar mayor objetividad en los resultados. El Consejo Regulador examina a lo largo del año unas 7.000 muestras, tanto para la calificación de los vinos de cada cosecha, como para la evaluación permanente que se realiza de los vinos comercializados a través de muestras recogidas en las bodegas y en el mercado. Con el objetivo de manejar y explotar más eficazmente toda la información generada, el Pleno acuerda

### Aplicación de nuevas tecnologías informáticas a la calificación

Con motivo del inicio del periodo oficial de sesiones de cata para la calificación de los vinos de la cosecha 2014, el Consejo Regulador presentó las importantes novedades introducidas este año en los procedimientos utilizados para la evaluación organoléptica de los vinos. Unas novedades que consisten fundamentalmente en la aplicación de las nuevas tecnologías informáticas y en los protocolos establecidos por el Consejo para la selección y formación

del Panel de catadores que realiza la calificación. Como señaló el presidente, Luis Alberto Lecea, cuando se cumplen treinta cosechas desde la puesta en marcha en Rioja de un plan de calificación de los vinos, el Consejo Regulador sigue teniendo como meta ofrecer a los consumidores las máximas garantías de rigor y eficacia en el proceso de certificación para que los vinos de Rioja sigan siendo el referente de calidad de los vinos españoles.



El Consejo cuenta en su panel de catadores con 140 profesionales del sector, número que aumentará la próxima campaña



también la informatización de todo el proceso de captación y tratamiento de los datos del proceso de cata en sus tres fases, encargando a tal fin un proyecto a JIG, incluida la programación e incorporación de equipos.

**Realización de estudios.**- En relación con las acciones promocionales desarrolladas en 2013, el Pleno acuerda el encargo a la empresa Wine Intelligence de un estudio de medición de la satisfacción de importadores, distribuidores, detallistas de alimentación y hostelería, periodistas y compradores,

En la calificación de la cosecha 2014 se ha introducido como novedad la aplicación de las nuevas tecnologías informáticas a las catas. Según informó José Luis Lapuente, director general del Consejo, se ha diseñado para ello un programa específico a partir de la ficha oficial de la OIV que los catadores utilizan mediante una tablet digital en cada sesión de cata. Con ello se da respuesta a uno de los objetivos estratégicos del Consejo, como es la obtención de información cualitativa, y no solo cuantitativa, de los mercados, ya que los controles analíticos y de cata se realizan tanto de los nuevos vinos elaborados cada cosecha (más de 4.000 muestras anuales), como de muestras tomadas en el almacén de producto terminado las bodegas (unas 1.400 muestras) y de muestras recogidas en los puntos de venta de los principales mercados (1.880 muestras en el último año), entre las que también se incluyen vinos de otras regiones. Por último, tal como destacó el director del Órgano de Control del Consejo, Domingo Rodrigo, los procedimientos de cata utilizados están normalizados y el panel de catadores, al que pertenecen actualmente 140 profesionales del sector con un reconocido prestigio, actúa siguiendo criterios homogéneos.

así como de las propias bodegas de Rioja participantes en las acciones en EE.UU., Reino Unido, Alemania, Suiza, Méjico, China y España. Igualmente se acuerda encargar a esta empresa un estudio de medición de la notoriedad, compra y fidelidad en 2007, 2009, 2011 y 2013 de Rioja y su competencia en EE.UU., Reino Unido, Alemania, Suiza, Canadá, Suecia, China, Holanda, Bélgica, España y Rusia.

#### PLENO 11-07-2014

**Normas de Campaña 2014.**- El Pleno aprueba las 'Normas de Campaña' para la vendimia 2014, cuyo objetivo fundamental es establecer un riguroso y eficaz sistema de control para garantizar la calidad y autenticidad de las uvas y vinos de la Denominación. Entre otras medidas, se fijan rendimientos máximos de producción, se controla mediante tarjetas magnéticas el pesaje obligatorio de todas las uvas a su entrada en bodega y se plantean exigencias de calidad, como la graduación alcohólica mínima, destinando el Consejo importantes recursos humanos y económicos a estas actuaciones de control. La fijación de los rendimientos máximos de producción de uva por hectárea es una de las medidas más relevantes, que se toma de acuerdo con las circunstancias de cada campaña. Para la vendimia 2014 se establece un rendimiento máximo amparable de 6.825 Kg. por hectárea para variedades tintas y de 9.900 Kg. por hectárea para variedades blancas. El Pleno del Consejo toma esta decisión por amplia mayoría teniendo en cuenta que el viñedo riojano presenta una excelente situación productiva gracias al buen desarrollo experimentado a lo largo del ciclo vegetativo. En lo que se refiere al rendimiento de transformación uva-vino en las elaboraciones, para esta campaña 2014 se autoriza un máximo del 70% (70 litros de vino por cada 100 Kg. de uva), manteniéndose en este caso el mismo criterio de años anteriores. Por otra parte, en el caso de las variedades tintas, el límite máximo de uva que se podrá entregar en bodega esta campaña en función de la evolución de las condiciones climatológicas se fija en un 5% adicional (325 Kg. hectárea) sobre los rendimientos máximos



# ACUERDOS DEL PLENO

amarables, 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.

**Incorporación al patronato del OEMV.-** El Pleno acepta la incorporación del Consejo Regulador al Patronato del Observatorio Español del Mercado del Vino por un importe de 30.000 euros anuales, designando a José Luis Lapuente, director general, para que le represente. Mediante este acuerdo de colaboración por el que Rioja se incorpora al máximo órgano de gobierno del OEMV se intensifican las relaciones que ambas organizaciones vienen teniendo desde hace años, lo que permitirá aprovechar un mejor conocimiento de los mercados y sus tendencias para apoyar las ventas y la generación de valor de los vinos de Rioja y del conjunto de España. En su labor de conocimiento de la realidad económica del sector vitivinícola y de los mercados y consumidores de vino, el OEMV se ha convertido en una referencia sobre la materia no solo a nivel nacional, sino también internacional. La incorporación de Rioja al Patronato cristaliza una alianza lógica para orientar la estrategia y esfuerzos de los vinos de calidad españoles en el ámbito del Observatorio e interpretar con la debida perspectiva la interesante y gran cantidad de información que éste maneja y la propia evolución del mercado. Además el OEMV realizará un estudio cuantitativo de los 12 principales destinos exteriores para Rioja, ofrecido en términos trimestrales y comprensivo de su competencia, información que presentará junto a otras de interés en un seminario anual organizado por cuenta de OEMV.

## PLENO 5-9-2014

**Auditoría.-** El Pleno acuerda el encargo a EUDITA AUDITORES S.A. de la auditoría completa de las cuentas anuales del

ejercicio 2014, así como delegar en la Comisión Permanente la decisión sobre la eventual colaboración con la organización del Concurso Mundial de Bruselas para que el mismo tenga lugar en Rioja.

## PLENO 14-11-2014

**Convenio colectivo.-** Se acuerda mayoritariamente la suscripción de un convenio colectivo que rija las relaciones laborales en el seno del Consejo Regulador durante los años 2014 y 2015, que supondrá un mantenimiento durante 2014 de las condiciones salariales a 31 de diciembre de 2013 y una actualización de dichos conceptos, consistente en un 2,01%, con efectos desde el 1 de enero de 2015, así como la suscripción de un pacto con los trabajadores fijos de plantilla.

**Salida vinos no amparados.-** Siendo obligación del Consejo Regulador determinar la forma en que se autoriza la salida de bodega de los vinos y subproductos, el Pleno acuerda actualizar el Oficio Circular nº 5/2002 sobre el control de salida de los vinos no amparados y subproductos, para adaptarlo a la normativa vigente.

## PLENO 19-12-2014

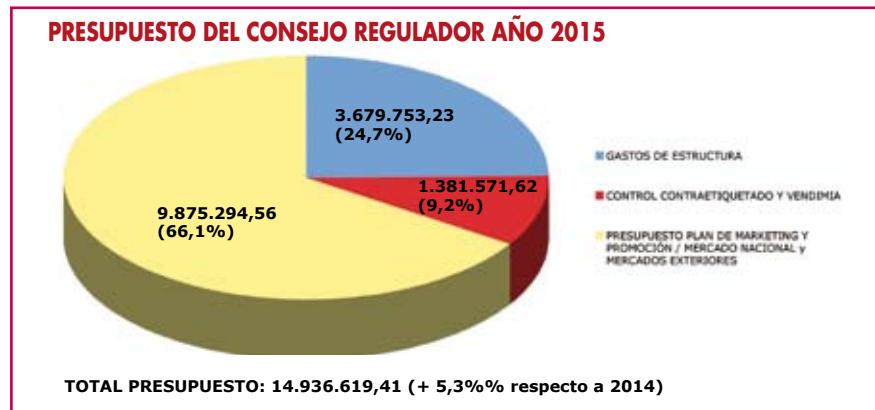
**Presupuestos 2015.-** El Pleno aprueba un presupuesto de gastos de 14,9 millones de euros para el año 2015, lo que representa un incremento del 5,3% respecto al de 2014. Como aspectos más significativos cabe destacar la contención en los gastos de estructura y el nuevo incremento de las inversiones en promoción, que se aproximarán a los 10 millones de euros, superando así las dos terceras partes del presupuesto total del Consejo. Con esta decisión del Pleno del organismo se consolida la estrategia seguida estos últimos años para mejorar el posicionamiento de los vinos de Rioja en los principales

| CRITERIO DE DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO |           |       |
|--|-----------|-------|
| SECTOR COMERCIALIZADOR                   | 8.511.333 | 57,3% |
| SECTOR PRODUCTOR                         | 6.371.455 | 42,7% |



mercados potenciando las inversiones en la promoción de la marca colectiva Rioja. Estas inversiones están financiadas conjuntamente por el sector productor y el comercializador, aportaciones a las que se ha venido sumando desde 2009 una aportación de fondos europeos (OCM) para promoción en terceros países equivalente a unos 2,2 millones de euros anuales. La distribución del presupuesto del Consejo para 2015 entre los dos sectores, cuyas aportaciones por kg de uva y por botella de vino se han mantenido prácticamente estables estos años, se realizará siguiendo los criterios tradicionales.

En lo que se refiere al presupuesto ordinario de 5,9 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 (9 millones de euros) se distribuirá al 50% entre ambos sectores.



El Consejo Regulador destinará a promoción dos tercios del presupuesto de 14,9 millones de euros aprobado para 2015.





Premio 'Marca España'



Vinomarket Borgoña



'Challenge International du Vin 2014'

## RELACIONES INSTITUCIONALES

**La D.O. Ca. Rioja recibe el premio 'Marca España'.**- El jurado de los Premios Ecofin 2014 otorgó a la D.O. Ca. Rioja el galardón en la categoría 'Líder Marca España' "por ser una de las marcas más universales de un producto nacional". Estos premios, que celebraban su segunda edición, reconocen a marcas insignia fuera de nuestras fronteras. Reunido en el Congreso de los Diputados bajo la presidencia de Francisco Fonseca, jefe de la representación de la Comisión Europea en España, el jurado de los premios estuvo integrado por César Vacchiano, asesor del ministro de Asuntos Exteriores, la diputada nacional por La Rioja Concepción Bravo y Salvador Molina, presidente del Foro ECOFIN, quienes defendieron la candidatura de la D.O. Ca. Rioja como marca internacional de excelencia de España.

**La D.O.Ca. Rioja participa en Vinomarket Borgoña 2014 como invitada de honor.**- El presidente de la D.O.Ca. Rioja, Luis Alberto Lecea, pronunció la conferencia de clausura de la jornada Vinomarket 2014 celebrada en Beaune, capital de Borgoña, una de las más prestigiosas regiones vinícolas de Francia. La D.O.Ca. Rioja participó como invitada de honor en esta jornada dedicada a analizar la evolución de los mercados, lo que representa un reconocimiento del peso específico que esta Denominación

está alcanzando en la vitivinicultura internacional. La Organización Interprofesional de los Vinos de Borgoña invitó al presidente del Consejo Regulador y de la Interprofesional de Rioja a exponer el modelo organizativo y las estrategias que han llevado a esta Denominación a conseguir su actual posicionamiento en los mercados. Bajo el título 'La montée en gamme et vous', el programa de 'Vinomarket Borgoña 2014' puso de manifiesto la preocupación existente por la evolución de los mercados en el actual contexto de crisis, con una degradación del valor en la gama más baja y una intensa competencia en el segmento intermedio.

**Rioja, protagonista del 'Challenge International du Vin 2014'.**- La D.O. Ca. Rioja fue la región invitada de honor en la 38 edición del prestigioso concurso de vinos 'Challenge International du Vin', celebrado en Blaye-Bourg (Burdeos) el 4 y 5 de abril de 2014. Con tal motivo, el concurso creó un 'Premio Especial Rioja' otorgado por un jurado de periodistas especializados y técnicos al mejor vino de Rioja entre los ganadores de medalla de oro. El presidente del Challenge International du Vin, Hervé Romat, afirmó que "Rioja es una de las denominaciones de origen más importantes del mundo y una de las que ha acompañado más fielmente a este prestigioso certamen en toda su trayectoria", motivo por el que se había decidido que en esta edición fuera la región invitada de honor. Luis Alberto Lecea, presidente del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja, agradeció la



Convenio con Deusto Business School,

iniciativa diciendo que "tal reconocimiento constituye un motivo de satisfacción para nuestra Denominación y una muestra más del prestigio y liderazgo que estamos alcanzando en el ámbito internacional".

## FORMACIÓN

**Convenios con Deusto Business School, Universidad de La Rioja y Club de Marketing.**- El presidente del Consejo Regulador, Luis Alberto Lecea, el decano de Deusto Business School, Guillermo Dorronsoro y el director general de Deusto Business Alumni, José San Blas Contreras, firmaron un acuerdo de colaboración en el que se establecen, entre otras iniciativas, condiciones preferentes para el acceso a los programas de formación directiva de la escuela de negocios de la Universidad de Deusto para todas las empresas bodegueras y organizaciones del sector que forman parte del Consejo Regulador. El convenio de colaboración firmado entre ambas entidades se enmarca dentro de la trayectoria llevada a cabo por Deusto Business School en cuanto a su política de relación Universidad-Empresa. Por su parte, el Consejo Regulador de Rioja considera la formación directiva como un aspecto fundamental para la mejora de la competitividad empresarial del sector vitivinícola.

La Universidad de La Rioja y el Consejo Regulador han renovado el convenio marco de colaboración entre ambas instituciones, que parte de la voluntad de establecer relaciones

institucionales para llevar a cabo, mediante la colaboración mutua, diversas actividades culturales, científicas y académicas y, en concreto, promover conjuntamente actividades tales como cursos, jornadas, seminarios o conferencias que, por su temática, respondan a los objetivos señalados y que interesen a ambas entidades. En 2014 el Consejo ha patrocinado el 'Premio al mejor Trabajo de Fin de Grado de Enología', que fue otorgado por la Comisión Evaluadora a Neyba Quintana Díez.

El Consejo mantiene igualmente un acuerdo de colaboración con el Club de Marketing de La Riba para el patrocinio de diferentes actividades de formación dirigidas al sector vitivinícola que organiza a lo largo del año, como el Foro de Marketing del Vino.



Convenio con La Universidad de La Rioja



# RECURSOS ECONÓMICOS DEL CONSEJO

RIOJA  
Denominación de Origen Calificada

## 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 0,70 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: 2,79 euros/l. el vino Genérico, 4,03 euros/l. el Crianza, 5,64 euros/l. el Reserva y 9,83 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.



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



| PRESUPUESTO DE GASTOS AÑO 2014   |                      |
|--|----------------------|
| <b>GASTOS DE PERSONAL</b>  |                      |
| Retribuciones personal fijo  | 1.415.544,92         |
| Retribuciones personal eventual  | 528.953,80           |
| Cuotas Seguridad Social  | 506.887,91           |
| Gastos sociales  | 28.542,85            |
| <b>TOTAL CAPITULO I</b>  | <b>2.479.929,48</b>  |
| <b>GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS</b>   |                      |
| Reparaciones y conservación<br>(Edificios, maquinaria y utilaje, material de transporte, mobiliario equipos informática, jardinería, limpieza e inmovilizado material)     | 104.073,18           |
| Material de oficina, suministros y varios.....<br>(Materiales, combustibles, comunicaciones, transportes, seguros de locales y de vehículos, tributos, etc.)               | 298.385,52           |
| Gastos diversos<br>(RR.PP., material promocional, defensa de marca y de la Denominación y gastos imprevistos.)   | 370.146,05           |
| Trabajos realizados por otras empresas<br>(Informe Nielsen, programación de ordenadores, Gabinete de Prensa, Plan de Calidad, análisis, muestras y mantenimientos.)        | 171.460,60           |
| Indemnizaciones por servicios<br>(Viajes, manutención, alojamiento, asistencias, etc.)   | 318.719,79           |
| <b>TOTAL CAPITULO II</b>   | <b>1.262.785,14</b>  |
| <b>INVERSIONES REALES</b>  |                      |
| Equipos para procesos de informática, mobiliario, enseres y otros  | 67.140,02            |
| Medidas de control en contraetiquetado y vendimia  | 1.413.781,53         |
| Control en puntos de venta   | 63.030,50            |
| Comunicación y Promoción<br>(Ferias, exposiciones, actos, promoción y publicidad en medios, comunicación, concursos, colaboraciones, objetos de promoción)                 | 730.975,00           |
| <b>TOTAL CAPITULO III</b>  | <b>2.274.927,05</b>  |
| <b>RESUMEN PRESUPUESTO ORDINARIO</b>   |                      |
| <b>GASTOS DE PERSONAL</b>  | <b>2.479.929,48</b>  |
| <b>GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS</b>   | <b>1.262.785,14</b>  |
| <b>INVERSIONES</b>   | <b>2.274.927,05</b>  |
| <b>TOTAL PRESUPUESTO ORDINARIO 2014</b>  | <b>6.017.641,67</b>  |
| <b>PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO</b>  |                      |
| PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN<br>(Mercado nacional y mercados exteriores: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Suecia, Irlanda, China, México, Suiza, Rusia y Canadá) | 8.172.585,62         |
| <b>TOTAL PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO</b>  | <b>8.172.585,62</b>  |
| <b>TOTAL PRESUPUESTO GLOBAL 2014</b>   | <b>14.190.227,29</b> |



# RECURSOS ECONÓMICOS DEL CONSEJO

La cuota obligatoria sobre los distintivos de garantía es un montante relacionado con el número de documentos que cada bodega recibió en el año anterior y se derrama en recibos mensuales por doceavas partes.

Se recibieron subvenciones correspondientes a las campañas promocionales cofinanciadas con fondos OCM por importe total de 2.079.168,15 euros, de los cuales 1.435.095,65 euros correspondían al sexto año OCM que finalizó el 30 de junio de 2014 y ya fue cobrado, y el resto, 644.072,50 euros, corresponde al siguiente año OCM que concluirá el 14 de junio de 2015 y que se encuentra pendiente de cobro. Adicionalmente, se recibieron aportaciones del Gobierno de La Rioja por importe de 210.000,00 euros, del Gobierno Vasco por importe de 60.000,00 euros y de la Comunidad Foral de Navarra por importe de 26.455,84 euros para sufragar en parte el mismo tipo de gastos.

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

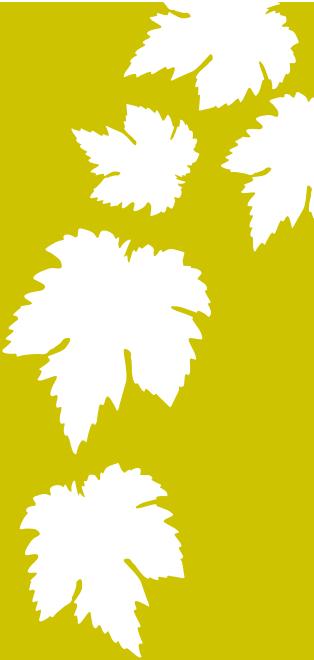
**Presupuesto extraordinario.**- El Pleno del Consejo Regulador aprobó un Presupuesto Extraordinario para el Plan de Marketing y Promoción de 8.172.585,62 euros. Este Presupuesto extraordinario, unido a la cantidad aprobada del Presupuesto ordinario para comunicación, constituye un montante relevante 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, México, Suiza, Rusia, Irlanda y Canadá dedicando así mismo parte para publicidad y promoción en mercado nacional, con la campaña de Rioja&Tapas en cinco ciudades.

**Presupuesto de gastos.**- El Presupuesto básico de gastos e inversiones se estableció considerando los objetivos, actuaciones y servicios que el Consejo presta a sus inscritos. En el Presupuesto se considera el gasto de personal de acuerdo al Convenio Colectivo manteniéndose las actividades de control. En gastos de funcionamiento corrientes se mantiene un montante similar, adecuando partidas al I.P.C. y a los requerimientos de actividades. En el capítulo de Comunicación y Promoción se continúa con las acciones del Salón de Novedades del Vino de Rioja, la campaña dirigida al canal de alimentación, asistencia a ferias, cursos de cata y divulgación en restauración e Internet.

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

| CRITERIO DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTO 2014 |               |                  |        |                        |        |
|--|---------------|------------------|--------|------------------------|--------|
| PORCENTAJES DE DISTRIBUCIÓN            | PRESUPUESTO   | SECTOR PRODUCTOR | %      | SECTOR COMERCIALIZADOR | %      |
| PRESUPUESTO ORDINARIO                  | 4.540.829,64  | 1.157.911,56     | 25,50% | 3.382.918,08           | 74,50% |
| PRESUPUESTO ADICIONAL                  | 1.476.812,03  | 738.406,01       | 50,00% | 738.406,02             | 50,00% |
| PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO             | 8.172.585,62  | 4.086.292,81     | 50,00% | 4.086.292,81           | 50,00% |
| TOTALES PRESUPUESTOS                   | 14.190.227,29 | 5.982.610,38     | 42,16% | 8.207.616,91           | 57,84% |



## Actividades por departamentos

SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

ASESORÍA JURÍDICA

SERVICIOS TÉCNICOS

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



# SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

## Actividades por departamentos



El estricto cumplimiento del Reglamento de la Denominación de Origen Calificada Rioja exige el control y expedición de un importante volumen anual de documentos, misión que corresponde desempeñar a los Servicios Administrativos del Consejo. Entre los más significativos se encuentran los documentos para exportación, la autorización de traslados de vinos entre bodegas inscritas, 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 2014 se expedieron 610 certificados de origen para exportación con destino a terceros países. La autenticación del origen en los documentos de acompañamiento no es exigible para el vino embotellado toda vez que cada botella porta certificación individual

**Autorización de traslados y sus documentos de acompañamiento.-** La cantidad total de litros trasladados

entre bodegas inscritas durante el 2014 ha ascendido a 212 millones. Para estos traslados se han concedido 3.847 autorizaciones para vinos protegidos.

**Fichas de control de añadas.-** Los Servicios Administrativos del Consejo expedieron durante el año 2014 un total de 1.034 fichas de control de añadas para los distintos tipos y categorías de vinos.

**Contraetiquetas y Precintas.-** Un total de 14.579 "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 2014.

Por otro lado, las 6.790 entregas de contraetiquetas y precintas efectuadas a los embotelladores de vino de Rioja inscritos en los registros del Consejo Regulador han sumado 383.338.622 documentos de garantía. De ellos 2.930.509 han sido contraetiquetas en papel normal y 6.578.694 en papel autoadhesivo y 172.887.543 precintas en papel normal y 200.941.876 precintas en papel autoadhesivo. Además de dichas entregas, se han confeccionado y registrado los correspondientes albaranes de entrada de imprentas, en total 2.900 impresos, además de 721 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 97% en el 2014, 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 54% en el 2014 en detrimento del soporte en papel normal



# ASESORÍA JURÍDICA

## Actividades por departamentos

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

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

En la tramitación de los expedientes sancionadores iniciados por acuerdo del Presidente del Consejo Regulador, bien a consecuencia de las inspecciones de sus Veedores, bien por orden superior o petición razonada de otros órganos de la Administración, bien a raíz de denuncias, asiste en las distintas fases del procedimiento: preparación, redacción y tramitación de los actos del Instructor, redacción de informes sobre las alegaciones y recursos que se planteen para el Instructor, para el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y, en su caso, para los Tribunales de Justicia.

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 2014 se han tramitado 1.286 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, en materia de Tarjeta de Viticultor, omisiones y errores en las declaraciones de documentos de garantía, por diferencias de aforo, por la permanencia de vino no amparado sobre pasando la fecha límite para su estancia en bodega, salidas de vino sin autorización, infracción a las normas de elaboración y por riego. 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 2014, se han recaudado para el Tesoro Público a lo largo de 2014 un total de 281.780,36 euros.

Por su parte, los expedientes de carácter no sancionador traen causa de solicitudes de autorización de diseños de etiquetado, inscripción de superficie de viñedo productivo una vez autorizados por los Departamentos o Consejerías de Agricultura de cada una de las tres Comunidades que integran el territorio de la Denominación, incidencias observadas en campo por el Servicio Habilitado de Veedores respecto a los viñedos en su segundo año de plantación (discrepancias de cabida, variedades cultivadas, densidad de plantación, localización, etc.), alegaciones en torno al proceso de calificación de los vinos, reclamaciones sobre la cantidad de uva amparada, etc.

### Relaciones con otros órganos judiciales

Se mantiene la tendencia observada en años anteriores



# ASESORÍA JURÍDICA



## Etiquetado

Tramitadas un total de 858 solicitudes de autorización de etiquetados, de los cuales 370 corresponden a nuevas marcas y 391 a revisiones de diseño de etiquetados ya autorizados.

No reunieron las condiciones exigidas para su autorización o desistieron de la misma hasta 97 etiquetados.

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. Durante el año 2014 no se han interpuesto Recursos Contencioso-Administrativos contra resoluciones recaídas en expedientes sancionadores iniciados por este Consejo Regulador.

**Comisión de Reglamento.-** El Consejo Regulador en su actual mandato mantiene una Comisión de Reglamento, con representación paritaria de cada sector, de la que es Secretaría la Letrada de la Asesoría Jurídica. La principal misión que ha tenido encomendada durante el año 2014, es el estudio y discusión del Anteproyecto y posterior Proyecto de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito supra autonómico; así como los Criterios en la delimita-

ción del perjuicio a los vinos amparados y la confusión en los consumidores en materia de designación.

## 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 2014.

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

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

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

- Ponencia en la Universidad de La Rioja sobre la D.O.Ca. Rioja a alumnos del Máster de la OIV con fecha 4 de febrero de 2014.

- Reuniones con el Ministerio de Agricultura y con la Dirección General de Agricultura de la Unión Europea (11 de febrero) para la consolidación del Pliego de Condiciones de la D.O.Ca. Rioja.

- Integración en el Comité Asesor del proyecto Wine Tech.

- Representación de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas en el Consejo Rector de la Plataforma Tecnológica del Vino.

- Colaboración, coordinación de actividades y representación de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas en EFW (European Federation of Origin Wines).

- Elaboración de informes y desarrollos articulados en materia de etiquetado y ejercicio de control oficial.

- Elaboración de distintos informes y borradores relativos al borrador de Anteproyecto 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.

- Impartición de seminarios sobre la D.O.Ca. Rioja en China, en el foro DIAM (9 de abril) y en el mercado ruso, en el Instituto Cervantes de Moscú (11 de septiembre)

- Miembro del grupo de trabajo estable de la Plataforma Tecnológica del Vino (Sección Economía Vitivinícola).

- Participación en la Secretaría General de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas ( CECRV)

- Asistencia a la Organización Interprofesional del Vino de Rioja en actuaciones judiciales y en el desarrollo del proceso de acreditación de la representatividad.

- Reunión con la Agencia de Información y Control Alimentarios para el estudio de la aplicación de la Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria (18 de diciembre)

- Participación en la Comisión de Evaluación del Grado de Enología de la Universidad de La Rioja.

- Estudio y valoración de borradores de reglamentos comunitarios y Proyectos de Reales Decretos nacionales en materia de conversión de derechos de plantación y nuevo sistema de autorizaciones.



# SERVICIOS TÉCNICOS

## Actividades por departamentos

**El Servicio Habilitado de Veedores 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 Reglamento de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

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

adecuadas, para optimizar la calidad.

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

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

**Inspección de bodega:** el Servicio Habilitado de Veedores del Consejo Regulador, lleva acabo sistemáticamente inspecciones en las bodegas, consistentes en el aforo de las existencias de vino en cada tipo de envases y de la documentación que las sustenta, revisión de los documentos de garantía de origen y revisión del almacén de productos terminados. También se realiza un control y vigilancia de la circulación de los vinos entre bodegas inscritas y la salida de bodega de los vinos no amparados, con actuaciones puntuales fuera de la Denominación. Se comprueban las denuncias relacionadas con el uso indebido de la Denominación de Origen Calificada "Rioja" dentro y fuera del ámbito de su territorio. El Consejo Regula-



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

dor, a través de la empresa AC Nielsen, hace un muestreo de mercado de los vinos de Rioja, que abarca al territorio nacional y países, fundamentalmente europeos, con más presencia de comercialización. Mensualmente se reportan las muestras desde los puntos de venta al Consejo Regulador, las cuales son examinadas por el Servicio de Veedores del Consejo y del Comité de Cata, tanto desde el punto de vista de las características del producto, como del etiquetado y de la autenticidad de los documentos de garantía que ostenten.

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

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

## B. SECCIÓN INFORMÁTICA

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

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

En esta campaña se ha seguido mejorando el programa informático para la gestión del proceso de entrega de uva con la Tarjeta de Viticultor, la transmisión telemática de los datos al Servidor del Consejo Regulador y procesamiento de los



## SERVICIOS TÉCNICOS

mismos, que permite una información continuada e inmediata de la producción y los rendimientos de cada viticultor y de la elaboración de cada bodega. Se ha incorporado una página Web que permite a cada inscrito acceder a sus datos de entrega de uva en la vendimia y a cada bodega de los datos de la uva recibida, siendo a su vez una herramienta importante para la confección de la declaración de cosecha.

Se desplegaron hasta 200 terminales en otros tantos centros de pesaje y recepción, para procesar las entregas de uva en bodega con las 16.332 Tarjetas de Viticultor y el control de las reexpediciones entre bodegas. La experiencia adquirida y las mejoras incorporadas en estos nueve años desde la implantación de la Tarjeta de Viticultor, hacen que la valoración del proyecto sea muy positiva y satisfactoria para los inscritos y con la determinación de optimizar cada vez más el proceso de vendimia. Durante la misma los Servicios Técnicos dan respuesta inmediata a todos los problemas que surgen en el uso 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 21,86% 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 2014 se han levantado un total de 609 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 78,14% restante del tiempo, totalizando 1.384 salidas distribuidas de la siguiente forma:

- Inspección sobre viñedos: 21,98 %



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.

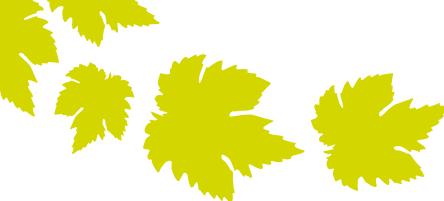
- Inspección sobre bodegas: 42,47 %
- Calificación de cosecha: 17,05 %
- Control de vendimia: 12,07 %
- Otras actividades: 6,43 %

**Inspección sobre viñedos.**- El Servicio Habitado de Veedores del Consejo comprueba sobre el terreno el cumplimiento por parte del titular del viñedo de la normativa de la Denominación en cuanto a las prácticas de cultivo, como conducción del viñedo y poda, la densidad de plantación, la correspondencia de variedades autorizadas con las plantadas. Desde el año 1994 se comprueban sistemáticamente todos los viñedos, antes de su entrada en producción y, por lo tanto, antes de su inclusión en la Tarjeta de Viticultor. Esta inspección de los viñedos, que han sido autorizados previamente por la administración correspondiente, tiene por objeto comprobar que los datos de la inscripción se correspondan con la realidad del viñedo plantado. Concretamente en el año 2014 se ha realizado este tipo de control específico sobre los viñedos plantados en el año 2012, que entrarán en producción amparada a partir de la próxima cosecha. Para este trabajo el Consejo Regulador contrató 13 técnicos que, coordinados por el Servicio Habitado de Veedores, durante los meses de agosto y septiembre, comprobaron "in situ" 1.273 viñedos, distribuidos en 105 localidades y pertenecientes a 996 titulares. Las incidencias encontradas son valoradas por el Servicio Habitado de Veedores y remitidas a los Servicios Jurídicos del Consejo Regulador y se abre un expediente para estudiar la situación y se suspende de forma cautelar la inscripción. De los 1.273 viñedos visitados, un total de 123 viñedos presentaban algún tipo de incidencia en su mayoría de tipo administrativo de

fácil resolución y, teniendo en cuenta que algunos viñedos presentaron varias incidencias, la distribución de las mismas sería la siguiente: por cambios en las variedades hincadas, generalmente entre tintas autorizadas (27,34%), por superficies diferentes a las autorizadas (38,13%), por errores en la identificación de las parcelas (21,58%), por estar plantadas o injertadas en años diferentes (6,48%), por estar sin plantar o por tener un porcentaje alto de faltas (2,88%), , por ser inferior la densidad de plantación (0,72%) y, por último, por estar los viñedos sin plantar (2,88%).

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

**Control de producción de viñedos.**- En esta campaña se ha realizado un seguimiento para la detección de viñedos con alta producción, con el fin de comunicar a sus titulares la incidencia e instarles a la corrección productiva. Para ello, el Servicio Habitado de Veedores ha contado con el apoyo de 13 técnicos contratados. Previamente se hizo un muestreo en todos los términos municipales y la valoración de aproximada-



## SERVICIOS TÉCNICOS

mente 10.000 viñedos repartidos a lo largo de la Denominación. Una vez que la producción se consideraba consolidada, se le comunica la irregularidad a cada uno de los viticultores 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. En todos los viñedos aforados se procedió al ajuste de la producción eliminando racimos.

**Seguimiento del viñedo y de la maduración de la uva.-** El Servicio Habilitado de Veedores desempeña una importante misión de seguimiento del estado fenológico de las vides, accidentes meteorológicos, plagas y enfermedades que puedan afectar al desarrollo vegetativo y al rendimiento de la cosecha. En la fase final del ciclo, se efectúa el seguimiento de la maduración de la uva y el día 25 de agosto de 2014 se comenzó la recogida de muestras que, desde 1993, se lleva a cabo por el propio Servicio Habilitado de Veedores y que tiene como finalidad determinar las fechas de vendimia más adecuadas para cada localidad. Una vez analizadas las muestras por los laboratorios acreditados de las tres Comunidades Autónomas, el Consejo editó semanalmente un "boletín de resultados" ampliamente difundido entre viticultores y elaboradores. En total se editaron 7 boletines en la pasada vendimia, desde el 25 de agosto hasta el 6 de octubre de 2014, en los que se facilitaron datos sobre la variedad, año de plantación, cota de altitud, peso de la uva, grado alcohólico probable, acidez total tártrica, pH, ácido málico, potasio, IPT, antonianos e intensidad colorante.

**Control de vendimia.-** El Servicio Habilitado de Veedores es el responsable durante el transcurso de la vendimia de controlar los traslados de uvas y la entrada en bodega, vigilar las zonas limítrofes de la Denominación, verificar la calidad de las uvas y coordinar a los "Auxiliares de Vendimia" que el Consejo contrata expresamente para controlar la entrega y el pesaje de las uvas en cada una de las básculas ubicadas en los centros de elaboración, donde cada Auxiliar dispone de un

Terminal de Vendimia con el que se procesan los datos en cada Tarjeta de Viticultor. En la vendimia 2014 el Consejo contrató un total de 183 "Auxiliares de Vendimia", además de 15 Técnicos de Apoyo, que colaboran en las labores inspectoras con el Servicio Habilitado de Veedores, dedicados especialmente a la vigilancia de zonas limítrofes, comprobación aleatoria de vendimia de viñedos y de la carga de las uvas, de supervisión de vigilantes de pesaje.

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

Por otra parte el Servicio de Veedores realizó, durante el 2014, un total de 531 aforos de bodegas, que se llevan a cabo de forma sistemática para comprobar las existencias y envejecimiento de los vinos en los distintos envases, por tipos de vino y añadas, así como el aforo y control de gasto de los documentos de garantía por parte de las bodegas embotelladoras. Igualmente de manera sistemática, se hacen inspecciones en el almacén de productos terminados para la toma de muestras y control de los vinos etiquetados. Por último, durante todo el año se realiza un control y vigilancia de la circulación de los vinos entre bodegas inscritas y las salidas de bodega, fuera de la denominación, de los vinos no amparados y descalificados. De los vinos trasladados se hace un amplio muestreo para su control analítico y sensorial. Cabe también dejar constancia de las actuaciones llevadas a cabo por el Servicio Habilitado de Veedores, para la comprobación de denuncias relacionadas con el uso indebido de la Denominación de Origen Calificada "Rioja" fuera del ámbito de su territorio, así como de la colaboración que el personal de estos Servicios Técnicos presta en las actividades de divulgación (catas comentadas, conferencias, etc.) desarrolladas por el Consejo Regulador.



**Calificación de los vinos de la cosecha 2013.-** Desde 1980 el Consejo Regulador viene realizando la calificación de todos los vinos producidos en cada cosecha, así como el seguimiento de los mismos a lo largo de las diferentes fases de su crianza. La ejecución y coordinación de este proceso de calificación de los vinos de la nueva cosecha corresponde al Servicio Habilitado de Veedores.

Las primeras solicitudes de calificación de vinos del 2013 se solicitaron a partir del 4 de noviembre de 2013, con el exclusivo fin de su comercialización como vinos de año. También durante todo el mes de noviembre de 2013 se solicitó la calificación adelantada de hasta un 10% de la elaboración por varias bodegas. El día 1 de diciembre se inicia de forma sistemática la recogida de muestras atendiendo a las solicitudes de las bodegas elaboradoras, con un programa de recogida de muestras por parte del Servicio Habilitado de Veedores y con la ayuda de nueve técnicos contratados. La toma de muestras abarca a cada uno de los depósitos de las bodegas elaboradoras. El proceso de recogida se prolongó hasta el día 5 de marzo de 2014, ya que este año fueron muchas las muestras tomadas y numerosas las bodegas que lo solicitaron hacia el final del plazo marcado. En una primera fase, se cogieron 3.811 muestras, representativas de los 260,7 millones de litros elaborados en la Denominación de Origen Calificada "Rioja" en esta cosecha, de las cuales se calificaron 3.655 (el 95,9%). Las muestras emplazadas o las descalificadas recurridas, se volvieron a coger por segunda vez, entre el 7 de enero y el 29 de mayo de 2014, con lo que el total de las muestras tomadas en la campaña ascendió a 4.145. El Consejo Regulador ha contado en esta campaña de 2013 con la colaboración de 139 catadores, para llevar a cabo los análisis organolépticos. El número de componentes

del panel de cata se ha visto aumentado este año, tras la disminución significativa que hubo el año pasado, al realizarse las pruebas de evaluación del panel. Se han incorporado 18 nuevos aspirantes que han superado la totalidad de las pruebas de selección. Se han realizado cinco diarias en la sala de catas del Consejo Regulador., celebrándose un total de 291 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 diez sesiones de cinco catadores, entrando a valorar las 70 muestras descalificadas inicialmente por el Comité Ordinario, de las cuales 31 fueron aceptadas y 39 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 2014 se tomaron, por el Servicio Habilitado de Veedores, en los almacenes de productos terminados de las bodegas 1.422 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



## SERVICIOS TÉCNICOS

en el mercado español y 680 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 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.**- Durante el año se sustituyeron los servidores de las dos principales redes por otros de mayor velocidad de procesador y capacidad de almacenamiento. Ambos son modelo HP ProLiant ML350p Gen8 de 16 GB de memoria RAM y 1 TB de disco duro.

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 4.766 "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 2014 una media mensual de 6.763 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 2014 eran 352, 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 (248 mensuales), que fueron también procesados y que permiten confeccionar listados estadísticos sobre la comercialización de vino de Rioja en el exterior: por países, por tipos de bodegas, por categorías y tipos de vinos, etc. Tanto estas estadísticas, como las de comercialización en el mercado interior y resúmenes comparativos con el año anterior, fueron enviadas mensualmente a los inscritos y asociaciones para su conocimiento y análisis.

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

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

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

**Sección Informática: Viñedos.**- Las actividades de esta sección de los Servicios Técnicos del Consejo Regulador, referidas a este apartado, se desarrollan cronológicamente de la forma siguiente:



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

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

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

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

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

**Septiembre – Octubre:** durante este tiempo se atienden las reclamaciones de vendimia y del funcionamiento de las Tarjetas de Viticultor, y se procesan los datos de producción de los viñedos inscritos plantados en el año 2012 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 194 cosecheros-elaboradores.

**Noviembre – Diciembre:** se comprobaron e informatizaron las 194 declaraciones de cosecha y elaboración presentadas por los viticultores-elaboradores, así como las 423 de las firmas (criadores, almacenistas y cooperativas), contrastando los datos reflejados en las mismas con los obtenidos por los Terminales de Vendimia que gestionan las entregas de uva con las Tarjetas de Viticultor.

Durante todo el año se informaron 2.032 solicitudes de plantación de viñedo en La Rioja, 371 en Álava y 214 en Navarra, presentadas en el Consejo Regulador por los servicios de viticultura de las tres Comunidades Autónomas.

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



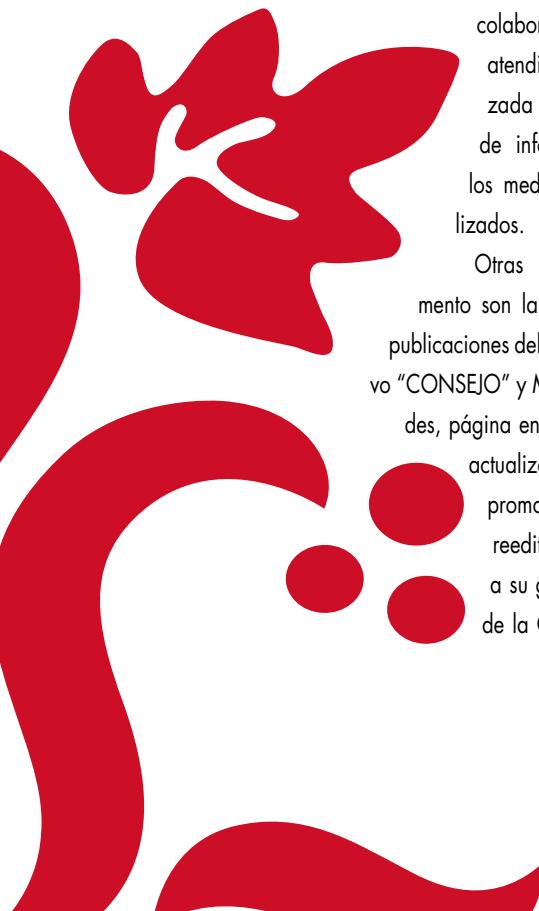
# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## Actividades por departamentos

### Objetivos y estrategias de comunicación

El Departamento de Marketing y Comunicación lleva a cabo la planificación, coordinación y gestión de las diferentes actividades de promoción que desarrolla el Consejo Regulador, tanto en el área de publicidad, como de prensa y relaciones públicas. Corresponde al Departamento la planificación y ejecución tanto en el mercado nacional como internacional de campañas publicitarias y colaboración promocional con medios informativos, así como la creación y realización de iniciativas de diversa índole que contribuyan a la promoción de los vinos de Rioja, 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.

La relación permanente con los medios de comunicación a través del Gabinete de Prensa constituye también un elemento importante en la estrategia de comunicación del Consejo, emitiéndose a lo largo del año más de un centenar de notas de prensa, comunicados, informes, reportajes, colaboraciones especiales, etc. y atendiendo de forma personalizada las numerosas demandas de información planteadas por los medios y periodistas especializados.



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

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

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

- a) Proyectar a través de los medios de comunicación una imagen de calidad, diversidad e innovación de los vinos de Rioja, generando una corriente constante de información.
- b) Incrementar el prestigio del vino de Rioja entre los consumidores, divulgando aquellas características que más 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.



El Consejo Regulador convocó en septiembre a los responsables de las agencias de promoción de Rioja en Alemania, China, Estados Unidos, México, Reino Unido y Suiza con el objetivo de preparar las campañas que realizará la D.O.Ca. Rioja en 2015.

## Más inversión para mejorar el posicionamiento de Rioja, con la gastronomía y tapas como ejes de comunicación

El Consejo Regulador destinó durante 2014 a inversiones en promoción algo más de nueve 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 12,5%). Esta decisión unánime del sector, en la que participan conjuntamente tanto el sector productor como el comercializador, es consecuente con la apuesta por potenciar la promoción de la marca colectiva Rioja en los principales mercados.

El objetivo es fortalecer el posicionamiento de los vinos de la Denominación en los segmentos de mayor valor añadido, destinándose las partidas más significativas 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. También se han incorporado al plan de promoción 2014 acciones puntuales en mercados en los que se perciben oportunidades de crecimiento, como es el caso de

Rusia, donde se celebró el primer Salón de los vinos de Rioja.

La estrategia global diseñada por el Consejo Regulador para mejorar el posicionamiento de la marca Rioja en los mercados estratégicos clave y consolidar el crecimiento de las exportaciones de los últimos años ha tenido como principal eje de comunicación la vinculación del vino de Rioja con la gastronomía y en particular con las tapas. Otros conceptos claves que se han transmitido a través de los mensajes de la campaña se centran en las garantías de calidad y autenticidad que ofrece la Denominación, en la gran diversidad de los vinos de Rioja, en su constante innovación, en la variedad tempranillo como clave de su personalidad, en su excelente relación calidad–precio, así como la tradición y prestigio de la región.

El principal objetivo de la campaña es potenciar y prestigiar la marca Rioja, consiguiendo que tanto los profesionales como los consumidores de cada mercado identifiquen el valor y atributos de la marca y la diferencien de las demás. Igualmente constituye un objetivo estratégico el orientar las campañas a lograr una mayor visibilidad y presencia de Rioja en el punto de venta. En este sentido, la D.O. Ca. Rioja se ha convertido en una de las regiones líderes a nivel mundial en notoriedad

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

de marca y conversión de esta notoriedad en compra, según la consultora independiente Wine Intelligence.

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 2014 se ha basado en una estrategia de marketing integrado: relaciones públicas, publicidad, relación con los medios de comunicación y promoción en punto de venta. Como novedad más destacada en este sentido cabe señalar que la actividad comunicadora a través de 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, según un estudio realizado por la consultora de comunicación Castro Galiana.

## ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

### La D.O.Ca. Rioja muestra en China su gran potencial exportador y excelente imagen de marca

Tres de las mayores ciudades chinas acogieron la celebración del 'III Salón del Vino de Rioja', en el que 70 bodegas de esta Denominación mostraron la calidad de sus vinos y su excelente imagen de marca a los más de 1.500 profesionales asistentes a estos eventos promocionales organizados por el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja. Los representantes del Consejo Regulador se reunieron con periodistas, líderes de opinión y autoridades para analizar las oportunidades existentes en el mercado chino. Uno de los principales retos es posicionar la marca Rioja y diferenciarla de sus mayores competidores en China, como son los vinos

### Campañas con premios internacionales

**Rioja triunfa en los 'oscar' del marketing y RRPP en Estados Unidos.**- La campaña de promoción de los vinos de Rioja en Estados Unidos que realiza el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja fue una de las más galardonadas en la gala anual de los 'SilverAnvilAwards', premios concedidos por la Sociedad Americana de Relaciones Públicas y reconocidos como los más prestigiosos de la industria de relaciones públicas y marketing del país. Padilla CRT, la agencia a cargo de la campaña 'Vibrant Rioja', recibió dos primeros premios '2014 SilverAnvil of Excellence' por el trabajo y resultados obtenidos por la campaña en las categorías de 'Mejor Campaña de Marketing al consumidor en el sector bebidas', y 'Mejor Campaña de Marketing Integrado en la categoría de Asociaciones'. La campaña también recibió un segundo premio en la categoría de 'Marketing Integrado en el sector de alimentación y bebidas'. La selección de las mejores campañas está basada en la calidad de la planificación estratégica de marketing y comunicaciones, así como su eje-

cución y resultados finales. En esta ocasión se presentaban 850 campañas, entre las que se encontraban grandes marcas como Microsoft, AT&T, Mastercard o Johnson & Johnson. Para Pablo Olay, director de la campaña de Rioja en Estados Unidos, "es un gran honor el que la campaña de Rioja haya sido una de las más galardonadas, lo que corrobora el gran





# 中国第二届里奥哈 葡萄酒盛大品鉴会

## 3rd GRAND TASTING OF RIOJA WINES IN CHINA



RIOJA

西班牙里奥哈



RIOJA  
Denominación de Origen Calificada

franceses y chilenos. Ante el reto que supone la diferenciación, Lapuente señaló que, frente a la competencia, "Rioja ofrece vinos con autenticidad y verdad, no solamente en cuanto a garantías, sino que hay un entorno y una historia detrás de cada botella". Las acciones para posicionar Rioja en China como una marca de prestigio incluyen, además del Salón celebrado en Pekín, Shanghái y Cantón, formación a profesionales, promoción al consumidor en actividades como el año nuevo chino y las semanas de Rioja en restaurantes, así como seminarios y eventos en varias ciudades para clubs de amantes del vino.

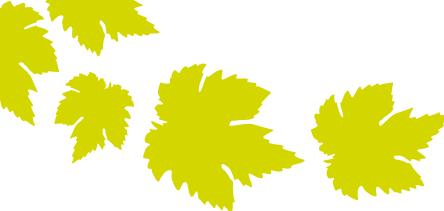


trabajo que la Denominación de Origen Calificada Rioja y el equipo responsable de la campaña están realizando en este país".

**La campaña de la D.O.Ca. Rioja premiada en China.**- La D.O.Ca. Rioja ha recibido en China el premio a la

"Mejor organización de promoción de vino de importación en China", otorgado por la revista especializada 'Sugar, Tobacco and Spirits Weekly', la primera del país que se enfocó específicamente en vino y licores. Los premios entregados en varias categorías valoraban el esfuerzo de promoción del vino y licores en el período de máximo crecimiento del sector, es decir, durante los últimos 10 años, lo que hace especialmente significativo el premio recibido, ya que respalda el trabajo realizado y el impacto de la campaña de promoción de la D.O.Ca. Rioja, así como su reconocimiento en el mercado. El principal objetivo de la campaña, que comenzó a finales del año 2011, es educar tanto a líderes de opinión como al consumidor sobre las características del vino de Rioja. Además de una promoción específica durante la semana del año nuevo chino y de la organización de salones exclusivos de Rioja en Pekín, Hong Kong y Shanghái, también se ha desarrollado un exclusivo programa de formación de educadores de Rioja.





## COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



La 'Noche de la Moda' en Suiza



'Rioja & Tapas' en Nueva York

### Suiza: la 'Noche de la Moda'

El centro de Zúrich acogió el 27 marzo 2014 'La Noche de la Moda', en la que Rioja fue patrocinador oficial del evento de bebidas alcohólicas y colaboró con dos tiendas famosas - PKZWomen y SCHILD-. La marca Rioja tuvo presencia en el desfile inaugural en la calle y, además de la degustación en tiendas, ofreció una cata en un escaparate con la periodista Shirley A. Amberg y patrocinó la zona VIP del Club Hiltl, regalando un viaje a la D.O.Ca. a la pareja vestida más original en el FashionParty.

### Estados Unidos: el festival 'Rioja & Tapas' conquista el paladar de los neoyorquinos

La D.O.Ca. Rioja ha mostrado en Nueva York durante la semana del 28 de abril al 4 de mayo sus mejores armas para conquistar el mercado norteamericano mediante la organización de un conjunto de actividades promocionales muy ligadas a la gastronomía, entre las que ha destacado el Festival de Rioja & Tapas, destinado a consumidores finales y que consiguió reunir a cerca de 2.000 asistentes para disfrutar de los vinos de unas 70 bodegas de Rioja y de las

tapas elaboradas por 20 chefs neoyorquinos. El programa se completó con el 'Grand Tasting' de Rioja dirigido a profesionales, degustaciones y seminarios de Rioja para consumidores en 30 tiendas de vinos y restaurantes de Nueva York, así como sendos encuentros con detallistas y periodistas especializados de Estados Unidos, que ya se ha convertido en el tercer mayor importador de Rioja, con más de 13 millones de botellas en 2013.

En el conjunto de las actividades de la 'semana de Rioja en Nueva York' han participado 78 bodegas, representadas por una importante delegación formada por unos 45 bodegueros a los que han acompañado el presidente del Consejo Regulador, Luis Alberto Lecea, así como el director general, José Luis Lapuente, y el vocal Íñigo Torres.

### Estados Unidos: programa promocional comercio y hostelería

Durante el año 2014 se ha desarrollado un programa comercial de alcance nacional centrado en comercio y hostelería para tener impacto en la presencia, percepción, ventas e imagen de los vinos de Rioja en Estados Unidos. Se han realizado 25 promociones online que han alcanzado a

# Actividades de promoción internacional



Detallistas durante la Rioja Week NYC 2014

400.000 consumidores a través de 250 marcas de Rioja. Igualmente se han desarrollado 29 programas con cuentas nacionales y estatales, cubriendo 641 tiendas y restaurantes que han permitido llegar a 205.000 consumidores. Los representantes de las cadenas de detallistas más importantes con las que se han llevado a cabo parte de estos programas participaron en la cena de gala 'Rioja Week NYC 2014', donde se les entregó una placa de reconocimiento por su apoyo a Rioja (en la fotografía adjunta). También cabe destacar entre

los eventos y partners más destacados de la campaña de Rioja 2014 en Estados Unidos la 'Cena VIP Trade' de Milestone, Washinton International Horse Show, Make A wish Foundation of Southern Florida with Diana Ross, Charleston Food & Wine, Boston Wine EXPO and market share growth in New England, K & L Wines of California y SMITH & WOLLESNEY Steakhouses.

## Méjico Movido por los Grandes Vinos de Rioja

La participación en la Feria Morelia en Boca y en el evento 'Corredor Cultural Roma Condesa', así como las promociones en la cadena de venta La Europea fueron algunas de las actividades más destacadas de la campaña de promoción de Rioja en México durante 2014. La D.O.Ca. Rioja fue por tercer año consecutivo patrocinador oficial del festival gastronómico Morelia en Boca, que cuenta con más de 3.500 asistentes y chefs reconocidos a nivel internacional. El stand en la Villa Gourmet contó con 40 marcas de Rioja, se impartieron tres catas guiadas y se celebró una cena maridaje. En cuanto a promociones en punto de venta en abril se patrocinó el festival "Méjico Movido por los Grandes Vinos de Rioja" en las más de 40 tiendas de la cadena La Europea, consiguiéndose unos cuatro millones de impactos. El festival incluyó degustaciones especiales, ventas nocturnas, catas, eventos sociales, impulso en redes sociales, materiales gráficos en tiendas, exhibición especial, campaña y cobertura en medios para impulso de la marca Rioja y la presencia de cuarenta marcas de Rioja participantes.



'Rioja & Tapas' en Londres

### Reino Unido: redescubre Rioja con 'Imbibe'

Rioja puso en marcha en 2014 una colaboración de tres años con Imbibe, una publicación especializada en hostelería, con un programa centrado en establecer relaciones con los profesionales de ese sector. Entre otras iniciativas, se participó el mes de julio con un stand en Imbibe Live, un evento que atrajo a más de 4.000 asistentes y donde estuvieron representadas por el Consejo un total de 48 bodegas. El prestigioso sumiller Ferran Centelles impartió una clase magistral sobre Rioja y se sorteó un viaje para cinco sumilleres, que visitaron la D.O: Ca. Rioja acompañados por el periodista Clint Cawood de Imbibe.

### Reino Unido: el festival Rioja Tapas Fantásticas abandera de nuevo en Londres lo mejor de la gastronomía española

La séptima edición del festival 'Rioja Tapas Fantásticas' concitó de nuevo la respuesta entusiasta de miles de londinenses, que tuvieron ocasión de disfrutar en el céntrico parque Potters Fields, a los pies del Tower Bridge de Londres, de vino de Rioja y tapas, la representación más genuina de la gastronomía española. La iniciativa promocional más importante que organiza el Consejo Regulador en el principal mercado de exportación de los vinos de Rioja ha contado este año con la participación de cuarenta bodegas riojanas y doce restaurantes de la capital británica.

Al igual que en años anteriores, se han celebrado varios seminarios y catas guiadas por dos rostros conocidos del público británico: Olly Smith, catador, humorista y presentador de la BBC, y Susy Atkin, crítica de vinos del Sunday Telegraph. Ambos periodistas acompañaron en el escenario al prestigioso chef José Pizarro, que realizó demostraciones culinarias en directo, acogidas con gran éxito por los asistentes, sobre cómo se cocinan platos como las patatas con chorizo, las croquetas y las vieiras, y lo agradecidos que son los vinos de Rioja cuando maridan con estos platos tan típicos. "La gastronomía española no puede estar más de moda y Rioja es la región con la mejor variedad de vinos para acompañar las tapas", aseguró José Pizarro.





'Rioja & Tapas' en Hamburgo



Rioja en 'la fiesta de los museos' en Frankfurt

## **La D.O.Ca. Rioja estrena con gran éxito el festival 'Rioja & Tapas' en Alemania**

La D.O.Ca. Rioja estrenó con gran éxito en Alemania el festival 'Rioja & Tapas', que del 1 al 3 de agosto puso la nota de sabor español a un fin de semana marcadamente naval en Hamburgo, la capital del río Elba, donde más de veinte mil visitantes pasaron por el 'Rioja Gourmet Terrassen' para disfrutar de los vinos de cuarenta bodegas de Rioja y una selecta variedad de tapas españolas en un ambiente festivo y marinero. Una cita gastronómica inédita hasta ahora en el festival anual de los cruceros, que reúne cada año a medio millón de visitantes para ver los espectaculares barcos de cruceros de las siete compañías más importantes del mundo.

El espacio 'Rioja Gourmet Terrassen' contó con un 'Rioja-weinbar' atendido por personal especializado, así como una zona denominada 'Sommelier's corner' donde el prestigioso periodista especializado David Schwarzwälder impartió varios seminarios con el objetivo de educar a los asistentes sobre los vinos de Rioja y su perfecto maridaje con la gastronomía. Por último, destacar que Rioja fue el vino oficial en exclusiva de la cena de gala inaugural a la que asistieron políticos, celebridades y periodistas alemanes para celebrar la llegada al puerto de Hamburgo de los 7 barcos de cruceros más importantes del mundo en el famoso restaurante 'Skyline', con una vista panorámica privilegiada sobre el río, el puerto y la ciudad de Hamburgo.

Tras el éxito obtenido por 'Rioja & Tapas' en Londres y Nueva York, por primera vez se ha exportado a Alemania, país que ocupa el segundo puesto en el ranking de importadores de Rioja.

Por otro lado, los vinos de Rioja se han sumado por primera vez a la celebración de uno de los festivales culturales más multitudinarios de Europa, el 'Museumsuferfest' (fiesta de los museos) de Frankfurt, que del 29 al 31 de agosto ha combinado programas especiales de museos con música, cultura, teatro y gastronomía. La D.O.Ca. Rioja ha contado con un espacio exclusivo denominado 'Rioja Gourmet Terrassen', donde miles de asistentes al festival han degustado una amplia variedad de vinos de las 40 bodegas que han participado en la iniciativa, junto con una oferta gastronómica basada en tapas informales y pequeñas raciones.

## **Rusia: calurosa acogida a la celebración del primer Salón de los vinos de Rioja en Moscú**

El Consejo Regulador de la D. O. Ca. Rioja ha realizado en Moscú la primera incursión promocional con el objetivo de explorar un mercado que, gracias al crecimiento exponencial que ha tenido durante el último lustro, se ha convertido en uno de los diez mayores importadores de vinos de Rioja. La iniciativa ha sido recibida con gran éxito de participación por parte de más de medio millar de profesionales de la distribución, mayoristas, detallistas y críticos de vino, quienes



## COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



'Rioja & Tapas' en Moscú

pusieron de manifiesto que la D.O.Ca. Rioja no es una desconocida para ellos y que sus vinos gozan ya de una posición y fama consolidadas entre los consumidores rusos. Para el presidente del Consejo Regulador, Luis Alberto Lecea, que asistió en representación de la institución junto al director general, José Luis Lapuente, "el salón y la cata han tenido un éxito total y todas nuestras expectativas se han cubierto".

El primer Salón de los vinos de Rioja se celebró el día 10 de septiembre en la Galería Lumier, centro artístico de vanguardia en Moscú ubicado en el histórico edificio de la antigua fábrica de bombones Octubre Rojo, contando con la participación de 27 de las 51 bodegas que actualmente exportan a Rusia. El programa de actividades comenzó con 'La cata del milenio: diez reservas y grandes reservas de añadas excelentes del siglo XXI', un seminario sobre Rioja para medio centenar de periodistas impartido por el experto Leonid Gelibterman, presidente del Centro Enogastronómico de Moscú, junto a Egor Aleshko, Nariz de Oro 2009 en Rusia y sumiller de referencia en San Petersburgo.

### Reino Unido: la cata de vinos de Rioja de la mítica añada del 64 entusiasma a los expertos británicos

La celebración en Londres de la segunda edición del Salón de los Vinos de Rioja ha contado como actividad estrella con una cata muy especial de siete vinos de la añada 1964 en conmemoración del cincuenta aniversario de la que está considerada como una de las cosechas míticas de esta Denominación de Origen. La prestigiosa Master of Wine Sarah Jane Evans ha afirmado que considera "un privilegio haber dirigido esta cata, pues nunca se ha hecho una igual en Reino Unido, con vinos tan antiguos. Ha sido un gran acierto". Dirigida a un selecto grupo de periodistas y compradores del Reino Unido, una prueba de la gran expectación que ha suscitado esta cata entre los expertos británicos ha sido la asistencia de líderes de opinión tan reconocidos en el mundo del vino como Jancis Robinson o Steven Spurrier. "Esta cata era necesaria para reforzar el mensaje de Rioja sobre la capacidad de envejecimiento de sus vinos –ha comentado Sarah Jane Evans–, ya que se ha podido demostrar de forma fehaciente esa buena vejez en estos vinos con medio siglo

## Actividades de promoción internacional



En el marco de la segunda edición del Salón de los Vinos de Rioja en Londres se celebró un cata con 7 vinos de la añada del 64, mítica en Rioja. La cata estuvo dirigida por Sarah Jane Evansq que estuvo asistida por el sumiller riojano Carlos Echapresto



# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

de edad. Hemos podido entender mejor los procesos de envejecimiento de los vinos de Rioja al comparar estos vinos, que son historia, con la muestra de vinos actuales que hemos catado en el Salón".

La directora de la cata, que ha estado asistida por el sumiller riojano Carlos Echapresto, coordinador técnico de la cata para la selección y conservación de los vinos, resume sus impresiones manifestando su sorpresa "por lo vivos que aún se muestran estos vinos, por la presencia que la fruta mantiene en ellos y, sobre todo, por su elegancia y por el perfecto equilibrio que ofrecen con un grado alcohólico moderado y una gran complejidad". El presidente del Consejo Regulador, Luis Alberto Lecea, ha destacado igualmente el contraste ofrecido entre "la visión histórica de Rioja, con esos vinos de largo envejecimiento que son únicos en el mundo, con la gama de vinos actuales que nuestras bodegas han ofrecido en el Salón. Tradición y modernidad unidas por el denominador común de una calidad, un estilo y una identidad perfectamente reconocibles".

En el Salón, organizado exclusivamente para profesionales, bodegueros riojanos e importadores de 113 bodegas han ofrecido la degustación de más de 500 vinos al más de medio millar de profesionales que han asistido, principalmente

compradores de las cadenas y detallistas más relevantes del Reino Unido, así como periodistas, importadores, sumilleres, etc. Además se han presentado cinco mesas temáticas dedicadas a vinos blancos, vinos monovarietales de variedades diferentes al tempranillo, vinos contemporáneos, vinos de reserva y vinos de gran reserva.

Como novedad, además de la mencionada cata de vinos del 64, el programa de actividades complementarias del Salón ha incorporado este año tres interesantes clases magistrales a cargo de otros tantos expertos. Tim Atkin, Master of Wine, ha impartido la cata "Rioja, a sense of place", con seis vinos que representan la singularidad de un viñedo concreto. Sarah Jane Evans ha hablado sobre la diversidad y calidad de Rioja a través de sus diferentes categorías. Y finalmente el Master Sommelier Ronan Sayburn ha disertado sobre el maridaje de los vinos de Rioja con la gastronomía ("Pairing Rioja with Food").

## Los mejores vendedores de Rioja en el Reino Unido

Con el objetivo de involucrar a los detallistas independientes, que representan un sector pujante del comercio minorista de vinos en el Reino Unido, el Consejo Regulador ha

### Estados Unidos celebra el 'Día del Tempranillo'

La asociación americana TAPAS (Tempranillo Advocates Producers and Amigos Society), que reúne a los productores y amigos del tempranillo de Estados Unidos, organizó por cuarto año consecutivo la celebración del 'Día del Tempranillo' el jueves 13 de noviembre, día en el que tuvo un protagonismo especial el amplio programa de actividades desplegado por la D.O. Ca. Rioja. Durante la segunda quincena de noviembre, la D.O. Ca. Rioja realizó catas, seminarios y promociones en numerosos puntos de venta de todo el país. Estas acciones en punto de venta se complementaron con una campaña de comunicación en redes sociales y publicaciones online con el objetivo de dar notoriedad a la vinculación de Rioja con la variedad de uva que la identifica y ha contribuido a convertirla en la región vinícola más famosa de España. El tempranillo ocupa actualmente unas 200.000 hectáreas de superficie en el mundo, siendo la cuarta variedad más plantada.



# Actividades de promoción internacional



Paul Shanley en su vinoteca londinense Prohibition Wines. Un centenar de vinotecas del Reino Unido han competido por el premio 'Detallista Rioja' del año

promovido este otoño una campaña promocional en la que han participado 100 vinotecas repartidas por todo el país, que han competido por el premio 'Detallista Rioja del año'. Tras evaluar la creatividad de sus promociones y materiales en tienda, el nivel de actividad y el número de eventos creados para apoyar la promoción, así como el incremento de ventas de Rioja logrado durante el período promocional, Laitwaites y Prohibition Wines han sido las tiendas ganadoras en cada una de las dos categorías establecidas.

La responsable de la agencia de promoción de Rioja en el Reino Unido, Lottie West, ha destacado en la entrega de los premios la importancia de estrechar relaciones a largo plazo con los detallistas independientes "ya que es uno de los canales estratégicos para que las ventas de Rioja puedan crecer en valor en Reino Unido, donde llevamos varios años batiendo récords en volumen de exportación. Es el canal que presenta el mayor potencial de crecimiento a medio plazo, tanto en volumen como en valor", afirma Lotti West, para quien "su implantación nacional permite cubrir áreas donde hay buenas oportunidades para Rioja, ya que Londres está muy saturado. Son establecimientos permanentemente abiertos a

incorporar nuevas marcas a sus listados", concluye, "e ideales para educar a los consumidores británicos interesados por el vino, ya que sus propietarios son muy activos organizando catas y seminarios".

Al igual que en ocasiones anteriores, la D.O. Ca. Rioja ha colaborado con la publicación especializada Harpers Wine & Spirit para la difusión de una campaña en la que, además de las 100 tiendas mencionadas, han participado 90 bodegas de Rioja y se han organizado 200 catas para consumidores. La iniciativa, junto a otras ya muy consolidadas como 'Rioja Tapas Fantásticas', forma parte de las actividades promocionales organizadas por el Consejo Regulador en el Reino Unido, que es actualmente el mercado exterior más importante. Los 34,5 millones de litros exportados a este país los últimos 12 meses suponen en torno a una tercera parte de las exportaciones totales de Rioja.

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



## ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN EN ESPAÑA

### Concurso de Tapas Rioja para periodistas gastronómicos en Madrid Fusión

Cuatro cocineros con estrellas Michelín y seis periodistas protagonizaron el primer concurso de cocina para críticos gastronómicos de la historia de Madrid Fusión, una original iniciativa que ha sido patrocinada por el Consejo Regulador de la D.O. Calificada Rioja. El I Concurso Internacional de Tapas Rioja ha permitido a los chefs Ramón Freixa, Sergi Arola, Susi Díaz y Mario Sandoval, habituados a la tensión de esperar el dictamen de los periodistas sobre su trabajo, 'vengarse' ejerciendo de jurado de las tapas elaboradas por éstos. El conocido periodista y 'cocinilla' vasco Mikel Zeberio se ha proclamado ganador con su 'bocadillo de carne', nombre humilde que escondía unos delicadísimos solomillos de oveja churra, exquisitamente elaborados a juicio de tan exigente jurado.

Jacques Ballarin (crítico gastronómico del periódico Sud-Ouest de Burdeos y autor de la guía "Le Ballarin"), Javier Masías (Perú), Jean Pierre Gabriel (Bélgica), Cristina Jolonch (La Vanguardia) y Alberto Luchini (Metrópoli), además de Mikel Zeberio (Grupo Diario de Noticias Deia), mostraron sus habilidades en la cocina con distintos niveles de riesgo, elaborando tapas que han ido desde la inspiración asiática, a una revisión de los calçots, otra de los ñoquis, una más del 'steak tartare' y unos tostones con cecina.

### 'Nuestras barras favoritas con Rioja', en el Gastrofestival Madrid 2014

Los vinos de Rioja participaron a través de la iniciativa 'Nuestras barras favoritas' en la quinta edición del Gastrofestival Madrid 2014, que ofreció en la capital de España una completa agenda de actividades y experiencias culinarias del 24 de enero al 9 de febrero. Diecinueve prestigiosas barras de otros

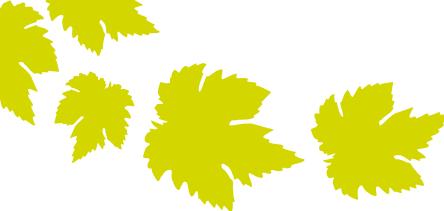
# Actividades de promoción en España

tantos establecimientos hosteleros madrileños participaron en 'Nuestras barras favoritas', ofreciendo durante los quince días del Gastrofestival una copa de Rioja y un aperitivo al precio único de 6 euros.

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

La original iniciativa de la Asociación de Librerías de La Rioja de celebrar del 'Día del Libro' obsequiando a los compradores de un libro con un botellín de vino de Rioja cumplió en 2014 su 18 edición y se ha convertido ya en una tradición que cuenta con el apoyo del Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja desde su puesta en marcha y el patrocinio de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja. 'Un libro y un rioja: el placer de la cultura' es el lema de una campaña que tiene la singularidad de vincular la cultura del vino con la lectura y la lengua, dos culturas con gran arraigo en esta región, en la que se escribió por primera vez en español hace más de mil años.





# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



**Más de 300 bares de tapas participan en la iniciativa 'Celebra la vida con Rioja & Tapas'**

'Celebra la vida con Rioja & Tapas' es una acción promovida por el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja en cinco ciudades españolas con el objetivo de potenciar la cultura y el consumo de tapas asociado al vino de Rioja. La campaña tuvo lugar durante los meses de mayo y junio en Valencia, Málaga-Costa del Sol, Santiago, Barcelona y Madrid. Durante tres semanas las barras más selectas de cada ciudad ofrecieron al público una selección de sus mejores tapas acompañadas de una copa de Rioja.

Los participantes fueron seleccionados por un comité de expertos que ha valorado el nivel culinario de cada establecimiento y el tratamiento que dan al vino, intentando ofrecer al consumidor una amplia horquilla de barras, tapas y tipos de vino de Rioja. Durante las tres semanas de campaña, cada barra ofreció a sus clientes su mejor tapa, que podieron combinar con varias marcas de vinos de Rioja.

Una pegatina a la entrada de cada establecimiento indicaba que participa en la actividad.

**Los blancos de Rioja ofrecen "una combinación perfecta" con los quesos según los expertos.**

El resultado de la cata-mariadaje de vinos blancos de Rioja con quesos "ha sido un rotundo éxito" según su director, el periodista gastronómico Enrique Caldúch, quien reunió en Madrid a una veintena de periodistas especializados en vino y gastronomía para catar una selección de seis vinos blancos de Rioja de diferentes tipos y añadas con siete quesos españoles y extranjeros, cada uno de un estilo y elaboración muy distinta. La mayoría de los participantes expresaron su satisfacción, tanto por la originalidad de la cata como por lo interesante que había resultado la combinación desde el punto de vista organoléptico. Hubo acuerdo general en que el maridaje de los blancos de Rioja y los quesos resultaba muy armónico y que ambos aportaban aromas y sabores que se complementaban y enriquecían mutuamente. Para los directores de la cata -Enrique Caldúch y la especialista en quesos Guillermina Sánchez-, "Rioja dispone de una gama de vinos blancos de muy alta calidad, desde los jóvenes afrutados que ligan perfectamente con quesos frescos de fina acidez, a los fermentados en barrica o los criados con largo envejecimiento, capaces de hacer frente a los quesos curados". Se apuntó igualmente por los participantes que los vinos blancos de Rioja, por su diversidad de gama, ofrecían grandes posibilidades para maridar con la cocina vanguardista y los complejos matices que ésta entraña.



# Actividades de promoción en España



*El Salón de Novedades de los Vinos de Rioja ha contado de nuevo con la masiva respuesta de casi un millar de profesionales del ámbito de la hostelería, la distribución y la comunicación*

## Innovación, diversidad y valor seguro: 300 vinos de 114 bodegas riojanas lo confirman

Hay planes que tienen un encanto especial. Uno de ellos es asistir, como cada año desde hace veinte, al Salón de Novedades de los Vinos de Rioja en el literario barrio de las letras de Madrid. El Palacio Neptuno acogió el lunes 27 de octubre tan vinícola evento, contando de nuevo con la masiva respuesta de casi un millar de profesionales del ámbito de la hostelería, la distribución y la comunicación. Tal como manifestaron muchos de los cualificados asistentes, la amplia muestra de las nuevas añadas de la D.O. Calificada Rioja no solo sigue sorprendiendo por su magnitud, sino que ha permitido constatar una vez más los grandes valores que diferencian a Rioja de otras Denominaciones de Origen, tales como la innovación, la gran diversidad de vinos que ofrece o el 'valor seguro' que representa para los consumidores.



*Los chefs Mario Sandoval y Francis Paniego, crearon en directo deliciosas tapas para los asistentes al El Salón de Novedades de los Vinos de Rioja*

En el Salón de Novedades se han presentado unos 300 vinos de 115 bodegas que han salido al mercado durante 2014 en sus diferentes categorías y añadas de vinos criados en barrica, principal seña de identidad de la D.O.Ca. Rioja: vinos de crianza del 2011, reserva del 2010 y gran reserva

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

2008, así como de añadas anteriores, según el criterio de cada bodega. También se ha incluido un apartado para otro tipo de vinos especiales con envejecimiento, que las bodegas presentan con la contraetiqueta de Garantía de Origen. Este año se han incorporado como novedad vinos elaborados exclusivamente con variedades de uva diferentes al tempranillo, como graciano o garnacha, así como vinos galardonados en concursos.

Además del Salón para profesionales, por segundo año se ha creado un espacio diferenciado para unos 200 consumidores 'vip', atendido por sumilleres que les han explicado las características de los diferentes vinos presentados. También han sido novedad en este espacio las demostraciones culinarias de los reconocidos chefs Mario Sandoval y Francis Paniego, que han creado en directo deliciosas tapas de las que han podido disfrutar los asistentes.

En los veinte años transcurridos desde que el Consejo Regulador organizara por primera vez en Madrid esta presentación anual de las novedades que las bodegas de

Rioja lanzan cada año al mercado, esta muestra ha venido siendo un escaparate que ha reflejado fielmente la vertiginosa evolución el mundo del vino. En este contexto de cambio, Rioja ha reafirmado su papel de líder de los vinos españoles y ha conseguido posicionarse entre las denominaciones de origen históricas de mayor prestigio e influencia internacional. Sinónimo de calidad e innovación, Rioja ha obtenido este año el galardón Líder Marca España "por ser una de las marcas más universales de un producto nacional". Además Rioja sigue fiel a su trayectoria de connotarse con la gastronomía y este año se ha unido a nuestra tradición culinaria por excelencia, las tapas, a través de la campaña "Celebra la vida con Rioja & Tapas", cuyo objetivo es potenciar la cultura y el consumo de tapas asociado al vino de Rioja.





Pedro Ballesteros, único 'Master of Wine' español, dirigió magistralmente la cata en colaboración con el sumiller riojano Carlos Echapresto (i.), responsable de la selección, conservación y servicio de los vinos. A la derecha el presidente del Consejo Regulador de Rioja, Luis Alberto Lecea.

Los once vinos que han participado en la cata conmemorativa del cincuenta aniversario de la añada 64: Campo Viejo Reserva 1964, Conde de Los Andes Cosecha 1964, Faustino Gran Reserva 1964, Honorable Gran Reserva 1964 de Gómez Cruzado, Marqués de Legarda Reserva 1964 de Bodegas de la Real Divisa, Marqués de Riscal Cosecha 1964, Monte Real Gran Reserva 1964 de Bodegas Riojanas, Reserva Especial 1964 de CVNE, Reserva Especial 1964 de Martínez Lacuesta, Royal Reserva 1964 de Franco-Españolas, Viña Turzaballa Gran Reserva 1964 de Ramón Bilbao.

## La D.O.Ca Rioja celebra el 50 aniversario de su mítica añada del 64

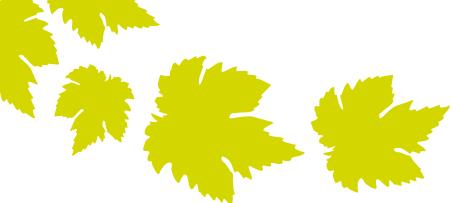
Es 1964, en las radios sólo se escucha "She Loves You" de los Beatles, Martin Luther King recibe el Premio Nobel de la Paz, nace la protagonista más famosa de las historietas de cómics, Mafalda, y en Rioja se está gestando una de las mejores añadas de su historia, convertida ya en leyenda.

La cata organizada por el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja para celebrar el 50 aniversario de esta gran vendimia ha resultado "un acontecimiento memorable y un gran privilegio" según la valoración unánime realizada por el más de medio centenar de periodistas especializados y prescriptores que disfrutaron de los vinos aportados por once bodegas para esta cata, en la que se ha puesto de manifiesto una de las cualidades más exclusivas de los vinos de Rioja, como es su capacidad para el envejecimiento, que alcanza su máximo potencial en añadas de calidad tan excepcional

como la del 64.

Esta cata ha representado "una gran oportunidad para disfrutar de estos vinos tan excepcionales, leyendas vivas de una historia vitivinícola forjada cosecha a cosecha con un solo objetivo, alcanzar la máxima calidad", ha señalado en la presentación el presidente del Consejo Regulador, Luis Alberto Lecea. Esta calidad se basa en el trabajo bien hecho de viticultores y enólogos, pero solo de cuando en cuando la naturaleza se confabula con dicho trabajo para ofrecer añadas perfectas como la del 64.

El director de la cata, Pedro Ballesteros, aseguró que "es un privilegio para nuestro país contar con un región como Rioja, que nos ofrezca el lujo de abrir 100 botellas del 64 y que prácticamente todas estén buenas. No encontraríamos en Burdeos o Borgoña tantas marcas con vinos del 64 y que estén tan bien". Para este 'Master of Wine' la capacidad del vino para envejecer ha sido siempre un criterio para evaluar su calidad y le convierte en un producto único, diferente a



cualquier otro alimento. "En un momento histórico en el que España quería ser un país desarrollado y el vino de calidad era una minoría, la añada del 64 fue un punto de inflexión que situó a Rioja como una región clásica". Destacó igualmente Pedro Ballesteros que este tipo de Riojas de largo envejecimiento gozan del creciente interés de los coleccionistas de todo el mundo, lo que ha disparado sus precios. "Grandes conocedores del vino en Hong-Kong, China, EEUU o Reino Unido adoran este tipo de vinos, que son imposibles de imitar. Son un objeto de culto, un capricho".

Esta cualidad inimitable de los vinos de Rioja, como es su gran aptitud para el envejecimiento, ha contribuido a su reconocimiento en el ámbito internacional como una de las grandes denominaciones de origen históricas europeas. Muy pocas regiones del mundo son capaces de ofrecer, como lo hace Rioja, esos grandes vinos de añadas históricas, que duermen embotellados durante décadas en los calados de las bodegas riojanas hasta convertirse en auténticas joyas enológicas, leyendas fraguadas a lo largo del tiempo.



Celebrada el lunes 24 en el Hotel Wellington de Madrid, 70 periodistas especializados y prescriptores completaron el aforo máximo disponible para la cata, dadas las limitadas existencias de estos vinos en las bodegas.





### Campaña 'Celebra la vida con Rioja & Tapas'

En el marco de la campaña 'Celebra la vida con Rioja & Tapas', un total de 40 'gastrobarris' de las secciones 'Gourmet Experience' de El Corte Inglés en ocho ciudades españolas han ofrecido su tapa más exclusiva acompañada de Rioja del 24 de noviembre al 22 de diciembre. Como colofón final, se sorteó entre los clientes de estos establecimientos un 'fin de semana experience' en Rioja para dos personas.

También dentro de la iniciativa 'Celebra la vida con Rioja & Tapas', el Consejo convocó en septiembre un concurso entre los gastrobarris de Madrid, Barcelona, Málaga, Santiago y Valencia para elegir la mejor tapa Rioja de cada ciudad. El jurado, integrado por críticos gastronómicos y chefs, ha valorado la presentación, sabor, originalidad y maridaje con el vino de Rioja seleccionado y el establecimiento ganador de

cada ciudad ha sido protagonista del espacio gastronómico protagonizado por Pepe Ribagorda en televisión.

La mejor tapa de Madrid, una deliciosa bola de carne de la Hacienda Rubaiyat, tuétano y vino de Rioja, ha sido elaborada por el chef Carlos Valentí de Rubaiyat. Macellum es el ganador de Valencia con una creación de Alejandro Platero: torrija de pimientos verdes fritos con sardina ahumada. La tapa ganadora de la Ciudad Condal ha sido canelón de pato asado y foie con salsa de trufa y pistacho, una delicia que presenta Andreu Graupera. En Santiago de Compostela la tapa elegida ha sido un Sashimi de pescado azul sobre ajoblanco y fideos de arroz, cuyo artífice es Siro González, de Caney Copas & Tapas. Y por último en Málaga, Regina Llinares de Garum Casual cautivó al jurado con su chipirón relleno de puerro y langostino sobre patata a la riojana.



*El establecimiento ganador en cada ciudad del concurso que ha seleccionado la mejor tapa entre los gastrobarris de Madrid, Barcelona, Málaga, Santiago y Valencia ha sido protagonista del espacio gastronómico protagonizado por Pepe Ribagorda en televisión.*

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## Recursos de divulgación y formación.

Los cursos de cata en universidades españolas forman parte del programa de divulgación de la cultura del vino de Rioja entre los jóvenes universitarios españoles puesto en marcha por el Consejo Regulador en 1999. Cuenta para la organización de estos cursos con la colaboración de los respectivos Consejos de Estudiantes de cada Universidad y de expertos profesores del sector vitivinícola que han impartido un total de tres cursos durante el año 2014 en la Universidad de Palencia (7 de marzo), Universidad Autónoma de Madrid (4 de abril) y Centro Universitario de Teruel (6 de mayo).

En la propia sede del Consejo Regulador, los técnicos de este organismo imparten cursos de iniciación a la cata desde junio de 1998 las mañanas de los sábados de 10:00 h. a 13:00 h. con un coste de 18 euros. Durante el año 2014 se han impartido un total de 12 cursos, con un total de 154 alumnos de diversas procedencias. Por último, la Oficina de Información de Vinos de Rioja se halla situada en la

propia sede del Consejo y desde su creación en 1993 ha incrementado constantemente el número de visitantes atendidos y de información remitida a todo el mundo.

## Publicaciones del Consejo

El Boletín 'CONSEJO', del que se publicaron dos números a lo largo del año 2014, tanto en versión impresa como digital, cumple el objetivo primordial de reforzar los lazos de comunicación del Consejo Regulador con viticultores y bodegueros. 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.rijawine.com](http://www.rijawine.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 en varios idiomas.



Presentación de la Memoria 2013 a los directores de los medios de comunicación de la D.O. Ca. Rioja.



## 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 más relevantes que han contado con el patrocinio del Consejo son los Premios de la Academia de la Radio 2014, la Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa y su Concurso de Vinos de Rioja, la iniciativa 'Riojano, joven y fresco', organizada por el Grupo Vocento. La sede del Consejo acogió también actividades promocionales del vino de Rioja promovidas por otras entidades, como la XXI Cata de Solidaridad Rotaria o el Concurso de Vinos de Cosecheros de la Fundación Caja Rioja.

## Viajes de prensa y compradores a Rioja

El Consejo organizó 16 misiones de prensa y compradores a Rioja en 2014, con un total de 74 visitantes, de los cuales 15 fueron periodistas, 50 compradores y sumilleres, y 9 consumidores finales, procedentes de 7 países. 137 bodegas han sido visitadas en estos viajes, dando una media de 8,5 bodegas visitadas por cada viaje, con una estancia media en Rioja de los visitantes de unos 5 días. Entre las visitas más destacadas cabe señalar las del comprador de vinos españoles del monopolio sueco: Anders Barren; un grupo de directores de Food and Beverage de 9 localizaciones diferentes de la cadena norteamericana LOEWS Hotels; los editores de I wine review; 20 detallistas del Reino Unido y los ganadores en la promoción de Rioja celebrada en restaurantes españoles en Moscú durante el mes de Septiembre.



# COMERCIALIZACIÓN



Denominación de Origen Calificada

## Rioja aumenta las ventas en cinco millones de botellas durante 2014, alcanzando un nuevo máximo histórico de 281 millones de litros

Los vinos de Rioja han seguido la tendencia positiva iniciada en 2013 y, de acuerdo con el balance final ofrecido por el Consejo Regulador, las ventas han sumado en 2014 un aumento de cinco millones de botellas, que sitúa a esta Denominación en un nuevo máximo histórico con un total de 281 millones de litros. La exportación ha seguido tirando de las ventas, aunque a un ritmo algo menor (+3,6%) que los años anteriores, y los vinos con crianza en barrica, junto a los blancos, han concentrado la totalidad del crecimiento (+2,66% y +13,67% respectivamente). El mercado español se ha mantenido estable, algo que se valora positivamente dadas las circunstancias económicas y de caída del consumo que le afectan. En síntesis, la D.O. Calificada Rioja ha comercializado en el año 2014 un total de 280.789.424 millones de litros, el 90% de los cuales corresponden a vinos tintos (253,5 M. de l.), repartiéndose el resto los vinos rosados (12,42 M. de l.) y los blancos, que con 14,85 M. de l. son los que han tenido mayor aumento porcentual (13,67%).

Entre las claves de esta evolución positiva, en un contexto general de dificultades económicas y fuerte competencia internacional, hay que destacar el reconocimiento que han alcanzado los vinos de Rioja en los principales países consumidores, como ha puesto de manifiesto un estudio realizado en 2014 por la consultora británica Wine Intelligence. Como ya lo hiciera hace cinco años, las conclusiones del estudio vuelven a situar a la D.O. Ca. Rioja entre las regiones vinícolas del mundo con mayor notoriedad y ratio de fidelidad, un ratio en el que Rioja ocupa la posición de liderazgo en algunos países como Reino Unido y Alemania, los dos primeros importadores de Rioja. La gran capacidad innovadora de las

**La exportación crece un 3,6% y alcanza los 105 millones de litros, lo que supone ya un 37,6% de las ventas totales**

bodegas y el compromiso con la calidad de todo el sector han impulsado esta creciente proyección internacional.

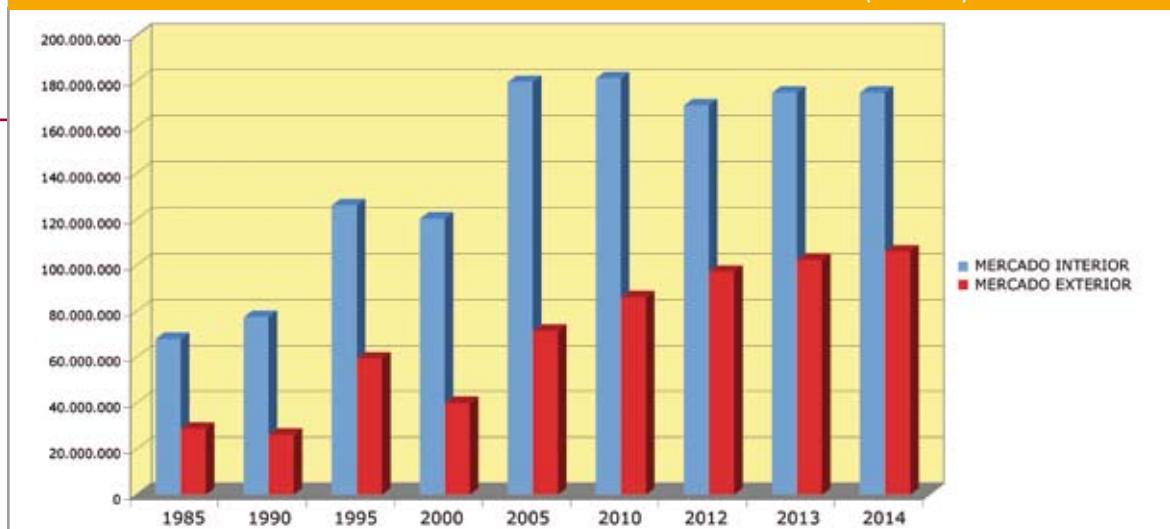
Igualmente hay que destacar el acierto de la estrategia de Rioja al fijarse como objetivo prioritario su especialización en las categorías de más valor añadido y convertir la imagen de los vinos criados en barrica en su punta de lanza. Las categorías de reserva y gran reserva han proporcionado a Rioja una personalidad diferenciada y un gran prestigio, como se ha podido comprobar en 2014 con los éxitos conseguidos por vinos de antiguas añadas de Rioja, como la de 1964, en las catas realizadas con la prensa especializada internacional.

### Sigue creciendo la venta de vinos criados en barrica

Si se analizan las ventas de Rioja en 2014 por categorías de envejecimiento, cabe destacar el hecho de que el conjunto de los vinos tintos con crianza en barrica (categorías de crianza, reserva y gran reserva) han aumentado más de cuatro millones de litros, alcanzando un total de 156,29 M. de l. Esta cifra representa una participación del 62% en las ventas totales de vinos tintos, participación que no deja de aumentar año tras año, consecuentemente con la mencionada estrategia de especialización, que ha permitido a Rioja conseguir un mejor posicionamiento en los segmentos de mayor valor añadido respecto a otros competidores.

El vino tinto de crianza es la categoría de Rioja más vendida, con 103,9 M. de l. y un incremento del 2,14% que le permite aumentar la distancia con la categoría de tintos con contrateiqueta genérica, la siguiente en el ranking con 97,2 M.

## EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA 1985-2014 (EN LITROS)



de l. y un descenso del 1,42%. Esta distancia es especialmente significativa en el mercado español, donde Rioja comercializa 80 M. de l. de tinto crianza frente a 58 M. de l. de tinto joven.

Al igual que ocurriera el pasado año 2013, los vinos tintos de gran reserva, que suman un total de 6,68 M. de l., han experimentado en 2014 el mayor incremento porcentual de ventas, crecimiento que ha sido especialmente notable (+50%) en el mercado español. Respecto a la categoría de riojas de reserva, siguen manteniendo el incremento de años anteriores, aunque algo más moderado (+2,70%), situándose sus ventas totales en 45,7 M. de l., el 62% de los cuales se destinan al mercado exterior.

### La exportación, soporte del crecimiento

Las ventas de Rioja en el exterior han alcanzado en 2014 los 105 millones de litros, lo que supone ya un 37,6% de las ventas totales. Aunque el porcentaje de crecimiento de un 3,6% es inferior al de los últimos años, la situación tan competitiva e inestabilidad económica que afecta a la mayoría de los mercados permite valorar muy positivamente la evolución del último año, destacando especialmente el excelente comportamiento de algunos mercados como Reino Unido, México y Rusia, que han tenido los mayores crecimientos porcentuales.

Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Suiza siguen

**Los Rioja con crianza en barrica representan el 62% de las ventas de vinos tintos y acaparan, junto a los blancos, la totalidad del crecimiento**

ocupando por ese orden los cuatro primeros puestos del ranking de importadores y concentran el 70% de la exportación de Rioja. Reino Unido ha reforzado su posición

destacada como primer importador, ya que es el destino de un 34,19% de las ventas de Rioja en el exterior, con un total de 36,16 M. de l. en 2014, un 10,3% más que el año anterior. También la exportación a Alemania, con 18,79 M. de l., ha crecido un 2,18% respecto al año anterior. Estados Unidos, tras el importante crecimiento experimentado durante los últimos años, ha tenido en 2014 un ligero retroceso del 1,7%, totalizando 10,27 M. de l., retroceso que también ha afectado a mercados tradicionales de Rioja como Holanda, Bélgica y Suecia. El mayor incremento porcentual de ventas (+27,61%) lo ha registrado México, situado en el 8º puesto, mientras que Canadá y Rusia, incorporados el año anterior entre los diez mayores importadores de Rioja, han consolidado sus posiciones en el puesto 9º y 10º con un incremento de ventas del 10% y del 12,30% respectivamente.

En España, que sigue siendo el principal mercado para Rioja con un 62,4% del total de las ventas, se ha conseguido consolidar el crecimiento del año 2013, que situó el volumen de comercialización en 175 millones de litros. Cabe destacar el crecimiento en un 28% de la venta de vinos blancos, mientras que en vinos tintos ha descendido en un 7% la categoría de vinos con contraetiqueta genérica, pérdida compensada por el aumento de todas las categorías de vinos criados en barrica.



# COMERCIALIZACIÓN

## Informe Nielsen



### Rioja fortalece su posición en el mercado de vinos de calidad revalorizando su oferta

La evolución del consumo de vinos en España durante 2014 ha ofrecido el primer signo positivo en muchos años, algo que podría interpretarse como un cambio de tendencia según el estudio realizado por la consultora Nielsen. En este contexto de recuperación, el balance de Rioja también puede considerarse positivo, tanto por el aumento de ventas de los vinos criados y consecuente revalorización de la oferta, como por el fortalecimiento en el canal de hostelería, donde Rioja ha ampliado su abrumador liderazgo hasta una cuota de mercado próxima al 80% en la venta de tintos de crianza, reserva y gran reserva.

Representa sin duda una buena noticia para el conjunto del sector vitivinícola español el que por primera vez en muchos años se haya frenado el continuado descenso del consumo de vino en España, apuntándose un ligero crecimiento que, en opinión del responsable del estudio de la consultora

Nielsen, Ángel García, bien podría suponer un cambio en la tendencia. Y resulta especialmente satisfactorio para Rioja que este aumento del consumo haya sido protagonizado por el sector hosteler, tan fundamental para los intereses de esta Denominación, así como por los vinos de calidad protegidos por las diferentes denominaciones de origen. La evolución de las preferencias de los consumidores hacia los vinos de calidad

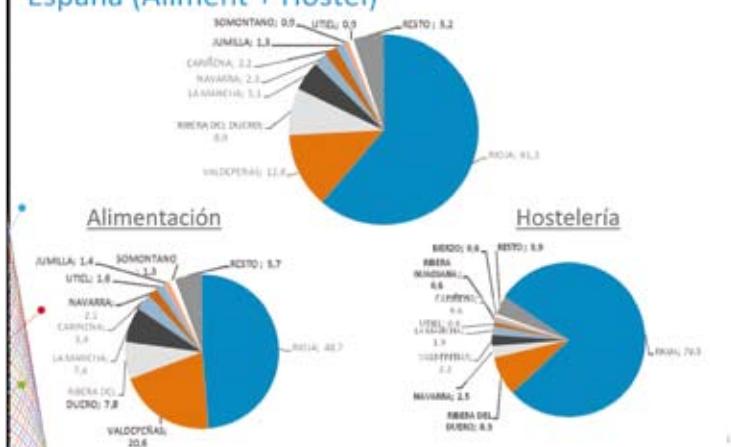
y, por tanto, de mayor valor añadido, ha seguido consolidándose en 2014 con un crecimiento del 3% de las ventas del vino con Denominación de Origen, frente a la pérdida de un -2,6% del vino sin Indicación Geográfica.

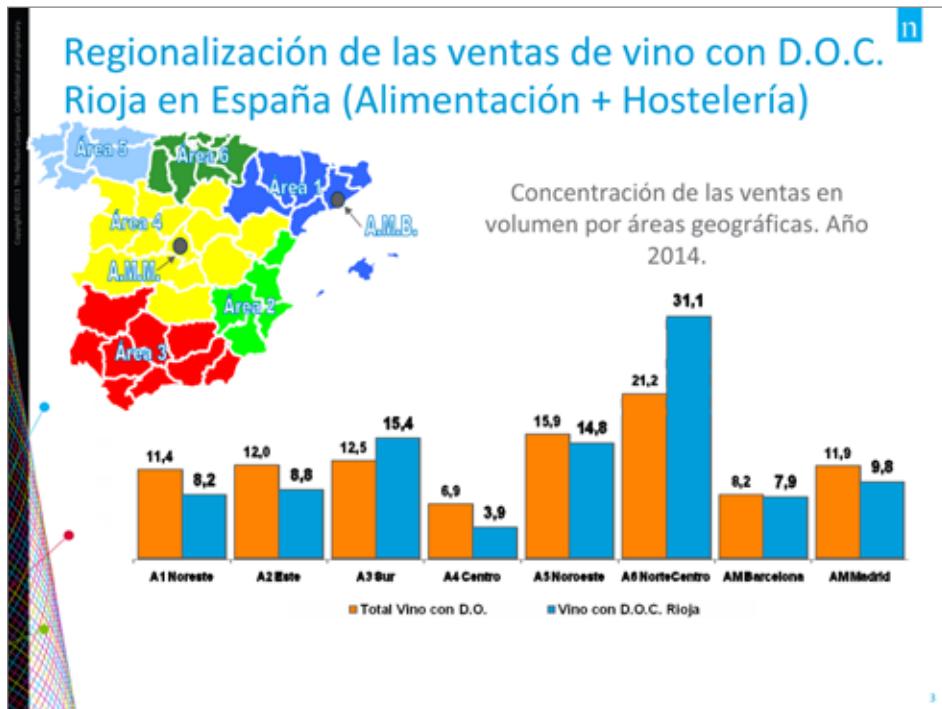
Este entorno favorable de recuperación del mercado español de vino supone un reto y una gran oportunidad para que Rioja continúe liderando y creciendo en el mercado español en el futuro más inmediato, principalmente en el sentido hacia el que se orienta su actual estrategia, que es crecer en valor. Así lo ha confirmado el comportamiento de los vinos de Rioja durante 2014, ya que el aumento de la venta de vinos criados ha dado lugar a una revalorización de la oferta de Rioja y un mejor posicionamiento en la gama de más valor añadido. La revalorización también se ha producido por el reposicionamiento en precios de toda la gama de vinos, algo que lógicamente ha influido en pérdida de ventas de tintos jóvenes por la competencia de otras D.O. de precio más bajo, pérdida compensada por la mayor venta de tintos criados.

Resulta especialmente destacable que la D.O. Ca. Rioja haya conseguido incrementar su abrumador liderazgo en la venta de vinos tintos criados en barrica, los de mayor valor añadido. Aunque parecía un techo difícil de superar, los Rioja de las categorías crianza, reserva y gran reserva

**Tras años de descenso, el consumo de vino en España muestra un ligero crecimiento que podría suponer un cambio en la tendencia**

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





han alcanzado dentro del canal de hostelería una cuota de mercado del 78,5% (¡ocho de cada diez botellas!), cinco puntos más que hace cuatro años. La siguiente denominación en este ranking tiene un 8,3% de cuota de mercado. El cambio de tendencia que se ha apreciado en la hostelería repercute muy directamente sobre la evolución de Rioja, dada la posición dominante que esta Denominación tiene en un canal tan relevante para la comercialización de vinos de calidad.

Si consideramos el conjunto de las ventas de vinos con denominación de origen, el vino de Rioja se comportó de manera estable durante 2014, ya que consiguió mantener el volumen de ventas alcanzado en 2013, año en que recuperó la tendencia de crecimiento en el mercado español tras cuatro años de recesión. La cuota de mercado global de Rioja respecto al conjunto de los vinos con denominación de origen se mantiene en torno al 35%, a veinticinco puntos de distancia de la siguiente denominación.

Rioja se ha sumado también a la positiva evolución que ha venido experimentando el consumo de vinos blancos en estos

últimos años con un incremento del 7,9% de las ventas en 2014, prácticamente en la línea del 10% que ha crecido el conjunto del mercado en este tipo de vinos. En vinos tintos, principal referencia de Rioja pues suponen el 90% de su producción, la cuota de mercado de esta Denominación respecto al conjunto de vinos con D.O. se sitúa en torno al 47% (el 39% en el canal de alimentación y el 57% en el canal de hostelería).

Por lo que se refiere a la regionalización de las ventas, según el estudio Nielsen los vinos de Rioja tienen una presencia casi total en el mercado español, con niveles de distribución ponderada iguales o cercanos al 100% dentro de la alimentación y la hostelería. Los vinos de Rioja tienen en la zona Norte-centro (País Vasco, Cantabria, Navarra, etc.) la mayor concentración de ventas (31,1% del total) y una cuota de mercado del 51%. Le sigue en importancia el área Sur, que concentra el 15,4% de las ventas de Rioja y que también tiene una alta participación de Rioja (el 43%) en el total de ventas de vinos con D.O.

# LA COSECHA 2014 EN LA D.O.CA. RIOJA



## Calificación 'Buena' para una cosecha 2014 que fue mejor que la anterior en cantidad y calidad

El Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja ha otorgado la valoración oficial de 'BUENA' a la cosecha 2014, en la que las bodegas de la Denominación de Origen elaboraron un total de 312,89 millones de litros. Esta valoración es la media obtenida como resultado del riguroso proceso de calificación que han debido superar las 4.383 muestras tomadas directamente de los depósitos de elaboración por los técnicos del Consejo y que han sido sometidas a análisis químico y organoléptico. Finalmente han sido calificados 293,52 millones litros (20,37 de blanco, 14,99 de rosado y 258,15 de tinto).

La añada 2014 ha ofrecido unos resultados que mejoran a los de la anterior campaña tanto cuantitativa como cualitativamente. Tras un ciclo vegetativo con una climatología muy favorable, el viñedo riojano presentaba una excelente situación vegetativa y sanitaria al final del envero, con expectativas de una gran cosecha en cantidad y calidad que la adversa climatología que acompañó la vendimia solo permitió culminar en parte. En buena medida puede decirse que tales expectativas se han cumplido, y así lo refleja la calificación como 'BUENA' dada la heterogeneidad de vinos que ha ofrecido el conjunto de

la cosecha, con un porcentaje importante de vinos de alta calidad para atender las necesidades de las categorías de vinos criados. Especialmente destacable resulta la excelente calidad de los vinos blancos y rosados de esta cosecha, tal como han destacado unánimemente los 140 integrantes del Panel de Cata del Consejo.

**Los integrantes del Panel de Cata del Consejo destacan unánimemente el nivel excelente de los blancos y rosados del 2014.**

Cuando se cumplen treinta cosechas desde la puesta en marcha en Rioja de un plan de calificación de los vinos, el Consejo Regulador ha dado un paso más en la mejora de los procedimientos utilizados con el objetivo de seguir ofreciendo a los consumidores las máximas garantías de rigor y eficacia en el proceso de certificación, algo que ha resultado fundamental para que los vinos de Rioja se hayan convertido en un referente de los vinos de calidad. Este año se han introducido importantes novedades en la evaluación organoléptica de los vinos, que consisten fundamentalmente en la aplicación de las nuevas tecnologías informáticas y en los protocolos establecidos por el Consejo para la selección y formación del Panel de catadores que realiza la calificación.

La evaluación organoléptica de cada muestra se realiza mediante un programa informático que se pone a disposición

### EVOLUCIÓN RESULTADOS ANALÍTICOS CALIFICACIÓN VINOS TINTOS COSECHAS 2001/2014

| PARÁMETROS   | 2001  | 2002  | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 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 |
| 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  |
| 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  |
| 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  |
| 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 |
| 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  |
| 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 |



*La superficie total de viñedo productivo en la cosecha 2014 ha sido de 61.645 hectáreas, doscientas menos que en la cosecha anterior. De ese total, 57.761 hectáreas corresponden a variedades tintas, de las que se ha obtenido una producción de 398 millones de Kg., y 3.884 hectáreas a variedades blancas, cuya producción ha sido de 36 millones de Kg. Esta producción se corresponde con el potencial productivo que tiene actualmente la D.O. Ca. Rioja en función de la limitación de rendimientos máximos por hectárea fijados para esta campaña.*

## LA VENDIMIA 2014

El Consejo Regulador comunicaba el día 21 de octubre el cierre oficial de una vendimia cuyas primeras uvas se cortaron el 30 de agosto en la localidad más oriental de la Denominación, Alfaro, desarrollándose lentamente y con normalidad hasta la primera semana de octubre, fechas en las que tradicionalmente se produce el apogeo de la vendimia en Rioja. En este periodo se recolectaron más de 300 millones de Kg. de uva, que entraron en bodega en excelentes condiciones sanitarias. El último tercio de la vendimia estuvo condicionado por una climatología desfavorable, que exigió a los viticultores riojanos demostrar una vez más su buena preparación para afrontar estas situaciones y obtener lo mejor de cada explotación mediante una vendimia selectiva. Los efectos negativos se vieron minimizados en buena parte de los viñedos que habían recibido los tratamientos adecuados, como aclareo de racimos, deshojado, etc.

del catador mediante una tablet digital en la que se presenta la ficha oficial de cata de la OIV, lo que reporta una indudable ventaja frente al proceso manuscrito. Igualmente permite agilizar la obtención de resultados en tiempo real y realizar análisis estadísticos posteriores a partir del gran volumen de información que se maneja, ya que son más de 7.500 muestras al año las que se someten a controles analíticos y de cata, tanto de los nuevos vinos elaborados cada cosecha, como de muestras tomadas en las bodegas y de muestras recogidas en los puntos de venta de los principales mercados.

El Consejo, además de su propio personal técnico, cuenta con un panel de catadores al que pertenecen actualmente 140 profesionales del sector con un reconocido prestigio. Tanto el acceso a este panel de catadores como la permanencia en el mismo se evalúan mediante un examen con alto nivel de exigencia y un seguimiento posterior de cada catador, lo que asegura la homogeneización de los criterios de cata.

La superior categoría de 'calificada' que ostenta la D.O. Ca. Rioja exige la calificación de todos los vinos elaborados, depósito a depósito, lo cual proporciona una excelente base técnica para la evaluación global de la añada realizada por el Pleno del Consejo Regulador mediante un procedimiento estadístico establecido a tal fin con total objetividad.

El mes de noviembre comenzaba el proceso de calificación de la cosecha 2014, con un programa de recogida de muestras en todas las bodegas elaboradoras por parte del Servicio Habilitado de Veedores del Consejo Regulador, muestras que deben ser representativas de partidas no superiores a 100.000 litros. Cada muestra ha sido analizada en el laboratorio de una de las tres Estaciones Enológicas de la D.O. y valorada por los comités de cata del Consejo Regulador. Los requisitos para superar este examen de calificación se han elevado en los últimos años, incorporándose parámetros más exigentes, con el objetivo de que Rioja siga manteniéndose en los mercados

# Estadísticas 2014

## 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   |        |
| 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 |        |
| 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 |        |
| RENDIMIENTO (hl/ ha)   | 37,43                 | 33,88  | 34,02  | 38,01  | 35,78  | 46,03  | 51,63  | 53,09  | 56,54  | 44,01  |        |
| COMERCIALIZACIÓN<br>(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 |
|  | Mercado exterior      | 26,03  | 29,14  | 34,29  | 38,72  | 56,75  | 59,12  | 58,85  | 67,78  | 71,55  | 56,80  |
|  | TOTAL VENTAS          | 103,78 | 128,84 | 148,64 | 158,91 | 196,36 | 184,90 | 177,92 | 205,24 | 222,25 | 195,48 |
| EXISTENCIAS<br>a 31 de diciembre<br>(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 |
|  | Última cosecha        | 161,24 | 144,99 | 149,24 | 173,71 | 166,42 | 214,12 | 240,60 | 250,20 | 270,60 | 215,60 |
|  | TOTAL EXISTENCIAS     | 477,15 | 480,31 | 466,84 | 470,28 | 434,63 | 461,01 | 522,50 | 565,15 | 609,87 | 624,18 |
| RELACIÓN DE EXISTENCIAS / VENTAS                               | 4,28                  | 3,39   | 2,87   | 2,76   | 2,13   | 2,41   | 2,84   | 2,68   | 2,65   | 3,08   |        |
| NÚMERO DE BODEGAS EMBOTELLADORAS                               | 310                   | 324    | 336    | 345    | 363    | 372    | 386    | 401    | 403    | 422    |        |
| NÚMERO DE BODEGAS DE CRIANZA                                   | 103                   | 120    | 131    | 141    | 148    | 153    | 156    | 171    | 180    | 203    |        |
| NÚMERO DE BARRICAS (en miles)                                  | 547                   | 561    | 573    | 584    | 597    | 598    | 621    | 660    | 815    | 911    |        |

## ESTADÍSTICAS VITICULTURA Y BODEGAS:

1. EVOLUCIÓN DE LA VITIVINICULTURA EN LA D.O. CALIFICADA RIOJA
2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2014
3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2014 (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 - 2014 (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 - 2014
10. NÚMERO DE VITICULTORES 2014
11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12-2014 (HECTOLITROS)
12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2014 (HECTOLITROS)
13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2014 (HECTOLITROS)
14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS
15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31-12-2014
16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD Y COMERCIALIZACIÓN A 31-12-2014
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 1985-2014 (EN LITROS)
19. ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA EN 2014 (POR CATEGORÍAS Y POR CLASES DE VINO)
20. EXPORTACIÓN EN 2014 POR PAÍSES

| 2000   | 2001   | 2002   | 2003   | 2004   | 2005   | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 52.029 | 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 |
| 310,80 | 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 |
| 59,74  | 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  |
| 120,12 | 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 |
| 39,86  | 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 |
| 159,98 | 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 |
| 459,42 | 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 |
| 309,81 | 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 |
| 769,23 | 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 |
| 4,62   | 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   |
| 443    | 472    | 498    | 517    | 550    | 559    | 586    | 595    | 596    | 603    | 572    | 583    | 581    | 587    | 600    |
| 222    | 255    | 272    | 286    | 306    | 324    | 349    | 364    | 376    | 371    | 375    | 382    | 386    | 392    | 403    |
| 939    | 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  |

# ESTADÍSTICAS

## 2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2014

|                                | LA RIOJA    | ÁLAVA      | NAVARRA    | TOTAL       |
|--------------------------------|-------------|------------|------------|-------------|
| Variedades tintas (hectáreas)  | 39.183,81   | 12.290,37  | 6.287,28   | 57.761,47   |
| Producción tintas (kg)         | 262.619.317 | 81.558.119 | 42.675.967 | 386.853.403 |
| Rendimiento tintas (kg/ha)     | 6.702       | 6.636      | 6.788      | 6.697       |
| Variedades blancas (hectáreas) | 2.600,54    | 914,51     | 368,50     | 3.883,56    |
| Producción blancas (kg)        | 23.609.515  | 8.241.012  | 3.308.695  | 35.159.222  |
| Rendimiento blancas (kg/ha)    | 9.079       | 9.011      | 8.979      | 9.053       |
| Total blancas y tintas         | 41.784,35   | 13.204,89  | 6.655,78   | 61.645,03   |
| Hectáreas                      | 286.228.832 | 89.799.131 | 45.984.662 | 422.012.625 |
| Producción (kg)                | 6.850       | 6.800      | 6.909      | 6.846       |
| Rendimiento medio              |             |            |            |             |

## 3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2014 (LITROS)

| COMUNIDAD     | TIPO BODEGA  | TINTO       | ROSADO     | BLANCO     | TOTAL       |
|---------------|--------------|-------------|------------|------------|-------------|
| ÁLAVA         | COSECHEROS   | 6.757.370   | 6.346      | 119.167    | 6.882.883   |
|               | COOPERATIVAS | 8.575.885   | 192.035    | 518.105    | 9.286.025   |
|               | ALMACENISTAS | 1.508.432   | 6.203      | 167.337    | 1.681.972   |
|               | CRIADORES    | 52.781.216  | 2.164.739  | 4.358.570  | 59.304.525  |
|               | TOTAL        | 69.622.903  | 2.369.323  | 5.163.179  | 77.155.405  |
| LA RIOJA      | COSECHEROS   | 4.590.889   | 222.666    | 350.824    | 5.164.379   |
|               | COOPERATIVAS | 62.983.123  | 3.388.360  | 5.895.257  | 72.266.740  |
|               | ALMACENISTAS | 2.706.452   | 195.993    | 84.260     | 2.986.705   |
|               | CRIADORES    | 106.092.703 | 8.174.420  | 7.771.095  | 122.038.218 |
|               | TOTAL        | 176.373.167 | 11.981.439 | 14.101.436 | 202.456.042 |
| NAVARRA       | COSECHEROS   | 0           | 0          | 0          | 0           |
|               | COOPERATIVAS | 5.547.864   | 414.141    | 302.465    | 6.264.470   |
|               | ALMACENISTAS | 0           | 0          | 0          | 0           |
|               | CRIADORES    | 8.167.098   | 290.799    | 830.774    | 9.288.671   |
|               | TOTAL        | 13.714.962  | 704.940    | 1.133.239  | 15.553.141  |
| TOTAL CAMPAÑA | COSECHEROS   | 11.348.259  | 229.012    | 469.991    | 12.047.262  |
|               | COOPERATIVAS | 77.106.872  | 3.994.536  | 6.715.827  | 87.817.235  |
|               | ALMACENISTAS | 4.214.884   | 202.196    | 251.597    | 4.668.677   |
|               | CRIADORES    | 167.041.017 | 10.629.958 | 12.960.439 | 190.631.414 |
|               | TOTAL        | 259.711.032 | 15.055.702 | 20.397.854 | 295.164.588 |

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<br>(kg. de uva) | RENDIMIENTO MEDIO<br>(kg/ha) | ELABORACIÓN<br>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                      |

# ESTADÍSTICAS

## 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                 | 660,43              | 33,71   | 16      | CIDAMON                        | 60,83               | 0       | 0       |
| AGONCILLO              | 160,15              | 2,20    | 1       | CIHURI                         | 332,90              | 15,04   | 0       |
| AGUILAR DEL RÍO ALHAMA | 40,48               | 0       | 0       | CIRUEÑA                        | 26,59               | 1,55    | 0       |
| ALBELDA DE IREGUA      | 131,72              | 29,83   | 3       | CLAVIJO                        | 167,27              | 4,80    | 0       |
| ALBERITE               | 235,47              | 14,14   | 3       | CORDOVIN                       | 55,70               | 26,79   | 10      |
| ALCANADRE              | 485,66              | 13,94   | 4       | CORERA                         | 169,47              | 3,60    | 1       |
| ALDEANUEVA DE EBRO     | 1.382,30            | 10,26   | 16      | CORNAGO                        | 15,50               | 0       | 0       |
| ALESANCO               | 394,58              | 135,67  | 4       | CUZCURRETA DEL RÍO TIROL       | 527,29              | 55,04   | 6       |
| ALESON                 | 207,21              | 22,41   | 1       | DAROCA DE RIOJA                | 11,55               | 0,3     | 0       |
| ALFARO                 | 3.655,75            | 85,07   | 7       | ENTRENA                        | 616,54              | 77,22   | 5       |
| ANGUCIANA              | 50,23               | 1,52    | 0       | FONCEA                         | 14,60               | 0       | 0       |
| ARENZANA DE ABAJO      | 227,75              | 28,10   | 4       | FONZALECHE                     | 288,03              | 16,04   | 1       |
| ARENZANA DE ARRIBA     | 172,09              | 13,18   | 0       | FUENMAYOR                      | 1.466,53            | 69,14   | 27      |
| ARNEDILLO              | 2,11                | 0       | 0       | GALBARRULI                     | 129,25              | 2,96    | 1       |
| ARNEDO                 | 325,54              | 4,26    | 2       | GALILEA                        | 169,45              | 5,00    | 1       |
| ARRUBAL                | 4,97                | 0       | 0       | GIMILEO                        | 97,46               | 3,49    | 1       |
| AUSEJO                 | 1.468,36            | 28,35   | 2       | GRÁVALOS                       | 24,01               | 7,92    | 0       |
| AUTOL                  | 948,04              | 14,11   | 2       | HARO                           | 1.044,30            | 82,91   | 19      |
| AZOFRA                 | 399,49              | 31,03   | 1       | HERCE                          | 79,66               | 0,45    | 0       |
| BADARAN                | 412,74              | 54,14   | 6       | HERRAMELLURI                   | 9,29                | 0       | 0       |
| BAÑARES                | 96,36               | 0,19    | 0       | HERVIAS                        | 37,98               | 0,94    | 1       |
| BAÑOS DE RIOJA         | 68,98               | 13,14   | 1       | HORMILLA                       | 298,15              | 22,29   | 6       |
| BAÑOS DE RIO TOBIA     | 152,57              | 36,27   | 4       | HORMILLEJA                     | 192,10              | 20,85   | 1       |
| BERCEO                 | 11,98               | 0,63    | 0       | HORNOS DE MONCALVILLO          | 140,13              | 24,27   | 1       |
| BERGASA                | 221,99              | 7,70    | 0       | HUERCANOS                      | 1.154,90            | 79,87   | 2       |
| BERGASILLAS BAJERA     | 7,60                | 0,01    | 0       | IGEA                           | 112,70              | 0       | 0       |
| BEZARES                | 3,61                | 0,05    | 0       | LAGUNILLA DE JUBERA            | 130,71              | 3,60    | 1       |
| BOBADILLA              | 18,62               | 2,15    | 2       | LARDERO                        | 61,46               | 2,80    | 0       |
| BRIÑAS                 | 96,77               | 4,25    | 6       | LEIVA                          | 24,65               | 2,35    | 0       |
| BRIONES                | 1.225,67            | 66,77   | 10      | LEZA DEL RIO LEZA              | 7,26                | 0,59    | 0       |
| CALAHORRA              | 689,99              | 8,93    | 3       | LOGROÑO                        | 995,89              | 82,32   | 14      |
| CAMPROVIN              | 143,29              | 28,56   | 0       | MANJARRES                      | 170,66              | 21,38   | 0       |
| CANILLAS DE RIO TUERTO | 91,83               | 20,97   | 0       | MATUTE                         | 7,88                | 0,07    | 0       |
| CAÑAS                  | 99,80               | 11,64   | 0       | MEDRANO                        | 267,09              | 32,24   | 0       |
| CARDENAS               | 111,41              | 40,72   | 4       | MIRANDA DE EBRO ('El Ternero') | 56,20               | 2,8     | 1       |
| CASALARREINA           | 69,30               | 4,35    | 1       | MURILLO DE RÍO LEZA            | 738,26              | 6,24    | 2       |
| CASTAÑARES DE RIOJA    | 14,09               | 1,49    | 0       | NAJERA                         | 855,67              | 135,81  | 2       |
| CELLORIGO              | 42,52               | 0,76    | 0       | NALDA                          | 114,44              | 29,63   | 2       |
| CENICERO               | 1.937,53            | 98,19   | 11      | NAVARRETE                      | 947,85              | 98,73   | 13      |
| CERVERA DE RÍO ALHAMA  | 357,73              | 0,54    | 2       | OCÓN                           | 489,01              | 30,84   | 0       |

# VITICULTURA

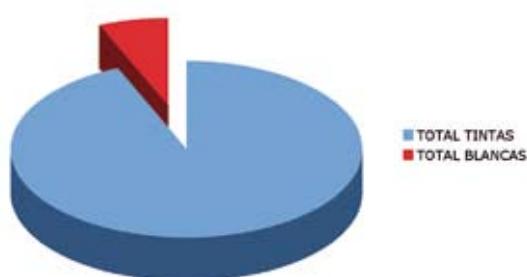
## 5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS Y BODEGAS EMBOTELLADORAS

| LA RIOJA                    | Hectáreas de viñedo |                 | Bodegas    |                           | Hectáreas de viñedo |                 | Bodegas    |
|-----------------------------|---------------------|-----------------|------------|---------------------------|---------------------|-----------------|------------|
|                             | TINTAS              | BLANCAS         |            |                           | TINTAS              | BLANCAS         |            |
| OCHANDURI                   | 33,32               | 0,90            | 0          |                           |                     |                 |            |
| OLLAURI                     | 80,73               | 6,77            | 5          |                           |                     |                 |            |
| PRADEJON                    | 242,03              | 0,41            | 1          |                           |                     |                 |            |
| PREJANO                     | 10,87               | 0,50            | 0          | BAÑOS DE EBRO             | 461,67              | 51,01           | 24         |
| QUEL                        | 494,60              | 3,65            | 2          | BARRIOBUSTO               | 195,64              | 25,16           | 1          |
| EL REDAL                    | 245,56              | 2,31            | 0          | CRIPAN                    | 169,03              | 9,06            | 3          |
| RIBAFRECHA                  | 362,50              | 15,70           | 1          | ELCIEGO                   | 1.049,41            | 45,47           | 18         |
| RINCÓN DE SOTO              | 198,70              | 0,63            | 2          | ELVILLAR DE ÁLAVA         | 798,09              | 63,02           | 12         |
| RODEZNO                     | 461,18              | 4,83            | 2          | LABASTIDA                 | 1.044,24            | 66,51           | 17         |
| SAJAZARRA                   | 317,34              | 4,42            | 4          | LABRAZA                   | 112,06              | 14,61           | 0          |
| SAN ASENSIO                 | 1.528,33            | 314,63          | 15         | LAGUARDIA                 | 3.361,52            | 232,28          | 61         |
| SAN MILLAN DE YÉCORA        | 9,20                | 0,71            | 0          | LANCIEGO                  | 1.031,07            | 91,22           | 18         |
| SANTA COLOMA                | 5,12                | 2,5             | 0          | LAPUEBLA DE LABARCA       | 299,58              | 25,50           | 32         |
| SANTA ENGRACIA DE JUBERA    | 279,36              | 6,38            | 0          | LEZA                      | 369,30              | 30,10           | 7          |
| SANTA EULALIA BAJERA        | 10,34               | 0               | 0          | MOREDA                    | 281,32              | 29,11           | 2          |
| SAN TORCUATO                | 12,65               | 1,20            | 0          | NAVARIDAS                 | 582,40              | 50,81           | 8          |
| SAN VICENTE DE LA SONSIERRA | 1.721,01            | 73,88           | 32         | OYON                      | 920,33              | 48,73           | 9          |
| SOJUELA                     | 99,05               | 28,39           | 1          | SALINILLAS DE BURADON     | 48,98               | 3,01            | 0          |
| SORZANO                     | 70,68               | 7,18            | 0          | SAMANIEGO                 | 485,20              | 49,04           | 12         |
| SOTES                       | 243,29              | 19,51           | 1          | VILLABUENA DE ÁLAVA       | 493,64              | 53,62           | 36         |
| TIRGO                       | 146,75              | 3,17            | 2          | YECORA                    | 535,50              | 22,14           | 4          |
| TORMANTOS                   | 22,85               | 1,3             | 0          | TOTAL ÁLAVA               | 12.239              | 910,43          | 264        |
| TORRECILLA SOBRE ALESANCO   | 141,28              | 20,65           | 0          |                           |                     |                 |            |
| TORREMONTALBO               | 211,47              | 36,25           | 1          |                           |                     |                 |            |
| TREVIANA                    | 118,19              | 5,09            | 0          |                           |                     |                 |            |
| TRICIO                      | 142,83              | 17,65           | 0          |                           |                     |                 |            |
| TUDELILLA                   | 693,09              | 9,78            | 4          |                           |                     |                 |            |
|                             |                     |                 |            | NAVARRA                   |                     |                 |            |
| URUÑUELA                    | 745,71              | 49,55           | 7          | ANDOSILLA                 | 904,55              | 64,19           | 3          |
| VENTOSA                     | 195,34              | 15,28           | 2          | ARAS                      | 76,37               | 10,98           | 1          |
| VIGUERA                     | 2,24                | 0               | 0          | AZAGRA                    | 1.413,22            | 53,68           | 3          |
| VILLALBA DE RIOJA           | 306,41              | 13,01           | 1          | BARGOTA                   | 384,16              | 21,16           | 1          |
| VILLAMEDIANA DE IREGUA      | 310,83              | 19,54           | 3          | MENDAVIA                  | 1.472,38            | 71,24           | 3          |
| EL VILLAR DE ARNEDO         | 257,76              | 1,54            | 3          | SAN ADRIAN                | 579,07              | 26,69           | 2          |
| VILLAR DE TORRE             | 35,42               | 2,09            | 0          | SARTAGUDA                 | 22,21               | 0,08            | 0          |
| VILLAROYA                   | 2,89                | 0               | 0          | VIANA                     | 1.398,33            | 102,43          | 2          |
| ZARRATON                    | 225,05              | 10,07           | 0          | TOTAL NAVARRA             | 6.250,28            | 350,45          | 15         |
| <b>TOTAL LA RIOJA</b>       | <b>38.919,95</b>    | <b>2.538,65</b> | <b>320</b> | <b>TOTAL D.O.Ca.RIOJA</b> | <b>57.409,23</b>    | <b>3.799,53</b> | <b>600</b> |

# ESTADÍSTICAS

## 6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2014 (EN HECTÁREAS)

| BLANCAS            | La Rioja | % S/T  | Álava  | % S/T  | Navarra | % S/T  | Total    | % S/blancas | % S/ Total viñedo |
|--------------------|----------|--------|--------|--------|---------|--------|----------|-------------|-------------------|
| VIURA              | 2.484,85 | 85,80% | 889,75 | 96,83% | 194,24  | 45,92% | 3.568,84 | 84,21%      | 5,62%             |
| MALVASÍA           | 59,15    | 2,04%  | 13,96  | 1,52%  | 3,63    | 0,86%  | 76,74    | 1,81%       | 0,12%             |
| GARNACHA BLANCA    | 32,32    | 1,12%  | 1,18   | 0,13%  | 2,70    | 0,64%  | 36,20    | 0,85%       | 0,06%             |
| TEMPRANILLO BLANCO | 83,92    | 2,90%  | 6,45   | 0,70%  | 64,96   | 15,36% | 155,33   | 3,67%       | 0,24%             |
| MATURANA BLANCA    | 13,90    | 0,48%  | 0,00   | 0,00%  | 0,99    | 0,23%  | 14,89    | 0,35%       | 0,02%             |
| VERDEJO            | 73,18    | 2,53%  | 1,85   | 0,20%  | 106,20  | 25,11% | 181,23   | 4,28%       | 0,29%             |
| TURRUNTÉS          | 1,92     | 0,07%  | 0,00   | 0,00%  | 0,00    | 0,00%  | 1,92     | 0,05%       | 0,00%             |
| CHARDONNAY         | 36,72    | 1,27%  | 0,89   | 0,10%  | 34,75   | 8,22%  | 72,36    | 1,71%       | 0,11%             |
| SAUVIGNON BLANC    | 63,93    | 2,21%  | 0,49   | 0,05%  | 13,78   | 3,26%  | 78,20    | 1,85%       | 0,12%             |
| OTRAS BLANCO       | 46,06    | 1,59%  | 4,30   | 0,47%  | 1,75    | 0,41%  | 52,11    | 1,23%       | 0,08%             |
| TOTAL BLANCO       | 2.895,95 | 100%   | 918,87 | 100%   | 423,00  | 100%   | 4.237,82 | 100%        | 6,67%             |



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

|          | Nº Parcelas | 2011/2014 | 2006/2010 | 2001/2005 | 1996/2000 | 1991/1995 | 1986/1990 | 1981/1985 | 1976/1980 | .../1975 | TOTAL     |
|----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| LA RIOJA | 81.197      | 2.605,88  | 4.388,45  | 7.602,53  | 8.414,13  | 4.562,62  | 5.359,08  | 3.438,49  | 1.755,89  | 5.298,97 | 43.426,09 |
| ÁLAVA    | 28.467      | 196,83    | 864,85    | 2.038,22  | 1.772,30  | 1.080,25  | 1.536,31  | 1.831,06  | 663,83    | 3.285,75 | 13.269,43 |
| NAVARRA  | 9.045       | 417,60    | 667,13    | 1.848,76  | 1.719,68  | 474,04    | 1.001,28  | 426,46    | 100,59    | 191,32   | 6.846,89  |
| TOTAL    | 118.709     | 3.220,31  | 5.920,45  | 11.489,52 | 11.906,11 | 6.116,93  | 7.896,68  | 5.696,02  | 2.520,32  | 8.776,05 | 63.542,42 |

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

| Viñedo inscrito<br>a 31-12-1983 | VARIACIONES |       |       |       |       |      |      |       |      |       |       |       |      |      |       |      |       |
|---------------------------------|-------------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|------|-------|-------|-------|------|------|-------|------|-------|
|                                 | 1984        | 1985  | 1986  | 1987  | 1988  | 1989 | 1990 | 1991  | 1992 | 1993  | 1994  | 1995  | 1996 | 1997 | 1998  | 1999 |       |
| 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 |
| Álava                           | 8.039       | 596   | 333   | 468   | 291   | 96   | 43   | 395   | -40  | 72    | 205   | 269   | 61   | -13  | 342   | 288  | 210   |
| Navarra                         | 2.915       | 135   | -14   | 84    | -28   | 539  | 249  | 600   | 271  | 161   | 166   | -92   | -88  | -149 | -48   | 189  | 470   |
| 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 |

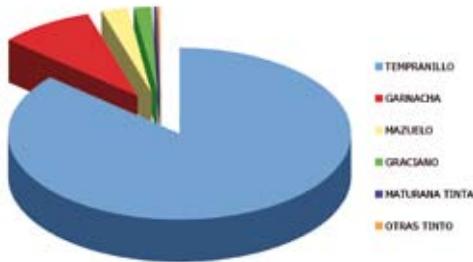
# VITICULTURA

## 6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2014 (EN HECTÁREAS)

| TINTAS             | La Rioja         | % S/T       | Álava            | % S/T       | Navarra         | % S/T       | Total            | %S/tintas   | % S/ Total viñedo |
|--------------------|------------------|-------------|------------------|-------------|-----------------|-------------|------------------|-------------|-------------------|
| TEMPRANILLO        | 34.334,84        | 84,71%      | 11.906,75        | 96,41%      | 5.437,54        | 84,65%      | 51.679,13        | 87,14%      | 81,33%            |
| GARNACHA           | 4.335,19         | 10,70%      | 132,51           | 1,07%       | 445,40          | 6,93%       | 4.913,10         | 8,28%       | 7,73%             |
| MAZUELO            | 966,88           | 2,39%       | 105,13           | 0,85%       | 267,74          | 4,17%       | 1.339,75         | 2,26%       | 2,11%             |
| GRACIANO           | 720,87           | 1,78%       | 161,76           | 1,31%       | 233,07          | 3,63%       | 1.115,70         | 1,88%       | 1,76%             |
| MATURANA TINTA     | 80,79            | 0,20%       | 3,64             | 0,03%       | 6,92            | 0,11%       | 91,35            | 0,15%       | 0,14%             |
| OTRAS TINTO        | 91,56            | 0,23%       | 40,78            | 0,33%       | 33,23           | 0,52%       | 165,57           | 0,28%       | 0,26%             |
| <b>TOTAL TINTO</b> | <b>40.530,13</b> | <b>100%</b> | <b>12.350,57</b> | <b>100%</b> | <b>6.423,90</b> | <b>100%</b> | <b>59.304,60</b> | <b>100%</b> | <b>93,33%</b>     |

|                            | La Rioja         | % S/T        | Álava            | % S/T         | Navarra         | % S/T         | Total            |
|----------------------------|------------------|--------------|------------------|---------------|-----------------|---------------|------------------|
| <b>TOTAL D.O.Ca. RIOJA</b> | <b>43.426,08</b> | <b>68,34</b> | <b>13.269,44</b> | <b>21,04%</b> | <b>6.846,90</b> | <b>10,62%</b> | <b>63.542,42</b> |

**VARIEDADES TINTAS**



**10. NÚMERO DE VITICULTORES 2014**

|              | SOCIOS DE COOPERATIVAS | NO SOCIOS    |
|--------------|------------------------|--------------|
| LA RIOJA     | 5.745                  | 6.487        |
| ÁLAVA        | 494                    | 2.244        |
| NAVARRA      | 584                    | 859          |
| <b>TOTAL</b> | <b>6.823</b>           | <b>9.590</b> |

## 9. DISTRIBUCIÓN DE VIÑEDOS SEGÚN TAMAÑO DE PARCELAS - 2014

| 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                 | 12.697 | 31.934    | 32.974    | 25.672    | 12.163    | 2.372    | 447      | 262      | 81      | 53     | 44     | 8      | 2      | 118.709   |
| % S/TOTAL                   | 10,70  | 26,90     | 27,78     | 21,63     | 10,25     | 2,00     | 0,38     | 0,22     | 0,07    | 0,04   | 0,04   | 0,01   | 0      | 100,00    |
| SUPERFICIE                  | 778,48 | 5.493,88  | 11.797,83 | 17.659,84 | 16.002,91 | 5.827,44 | 1.836,72 | 1.561,98 | 697,33  | 633,95 | 850,40 | 292,34 | 109,28 | 63.542,42 |
| % S/TOTAL                   | 1,23   | 8,65      | 18,57     | 27,79     | 25,18     | 9,17     | 2,89     | 2,46     | 1,10    | 1,00   | 1,34   | 0,46   | 0,17   | 100,00    |

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

| VARIACIONES |       |       |      |       |      |      |      |      |      |      |         |         |         | Viñedo inscrito a 31-12-2014 |           |
|-------------|-------|-------|------|-------|------|------|------|------|------|------|---------|---------|---------|------------------------------|-----------|
| 2000        | 2001  | 2002  | 2003 | 2004  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011    | 2012    | 2013    | 2014                         |           |
| 1.630       | 2.398 | 1.029 | -10  | 533   | -29  | -17  | 115  | 197  | -540 | 449  | -176,46 | -496,94 | -151,26 | 457,19                       | 43.426,08 |
| 400         | 323   | 414   | -65  | 434   | -153 | -98  | 73   | -49  | 140  | 220  | 134,9   | -90,94  | -18,29  | -50,09                       | 13.269,44 |
| 246         | 6     | 379   | 229  | 360   | 204  | -10  | 11   | -11  | 24   | 14   | -33,4   | 60,79   | 9,37    | -2,07                        | 6.846,90  |
| 2.276       | 2.727 | 1.822 | 154  | 1.327 | 22   | -125 | 199  | 22   | -377 | 683  | -74,95  | -527,10 | -160,18 | 405,03                       | 63.542,42 |

# ESTADÍSTICAS

| 11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12- 2014 (EN HECTOLITROS) |            |              |              |              |              |
|---|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TIPO  | COSECHEROS | COOPERATIVAS | ALMACENISTAS | CREADORES    | TOTAL        |
| Blanco  | 3.762,13   | 31.672,38    | 2.000,57     | 194.066,74   | 231.501,82   |
| Rosado  | 2.768,23   | 34.664,48    | 2.286,75     | 132.760,35   | 172.479,81   |
| Tinto   | 119.704,92 | 942.380,29   | 49.274,53    | 6.332.468,28 | 7.443.828,02 |
| TOTAL   | 126.235,28 | 1.008.717,15 | 53.561,85    | 6.659.295,37 | 7.847.809,65 |

## 12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2014 (EN HECTOLITROS)

| DEPÓSITO     | BARRICA      | DEPÓSITO (crianza)* | BOTELLERO  | TOTAL.       |
|--------------|--------------|---------------------|------------|--------------|
| 3.383.525,88 | 2.443.233,64 | 1.285.023,58        | 736.026,55 | 7.847.809,65 |

\* Vinos de crianza almacenados en depósito

## 13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2014 (EN HECTOLITROS)

| AÑADA | TOTAL EXISTENCIAS | AÑADA | TOTAL EXISTENCIAS | AÑADA | TOTAL EXISTENCIAS |
|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|
| CA    | 5.837,94          | 1991  | 314,08            | 2004  | 30.065,60         |
| CVC   | 4.595,17          | 1992  | 92,43             | 2005  | 47.539,26         |
| 1980  | 254,64            | 1993  | 131,98            | 2006  | 33.256,04         |
| 1981  | 1.256,58          | 1994  | 2.581,76          | 2007  | 57.642,39         |
| 1982  | 327,24            | 1995  | 1.391,16          | 2008  | 121.282,89        |
| 1983  | 116,87            | 1996  | 441,23            | 2009  | 242.146,06        |
| 1984  | 14,88             | 1997  | 202,98            | 2010  | 494.356,01        |
| 1985  | 212,76            | 1998  | 1.876,08          | 2011  | 943.746,97        |
| 1986  | 239,41            | 1999  | 1.463,01          | 2012  | 1.291.677,03      |
| 1987  | 293,30            | 2000  | 3.742,45          | 2013  | 1.602.593,30      |
| 1988  | 101,85            | 2001  | 14.024,91         | 2014  | 2.932.033,54      |
| 1989  | 95,98             | 2002  | 2.107,17          | TOTAL | 7.847.809,65      |
| 1990  | 86,20             | 2003  | 9.668,50          |       |                   |

## 14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS

| AÑO  | TOTAL BARRICAS | AÑO  | TOTAL BARRICAS |
|------|----------------|------|----------------|
| 1990 | 546.615        | 2009 | 1.286.738      |
| 1995 | 598.000        | 2010 | 1.292.261      |
| 2000 | 939.454        | 2011 | 1.290.226      |
| 2005 | 1.161.331      | 2012 | 1.277.696      |
| 2007 | 1.239.291      | 2013 | 1.262.296      |
| 2008 | 1.261.022      | 2014 | 1.284.672      |



Evolución año 2014:

Altas: 66.388

Bajas: -44.012

Diferencia: 22.376

El número total de barricas de roble de 225 litros para la crianza a 31-12-2014 era de 1.284.672, con un incremento de 22.376 sobre el año anterior.

# BODEGAS

15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31-12-2014

| TITULARES    | LA RIOJA |      | ÁLAVA |      | NAVARRA |      | TOTAL |      | BOD. CON REGISTRO DE EMBOTELLADOR |      |
|--------------|----------|------|-------|------|---------|------|-------|------|-----------------------------------|------|
|              | 2014     | 2013 | 2014  | 2013 | 2014    | 2013 | 2014  | 2013 | 2014                              | 2013 |
| Criadores    | 227      | 225  | 153   | 154  | 14      | 12   | 394   | 391  | 403                               | 395  |
| Almacenistas | 33       | 37   | 30    | 26   | 0       | 1    | 63    | 64   | 47                                | 45   |
| Cooperativas | 28       | 28   | 7     | 7    | 3       | 3    | 38    | 38   | 28                                | 28   |
| Cosecheros   | 138      | 134  | 169   | 171  | 0       | 1    | 307   | 306  | 122                               | 119  |
| Totales      | 426      | 424  | 359   | 358  | 17      | 17   | 802   | 799  | 600                               | 587  |

16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN A 31-12-2014

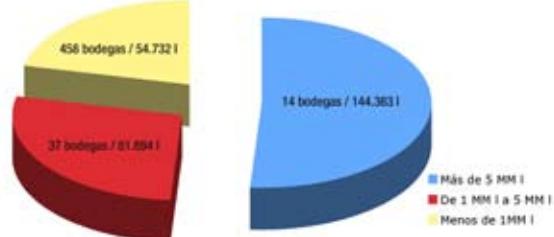
| TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN | Nº de bodegas | % s/ total bodegas | % acumulado | Ventas 2014 (miles de litros) | % s/ total ventas | % acumulado |
|----------------------------|---------------|--------------------|-------------|-------------------------------|-------------------|-------------|
| Más de 10 millones de l.   | 4             | 0,8                | 0,8         | 64.610                        | 23                | 23          |
| De 5 a 10 millones de l.   | 10            | 2                  | 2,8         | 79.753                        | 28,4              | 51,4        |
| De 1 a 5 millones de l.    | 37            | 7,2                | 10          | 81.694                        | 29                | 80,4        |
| De 0,5 a 1 millones de l.  | 26            | 5                  | 15          | 18.290                        | 6,6               | 87          |
| Hasta 0,5 millones de l.   | 432           | 85                 | 100%        | 36.442                        | 13                | 100%        |
| TOTAL                      | 509           | 100%               |             | 280.789                       | 100%              |             |

(NOTA: El número de bodegas embotelladoras comercialmente activas en 2014 fue de 509)

16. BODEGAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD A 31-12-2014

| TRAMOS DE CAPACIDAD | HASTA 1 MM.I. | DE 1 A 3 MM.I.. | DE 3 A 5 MM.I. | DE 5 A 10 MM.I. | MÁS DE 10 MM.I.. | TOTAL |
|---------------------|---------------|-----------------|----------------|-----------------|------------------|-------|
| Criadores           | 251           | 79              | 23             | 17              | 24               | 394   |
| Almacenistas        | 59            | 4               | 0              | 0               | 0                | 63    |
| Cooperativas        | 0             | 10              | 7              | 14              | 7                | 38    |
| Cosecheros          | 304           | 3               | 0              | 0               | 0                | 307   |
| Totales             | 614           | 96              | 30             | 31              | 31               | 802   |

BODEGAS POR TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN



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 |
|              |               |             |               |
| 2014         | 1.119.318.994 | 289.660.140 | 1.408.979.134 |
| Criadores    | 784.664.493   | 280.360.365 | 1.065.024.858 |
| Almacenistas | 19.828.199    | 0           | 19.828.199    |
| Cooperativas | 256.942.320   | 9.299.775   | 266.242.095   |
| Cosecheros   | 57.883.982    | 0           | 57.883.982    |

# ESTADÍSTICAS

| 18. EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA 1985-2014 (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   |

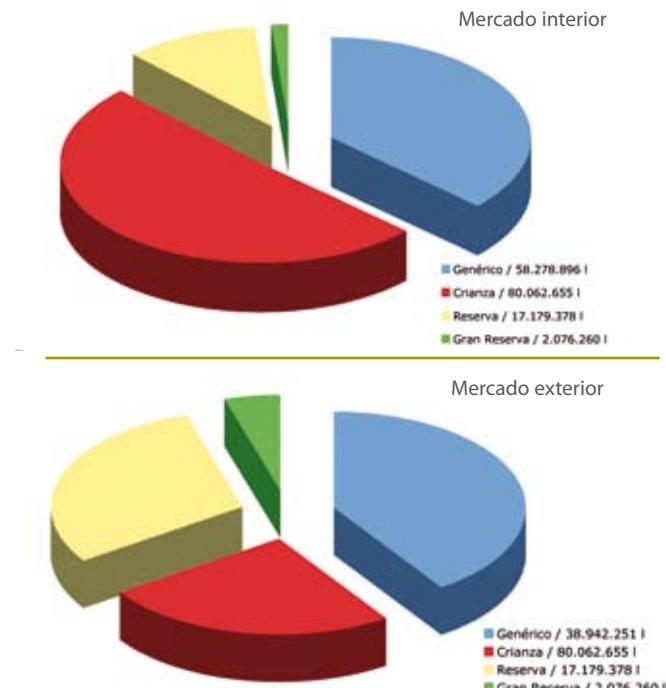
# COMERCIALIZACIÓN

## 19. ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACION 2014

| VINOS TINTOS POR CATEGORÍAS |          |             |          |
|-----------------------------|----------|-------------|----------|
| Categoría                   | Mercado  | Litros 2014 | % s/2013 |
| Sin Crianza                 | Interior | 58.278.896  | -7,30    |
|                             | Exterior | 38.942.251  | 8,90     |
|                             | Total    | 97.221.147  | -1,42    |
| Crianza                     | Interior | 80.062.655  | 2,32     |
|                             | Exterior | 23.821.993  | 1,54     |
|                             | Total    | 103.884.648 | 2,14     |
| Reserva                     | Interior | 17.179.378  | 4,51     |
|                             | Exterior | 28.547.972  | 1,64     |
|                             | Total    | 45.727.350  | 2,70     |
| Gran Reserva                | Interior | 2.076.260   | 49,94    |
|                             | Exterior | 4.601.249   | 2,16     |
|                             | Total    | 6.677.509   | 13,39    |
| Total                       | Interior | 157.597.189 | -0,84    |
|                             | Exterior | 95.913.465  | 4,47     |
|                             | Total    | 253.510.654 | 1,10     |

| TIPOS DE VINO POR COLORES |          |             |          |
|---------------------------|----------|-------------|----------|
| Tipo                      | Mercado  | Litros 2014 | % s/2013 |
| Blanco                    | Interior | 10.054.718  | 27,84    |
|                           | Exterior | 4.803.503   | -7,74    |
|                           | Total    | 14.858.221  | 13,67    |
| Rosado                    | Interior | 7.351.354   | -10,04   |
|                           | Exterior | 5.069.195   | -2,01    |
|                           | Total    | 12.420.549  | -6,93    |
| Tinto                     | Interior | 157.597.189 | -0,84    |
|                           | Exterior | 95.913.465  | 4,47     |
|                           | Total    | 253.510.654 | 1,10     |
| TOTAL                     | Interior | 175.003.261 | 0,02     |
|                           | Exterior | 105.786.163 | 3,52     |
|                           | Total    | 280.789.424 | 1,31     |

## COMERCIALIZACION VINOS TINTOS POR CATEGORÍAS 2014



| 20. EXPORTACIÓN EN 2014 POR PAÍSES |             |           |
|------------------------------------|-------------|-----------|
| País                               | Litros      | % s/Total |
| Reino Unido                        | 36.166.582  | 34,19     |
| Alemania                           | 18.792.844  | 17,76     |
| Estados Unidos                     | 10.277.995  | 9,72      |
| Suiza                              | 6.485.063   | 6,13      |
| Holanda                            | 3.553.365   | 3,36      |
| Suecia                             | 3.155.060   | 2,98      |
| Bélgica                            | 2.866.489   | 2,71      |
| México                             | 2.660.656   | 2,52      |
| Canadá                             | 2.506.106   | 2,37      |
| Rusia                              | 2.442.647   | 2,31      |
| Resto países                       | 16.879.356  | 15,95     |
| Total 2014                         | 105.786.163 | 100%      |



Denominación de Origen Calificada

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