

# MEMORIA 2012

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:	
- Composición y funciones del Consejo Regulador .....	5
- Pleno y Comisiones.....	6
- Organigrama.....	10
- Acuerdos del Pleno.....	11
Los recursos económicos del Consejo.....	20
Memoria de actividades por departamentos:	
- Servicios Administrativos.....	24
- Asesoría Jurídica.....	25
- Servicios Técnicos: .....	28
A) Servicios de Inspección.....	30
B) Sección Informática.....	34
- Comunicación y Promoción.....	36
Comercialización:	
- Rioja logra mantener sus ventas por encima de los 355 millones de botellas por tercer año consecutivo .....	62
- Informe Nielsen. Rioja monopoliza el mercado español de vinos tintos con crianza .....	64
El Consejo Regulador valora como 'Muy Buena' la cosecha de Rioja 2012 .....	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

En un año en el que las incertidumbres provocadas por la crisis económica se sumaron a las originadas por una climatología complicada para nuestra viticultura, es motivo de satisfacción el poder hablar de un balance final razonablemente positivo. Por un lado, el volumen total de ventas se mantuvo respecto al año anterior gracias al incremento de las exportaciones, que supuso alcanzar un nuevo récord histórico. Por otro lado, el resultado de la cosecha, calificada 'Muy Buena', fue mucho mejor, tanto en cantidad como sobre todo en calidad, de lo que permitía prever al comienzo de la vendimia la situación de una parte del viñedo, que afortunadamente cambió gracias a unas lluvias muy oportunas, así como a la gran profesionalidad demostrada por viticultores y bodegas a la hora de planificar el desarrollo y ejecución de la vendimia. El compromiso de nuestra Denominación de Origen con una política de mejora continua de la calidad es uno de los factores clave que explican el prestigio del que goza el vino de Rioja entre los consumidores y el posicionamiento alcanzado en los mercados internacionales, donde sigue siendo el referente de los vinos españoles de calidad.

Nuestra respuesta ante la evolución de los mercados ha sido mantener un importante esfuerzo inversor en promoción, actitud proactiva que nos está permitiendo garantizar la continuidad de uno de los pilares básicos de nuestro Plan Estratégico, como es crecer en la exportación. El apoyo a esta política por parte de una gran mayoría de las organizaciones del sector es sin duda un ejercicio de responsabilidad. Fruto de este gran esfuerzo promocional, nuestra Denominación ha obtenido varios premios de gran relevancia en países como Gran Bretaña y Estados Unidos, donde ha sido reconocida como región vinícola del año, premios importantes por lo que representan de confirmación del éxito comercial y de imagen de nuestros vinos en esos países. Pero también considero que poseen un especial valor algunos reconocimientos recibidos en nuestra propia tierra, pues no son fáciles de obtener, ya que quizás nos falte un poco del 'chauvinismo' francés para sentirnos muy orgullosos de lo que tenemos, de lo que somos y de lo que hemos conseguido con nuestro modelo



Víctor Pascual Artacho, presidente del Consejo Regulador.

de denominación, fruto del esfuerzo y bien hacer de varias generaciones.

Aunque alcanzar el récord histórico en exportación y vinos criados en la difícil situación económica actual pone de manifiesto la gran fortaleza de la marca 'Rioja' y la buena preparación y flexibilidad del sector vitivinícola riojano para adaptarse a las exigencias del mercado, nuestro objetivo prioritario sigue siendo afianzar el posicionamiento del vino de Rioja en los segmentos de más valor añadido. Para conseguirlo está resultando decisiva la inversión promocional y el equilibrio que hemos sabido mantener entre la tradición y la capacidad de adaptación al mercado. Resulta muy significativo el hecho de que, en este pasado año 2012, varios periodistas de las publicaciones más importantes de Estados Unidos, a raíz del crecimiento de nuestras exportaciones de reservas y grandes reservas a ese país, hayan valorado esta demanda de los consumidores como un triunfo de los vinos elegantes sobre la tendencia mundial de vinos de gran intensidad. Tenemos, por tanto, una gran oportunidad en los mercados exteriores, donde no solo se valora la buena relación calidad – precio de nuestros vinos, sino también la percepción en ellos



# PRESENTACIÓN

de una calidad diferenciada que responde a la evolución de la demanda, mostrando nuestra capacidad para captar las tendencias de consumo y adaptarnos a ellas sin perder nuestras señas de identidad.

Entre las buenas noticias para la vitivinicultura hay que destacar los nuevos posicionamientos en el seno de la Unión Europea acerca de la liberalización de plantaciones de viñedo prevista en la actual OCM del Vino para el año 2015. Una liberalización que en caso de llevarse a cabo supondría una grave amenaza para las zonas vitivinícolas europeas de calidad y que podría posponerse al año 2030, manteniendo los derechos de plantación controlados por las interprofesionales y administrados por los gobiernos de cada Estado, tal como se ha venido pidiendo con insistencia desde el sector vitivinícola riojano y han defendido los principales países productores de vino de la Unión Europea. A pesar de las incertidumbres que todavía acechan sobre cómo se llevarán a cabo los planes de la Comisión Europea, es un hecho el cambio respecto a lo que se opinaba hace apenas unos meses, cuando sólo se hablaba de liberalización.

También en el ámbito legislativo, 2012 puede considerarse un nuevo año en blanco para la solución de los problemas que arrastramos desde hace una década en relación a la personalidad jurídica del Consejo Regulador. El anuncio de una nueva Ley de Denominaciones de Origen podría poner fecha relativamente cercana a la solución de esta antigua reivindicación. Confío en que nuestros legisladores muestren la sensibilidad necesaria y el sector vitivinícola riojano alcance definitivamente el objetivo de preservar los aspectos fundamentales del modelo actual de Rioja, que ha demostrado sobradamente su eficacia e idoneidad. Es algo que unánimemente hemos considerado imprescindible para que Rioja pueda seguir desarrollándose y disponga de la seguridad jurídica que nos garantice una competencia leal en el mercado.

El proceso abierto para la renovación de la Interprofesional y del Pleno del Consejo Regulador, aún inconcluso a la hora de cerrar la redacción de esta memoria anual a causa de los

desencuentros entre diferentes organizaciones, especialmente entre las de productores, ha consumido durante el pasado 2012 demasiadas energías, que debíamos haber dedicado prioritariamente a afrontar los problemas derivados de la crisis económica y la evolución de los mercados. Así lo he manifestado en reiteradas ocasiones en las reuniones plenarias, instando a las asociaciones del sector a la búsqueda de acuerdos que dieran estabilidad a nuestra situación interna para poder afrontar con garantías los desafíos que nos llegan del exterior.

Tengo plena confianza en que finalmente será así, porque históricamente nuestro sector ha sabido estar a la altura de las circunstancias y ha encontrado siempre las salidas más adecuadas a las situaciones más difíciles, como sin duda lo es la que atravesamos en la actualidad. Desde la perspectiva que me ofrece el haber dedicado casi medio siglo de actividad laboral al mundo del vino, solo puedo expresar mi convencimiento de que hemos conseguido asentar nuestro modelo de Denominación sobre unas sólidas bases y que los responsables de gestionar este valioso patrimonio en el futuro tendrán la capacidad de liderazgo y visión de futuro necesarios para seguir haciendo grande el nombre de Rioja y generar riqueza para nuestra región.

Porque, como dije en el homenaje que tributó el Consejo Regulador a tres destacados líderes de nuestra Denominación de Origen en la localidad de Aldeanueva de Ebro, el factor humano ha sido la clave en el desarrollo histórico del vino de Rioja y lo que ha marcado la diferencia respecto a otras zonas vinícolas. Gentes que han sabido crear, innovar y analizar el contexto para reaccionar de la forma más adecuada en cada etapa que les ha tocado vivir. Y al igual que hice con motivo de dicho acto de homenaje, animo a seguir su ejemplo y aprender que es posible adaptarse y reinventarse, sin perder los rasgos de identidad, siguiendo nuestro lema de 'innovar en la tradición', algo que en estos momentos necesita nuestra Denominación, que no se juega ya su futuro sino su presente, porque nunca el presente ha sido tan cambiante.



# CONSEJO REGULADOR UNA ORGANIZACIÓN AL SERVICIO DE LA DENOMINACIÓN

## Composición y funciones del Consejo Regulador

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

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

produczan; 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.





Visita al Consejo Regulador del ministro de Agricultura, Miguel Arias Cañete, acompañado de las autoridades de las tres comunidades autónomas de la Denominación, el 5 de marzo de 2013.

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

##### **GRUPO RIOJA (66 votos y 9 vocales)**

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

##### **ABC (11 votos y 2 vocales)**

D. Iñigo Torres Andrés  
D. Enrique Ayala Herrán

##### **Representante del MAGRAMA:**

D. Faustino Manso Martínez

##### **ARBOR (10 votos y 2 vocales)**

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

##### **ABRA (6 votos y 1 vocal)**

Doña Inés Baigorri Uribe

##### **BFR - PROVIR (4 votos y 1 vocal)**

D. Juan Carlos Sancha González

##### **ARAEX (3 votos y 1 vocal)**

D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

##### **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 (37 votos y 5 vocales)**

D. José Luis Rubio Bretón  
D. Fernando Ezquerro Cuevas  
D. José María Daroca Rubio  
D. José M<sup>a</sup> Rojas Miguel  
Vacante

**UAGA (12 votos y 2 vocal)**

D. Jesús Bauza Nuin  
D. Enrique Pérez Mazo

**UAGR (8 votos y 1 vocal)**

D. José Luis Pisón Martínez

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

D. Carlos Esparza Calvo

**UPA (5 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 (25 votos y 3 vocales)**

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

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

D. Alberto Sáenz Sáinz

REPRESENTACIÓN OSTENTADA POR LAS ASOCIACIONES (MARZO 2013)



# CONSEJO REGULADOR PLENO Y COMISIONES



## 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 de 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. Víctor Pascual Artacho (GRUPO RIOJA)

**GRUPO RIOJA:**

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

**ABC:**

D. Iñigo Torres Andrés

**ARBOR:**

D. Jesús Martínez Bujanda Irribarria

**ABRA:**

Doña Inés Baigorri Uribe

**COMPARTEN UNA VOCALÍA:**

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

**FECOAR / UCAN / DOLARE:**

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

**ASAJA:**

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

**UAGA:**

D. Jesús Bauza Nuin

**UAGR:**

D. José Luis Pisón Martínez

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

**Presidente:** D. Luis Alberto Lecea Blanco (ASAJA)

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

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARBOR: Jesús de Miguel Martínez

ABRA: D. Carlos Gaona Alonso

ARAEX: D. Juan Luis Cañas Herrera

BFR - PROVIR: D. Pedro Salguero Aznar

FECOAR : D. José Manuel Madorrán Calvo

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

ASAJA: D. Alex Las Heras Pérez

UPA: D. José Ramón Peciña Ramírez

UAGR: D. Gonzalo Gil Gil

UAGA: D. Juan Luis Bujanda Fernández

## COMISIÓN DE PROMOCIÓN

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

GRUPO RIOJA: D. Víctor Pascual Zárate,

D. Rodolfo Bastida Caro y Dña. Raquel Pérez Cuevas

ARBOR: D. Jesús de Miguel Martínez

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

BFR - PROVIR: Dña. Mª José Nestares Eguizábal

ABRA: Dña. Asun Eguren Ugarte

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

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE : D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

ASAJA: D. Alex Las Heras Pérez y Miguel Martínez Castillo

UAGR: D. José Antonio Antón Benés

UAGA: D. Itxaso Compañón Arrieta

UPA: D. Teodoro Ruiz Monge

## COMISIÓN TÉCNICA Y DE CONTROL

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

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

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

ARBOR: Jesús Martínez Bujanda Irribarria

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARAEX: D. Juan Luis Cañas Herrera

BFR - PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

ABRA: D. Ángel Bello Berganzo

FECOAR: D. José M. Rojas Miguel

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

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

UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

UAGR: D. Roberto Ruiz-Clavijo Díez

UAGA: D. Eduardo Jalón Lacalle

EHNE: D. Javier Acedo Marquínez

UPA: D. Tomás Latasa Asso

## COMISIÓN DE REGLAMENTO

**Presidente:** Doña Inés Baigorri Uribe (ABRA)

GRUPO RIOJA: D. Rogelio Jiménez Palacios

ARBOR: D. Jesús de Miguel Martínez

ABC: D. Iñigo Torres Andrés

ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

BFR - PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

ABRA: D. Gabriel Frías del Val

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

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

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

UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

UAGR: D. Ángel Palacios Muzquiz

UAGA: D. Juan Luis Bujanda Fernandez

UPA: D. Eusebio Fernández García

## COMISIÓN DE ANÁLISIS Y DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO

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

GRUPO RIOJA: D. José Luis Benítez Robredo

ARBOR: D. Jesús de Miguel Martínez

ARAEX: D. Javier Ruiz de Galarreta San Vicente

BFR - PROVIR: D. Juan Carlos Sancha González

ABRA: D. Carlos Gaona Alonso

FECOAR: D. Abel Torres Sáinz

UCAN: D. Carlos Esparza Calvo

DOLARE: D. Ramón E. Muro Aguirrebeña

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

UAGN: D. Pedro Luis Cadarso Ciordia

UAGR: D. Ángel Palacios Muzquiz

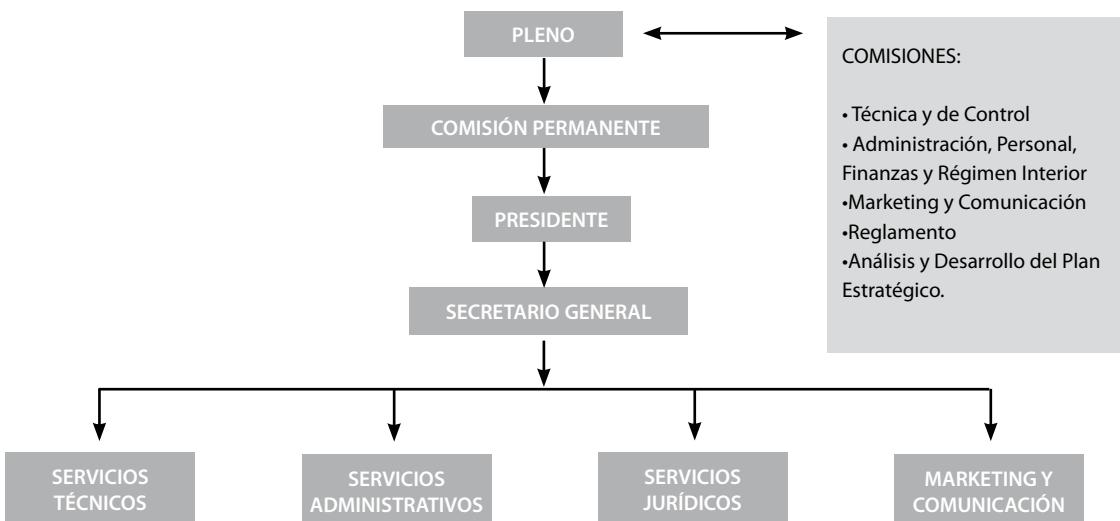
UAGA: D. Jesús Bauza Nuin

UPA: D. Tomás Latasa Asso

EHNE: D. Alberto Sáenz Sáinz

# CONSEJO REGULADOR UNA ORGANIZACIÓN AL SERVICIO DE LA DENOMINACIÓN

ORGANIGRAMA DEL CONSEJO



PERSONAL DEL CONSEJO REGULADOR (a 31/12/2012)

- VÍCTOR PASCUAL ARTACHO  
Presidente
- JOSÉ LUIS LAPUENTE SÁNCHEZ  
Secretario General
- DOMINGO RODRIGO MARTÍNEZ  
Jefe de los Servicios Técnicos
- 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-Repcionista

Durante el año 2012 se contrató personal eventual para servicios puntuales con un total de 219 personas: 174 auxiliares de vendimia, 15 ayudantes técnicos, 10 para el Plan de Calidad, 14 técnicos de viñedo, 4 para aforos de bodegas, 1 auxiliar administrativo y 1 técnico especialista.

# CONSEJO REGULADOR ACUERDOS DEL PLENO



PLENO 27-1-2012



**Presupuestos para el año 2012.-** Se acuerda unánimemente un presupuesto de 9.181.597,34 euros para el ejercicio 2012, desglosado en un presupuesto ordinario de 4.468.416,59 euros, un presupuesto adicional de 1.465.461,53 euros y un presupuesto extraordinario de 3.247.719,22 euros. Siguiendo los criterios de distribución de años anteriores, se acuerda que este presupuesto de gastos se distribuiría a razón de 5.685.560,73 euros a sufragar por el sector comercializador y 3.496.036,61 euros a sufragar por el sector productor. A este presupuesto se sumará el aprobado por el Pleno en el mes de marzo con carácter extraordinario para promoción.

**Aportación al estudio sobre uso del sulfuroso.-** Se asume realizar una aportación para el sufragio de la parte correspondiente a España del estudio para justificar el uso de dióxido de azufre en la desinfección de barricas, a expensas también de lo que resulte de la Comisión Técnica y de Control. La financiación desde Rioja será de entre 40.000 y 100.000 euros, bien a cuenta de partidas o bien con una dotación presupuestaria de carácter adicional, dependiendo de las negociaciones con la Federación Española del Vino y de un even-

**Contra la prohibición de la utilización de sulfuroso en la limpieza de barricas.-** Ante las negativas repercusiones económicas y de calidad que tendría para Rioja, el Pleno del Consejo se posicionó en contra de la prohibición por parte de la Unión Europea del uso del anhídrido sulfuroso para la desinfección de las barricas, postura coincidente con todas las expresadas desde el sector vitivinícola español en general, así como en Francia y resto de países productores. Los representantes del sector consideran que resulta absurda la prohibición del sulfuroso en la limpieza, cuando la adición del producto está autorizada en el propio vino y se utiliza desde tiempos ancestrales para su conservación, ya que no presenta peligro para la salud. Por ello se decidió proponer a la Conferencia Española de Consejos Reguladores la creación de un fondo común para financiar parte del coste de la realización de un informe técnico por parte de una consultora independiente, tal como había solicitado la Unión Europea para evitar la entrada en vigor de la Directiva que prohibía el uso del sulfuroso en la limpieza de las barricas.



# ACUERDOS DEL PLENO

**RIOJA**  
Denominación de Origen Calificada

**Consejo**

FOLETO INFORMATIVO N°84 ABRIL 2012

VIBRANT RIOJA NEWS

2012

MEXICO

**Rioja invertirá más de 7 millones de euros en promoción internacional**

La campaña del Consejo Regulador se llevará a cabo en 8 mercados estratégicos con el objetivo de fortalecer el excelente posicionamiento alcanzado por los vinos de esta Denominación y consolidar así el record histórico de exportación conseguido en 2011 que ha compensado la caída del consumo en España.

Mantener el esfuerzo inversor en promoción ha sido la gran apuesta de Rioja para afrontar la crisis y los resultados alcanzados en el mercado internacional han confirmado el acierto de la estrategia seguida.

El Consejo aprobó los presupuestos para 2012 en las reuniones plenarias de 27 de enero y 30 de marzo, destinando un total de 7,4 millones de euros a la campaña promocional.

Los vinos con crianza de Rioja acaparan las preferencias de los consumidores españoles.

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

tual reparto posterior entre los Consejos Reguladores, que bien podría ser proporcional a su volumen de comercialización.

Se comunica al Pleno la designación de María José Nes-tares Eguizábal como representante de BFR-PROVIR en la Comisión de Promoción.

**PLENO 27-02-2012**

**Fondos OCM para promoción.**- Se aprueba unánimemente la solicitud de cofinanciación del 50% de proyectos OCM por un importe de 4.685.000 euros para la promoción del vino de Rioja en 'países terceros' (Estados Unidos, México, Suiza y China) para el período comprendido entre el 1 de agosto de 2012 y el 31 de julio de 2013. Se trata del quinto plan de promoción presentado por el Consejo Regulador en solicitud de los fondos destinados a este fin por la OCM del Vino.

**PLENO 02-03-2012**

**Cierre del ejercicio 2011.**- Con motivo del cierre del ejercicio 2011, se acuerda habilitar a la Comisión de Administración, Personal, Finanzas y Régimen Interior para efectuar las transferencias necesarias de partidas presupuestarias de dicho ejercicio, sin perjuicio de su ulterior aprobación plenaria.

**Amparo de uva vendimia 2011.**- 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 2012 como límite máximo para la presentación de dichas solicitudes.



## PLENO 30-03-2012

**Financiación de los presupuestos del Consejo.**- El Pleno acuerda mayoritariamente la distribución de un remanente final de 249.509,07 euros, derivado de una realización presupuestaria por importe de 13.325.164,85 euros, una vez añadidas las variaciones en la recaudación y subvenciones junto con otros ingresos, así como también el efecto fiscal, que en virtud de observar la misma proporción de recaudación, procede atribuir hasta 33.539,36 euros al sector productor y 215.969,71 euros al comercializador, acordando su detacción de la financiación del presupuesto 2012.

Una vez aplicado el remanente por importe de 266.850,39 euros, a razón de 40.130,04 euros al sector productor y 226.720,35 euros al comercializador, se acuerda mayoritariamente un presupuesto de ingresos para sufragar el de gastos ordinarios y adicionales del año 2012 por importe de 6.033.878,12 euros. De este presupuesto, 4.568.416,59 euros se distribuyen entre el sector productor y comercializador a razón de un 25,5% y 74,5% respectivamente, mientras que los restantes 1.465.461,53 euros se distribuyen al 50%, concluyendo así contribuciones globales al gasto de 1.897.677,00 euros por parte del sector productor y 4.136.201,12 euros por el comercializador.

Los porcentajes de recaudación aplicados son del 0,8809% sobre plantaciones, valorado el kilogramo de uva producido a 0,55 euros, y del 0,3174% sobre los productos amparados, valorados éstos en base a su comercialización y a razón de 2,63 euros el litro de vino sin crianza, 3,77 euros el litro de crianza, 5,58 euros el de reserva y 9,38 euros el de gran reserva. Las referencias que se toman en consideración son los volúmenes de producción amparada y comercialización embotellada del ejercicio 2011.

Respecto al Presupuesto de Gastos Extraordinarios de Promoción, cuyo monto es de 3.247.719,22 euros, se acuerda mayoritariamente su financiación al 50% por cada sector y se propone que la misma se atenga a los mismos índices de valoración para la derrama que los utilizados en relación

con el Presupuesto Ordinario y Adicional (tras la aplicación del déficit de 17.341,32 euros generado, 6.590,68 correspondientes a la financiación de la carga del sector productor y 10.750,64 al comercializador). Así mismo se hace notar cómo en las fuentes de financiación también se considera la aportación de las tres Comunidades Autónomas de la Denominación y los fondos OCM.

A resultas de todo ello se acuerda proponer a la Dirección General de la Industria Alimentaria, con el objeto de la financiación del Presupuesto Ordinario y Adicional, así como del Presupuesto de Gastos Extraordinarios de Promoción, el establecimiento de porcentajes de recaudación, de conformidad con lo previsto en el art. 43.1.1º del Reglamento de la D.O.Ca. Rioja, es decir, 0,8809% sobre producción amparada de plantaciones inscritas y 0,3174% sobre productos amparados. (Ver detalle del presupuesto de gastos e ingresos 2012 en el apartado de esta Memoria "Los recursos económicos del Consejo").

**Aprobación de un presupuesto extraordinario de promoción.**- El Pleno acuerda mayoritariamente un presupuesto extraordinario de promoción con carácter adicional, que asciende a 3.584.446,78 euros. Su financiación se efec-



El Consejo calificó como 'Excelente' la cosecha 2011.



# ACUERDOS DEL PLENO

tuará al 50% por cada sector, ateniéndose a los mismos índices de valoración para la derrama que los utilizados en relación con el presupuesto ordinario, adicional y extraordinarios ya aprobados. También se acuerda proponer a la Dirección General de la Industria Alimentaria, con el objeto de la financiación de este presupuesto extraordinario de promoción, el establecimiento de los mismos porcentajes de recaudación.

**Calificación “Excelente” de la cosecha 2011.**- El Consejo Regulador otorga a la cosecha 2011 la valoración oficial de “Excelente” como resultado del riguroso proceso de calificación mediante análisis y cata al que se han sometido las 3.987 muestras representativas de los 277,31 millones de litros de vino elaborados de esta cosecha. Los datos estadísticos obtenidos de la calificación sitúan a esta cosecha entre las tres con mejores parámetros analíticos desde que hace treinta años se implantó en Rioja el actual sistema de control de calidad de los vinos elaborados en cada cosecha. La excepcional sanidad de la uva recolectada en vendimia, sumado a unos rendimientos de producción muy moderados y el excelente trabajo de viticultores y enólogos, han sido factores claves para poder alcanzar por segundo año consecutivo la máxima calificación, al igual que ocurrió en las añadas 1994/1995 y 2004/2005.

**PLENO 27-4-2012**

**Selección de vinos institucionales.**- El Consejo Regulador selecciona los vinos que utilizará a lo largo del año en sus actos institucionales y que se presentan vestidos con etiquetas del Consejo expresamente diseñadas para cada categoría. Los siete vinos seleccionados entre las 171 muestras presentadas por las bodegas corresponden a los diferentes tipos y categorías que actualmente conforman la gama de vinos de Denominación de Origen Calificada Rioja.

Para realizar esta selección el Consejo convoca un concurso entre todas las bodegas de Rioja y el Comité de Cata somete a cata ciega las muestras presentadas. La alta participación de bodegas en el concurso pone de manifiesto el valor que otorgan las bodegas al hecho de que sus vinos representen a la Denominación. Según la valoración realizada por Domingo Rodrigo, jefe de los Servicios Técnicos del Consejo y responsable de los comités de cata, la calidad de los vinos presentados es muy alta y se supera cosecha a cosecha.

El resultado final en cada una de las categorías de vino seleccionadas ha sido el siguiente:

- BLANCO JOVEN COSECHA 2011

BODEGA: Bodegas Estraunza S.A. de Lapuebla de Labarca (Álava).



Reunión del Pleno del Consejo Regulador en marzo de 2012



- BLANCO CRIANZA COSECHA 2009

BODEGA: Bodegas Baigorri S.A. de Samaniego (Álava).

- ROSADO JOVEN COSECHA 2011

BODEGA: Bodegas y Viñedos Ilurce S.A.T. de Alfaro (La Rioja).

- TINTO JOVEN COSECHA 2011

BODEGA: Bodegas de Santiago, S.C. de Baños de Ebro (Álava).

- TINTO CRIANZA COSECHA 2009

BODEGA: Bodegas Ramírez, S.L. de San Vicente de la Sonsierra (La Rioja).

- TINTO RESERVA COSECHA 2008

BODEGA: Bodegas Sonsierra, S. Coop. de San Vicente de la Sonsierra (La Rioja).

- TINTO GRAN RESERVA COSECHA 2004

BODEGA: Unión de Cosecheros de Labastida, S. Coop. de Labastida (Álava).

#### **Contraetiquetas diferenciadas para vinos blancos.-**

El Pleno aprueba mayoritariamente la diferenciación de los documentos de garantía (contraetiquetas y precintas) que se utilicen en la comercialización de vinos blancos a partir de la cosecha 2012. En dichos documentos de garantía se especificará la palabra 'blanco', con lo que se dará un paso más en el objetivo marcado por el Pleno de avanzar en el perfeccionamiento de los controles realizados por los Servicios Técnicos del Consejo Regulador. Unos controles en los que la D.O. Calificada Rioja ha sido pionera y referente destacado para los consumidores en cuanto a eficacia y transparencia.

Se comunica al Pleno la designación de D. Alex Las Heras Pérez como representante de ASAJA en la Comisión de Promoción.





# ACUERDOS DEL PLENO



## Cambios en el Reglamento

### Riego, densidad de plantación, graduación alcohólica de uvas y autorización de vinos tintos semisecos

Atendiendo las propuestas de modificación del Reglamento de la Denominación acordadas por el Pleno del Consejo Regulador en sus sesiones de 9 de abril de 2010 y de 7 de octubre y de 4 de noviembre de 2011 el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente publicó la Orden AAA/2127/2012, de 26 de septiembre, por la que se introducen una serie de cambios referidos a adaptaciones de determinadas prácticas de cultivo, a ligeras adaptaciones de la graduación alcohólica natural mínima de las uvas, a precisiones en materia de los rendimientos máximos por hectárea y de transformación, a la acidez total mínima para ciertos tipos de vino y a la autorización de los vinos tintos semisecos. Es la quinta vez que se modifica el Reglamento de Rioja aprobado por Orden APA/3465/2004, de 20 de octubre, con el objetivo de ir adaptándolo a las necesidades del sector y de procurar siempre la máxima calidad para los vinos acogidos.

En lo que se refiere a las prácticas de cultivo (artículo 6 del anexo 1), se recoge un aumento de la densidad de plantación, que debe oscilar obligatoriamente entre las 2.850 y las 10.000 cepas por hectárea (el máximo era 4.000), distribuidas uniformemente en toda la superficie de plantación. El punto 2 referido al riego, que anteriormente estaba prohibido con carácter general, presenta esta nueva redacción: "Queda autorizado el riego del viñedo para mantener el equilibrio de la planta a lo largo de su ciclo vegetativo, si bien su práctica durante el periodo comprendido entre el 15 de agosto y la vendimia se realizará exclusivamente con sistemas localizados y requerirá su comunicación por escrito con una antelación mínima de 24 horas a los Servicios de Inspección del Consejo Regulador. No obstante lo anterior, durante el periodo citado podrá realizarse el riego mediante el sistema de aspersión previa autorización de los Servicios de Inspección del Consejo



PLENO 6-7-2012



Regulador, quedando expresamente prohibida en dicho periodo la práctica del riego por cualquier otro método”.

El artículo 7 indica que “la vendimia se realizará con el mayor esmero, dedicando exclusivamente a la elaboración de vinos protegidos las partidas de uva sana con un grado alcohólico volumétrico (% vol.) natural mínimo de 11% vol. para las uvas tintas y de 10,5% vol. para las uvas blancas, separando las uvas tintas de las blancas en cada entrega parcial o pesada en báscula, con la única excepción de la contemplada en el artículo 11, en lo relativo a la elaboración de vinos tintos”. Las graduaciones mínimas establecidas elevan en medio grado las vigentes hasta la fecha.

Por último, la nueva norma hace posible la producción de vinos tintos semisecos (vinos con 5 o más gramos/litro de azúcares), ya que introduce por primera vez su tipología y regula sus parámetros analíticos, en concreto el contenido máximo en anhídrido sulfuroso total, que en su fase de calificación no podrá exceder de 180 miligramos por litro.

**Normas de Campaña para la vendimia 2012.-** El Pleno aprueba las ‘Normas de Campaña’ para la vendimia 2012, normas en las que se establece el riguroso sistema de control aplicado para garantizar el origen y calidad de los vinos producidos en la Denominación. La aprobación por amplio consenso de las medidas para limitar la producción con criterios de calidad es claramente significativa de que el conjunto del sector ha asumido esta política como uno de los principales ejes estratégicos del modelo de Denominación que se quiere impulsar para el futuro.

De acuerdo con las circunstancias de la campaña 2012, que en líneas generales son similares a las del año anterior, el Consejo decide mantener los rendimientos máximos amparables establecidos por el Reglamento de 6.500 kg por hectárea para variedades tintas y de 9.000 kg por hectárea para variedades blancas. Por otra parte, en atención a las condiciones climatológicas que puedan incidir al final del ciclo vegetativo del viñedo, en esta campaña el límite máximo para la entrega en bodega de uva que supere el rendimiento máximo establecido será de hasta un 10% más de producción de uva tinta (650 kg por Ha) y de uva blanca (900 kg por Ha). Los primeros 455 Kg/Ha de uvas tintas y 630 Kg/Ha de uvas blancas referidos se considerarán no amparados por la Denominación, mientras que la transformación de los restantes hasta los 650 Kg/Ha de uvas tintas y los 900 Kg/Ha de uvas blancas será destinada a destilación, por no resultar tampoco amparada.

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



# ACUERDOS DEL PLENO

## PLENO 7-9-2012

**Presupuestos.**- Se acuerda el nombramiento de AUDITEBRO AUDITORES S.A. como auditor de cuentas para el ejercicio 2012, por un importe de 6.489,23 euros, que comprende la auditoría completa de las cuentas anuales. Se acuerda también unánimemente la reclasificación al capítulo destinado a la Organización Interprofesional del Vino de Rioja de la partida de 33.750,00 euros que en el presupuesto extraordinario soporta una acción promocional en Suecia y de la de 123.540,00 euros que, también en el mismo presupuesto, soporta una acción promocional en Reino Unido, actuaciones ambas objeto de subvención a la O.I.P.V.R. por parte del M.A.GRAMA.

Rioja', del que es responsable el Consejo Regulador y que se encuentra inscrito en el Registro General de la Agencia Española de Protección de Datos, con objeto de actualizar su contenido a las nuevas necesidades surgidas en su tratamiento.

## PLENO 14-12-2012

**Coste documentos de garantía.**- Se traslada que a partir del 1 de enero de 2013 tendrá vigencia un nuevo valor para los documentos de garantía de 2,118 euros por millar para el papel-cola y de 7,865 euros por millar para el adhesivo. Así mismo se traslada que la cuota obligatoria por expedición será de 2,118 euros por millar de documentos.

## PLENO 23-11-2012

**Protección de datos.**- Se adopta unánimemente el acuerdo por el que se modifica el fichero de datos de carácter personal 'promoción del vino con Denominación de Origen Calificada



*El Consejo incrementó el coste de los documentos de garantía o contraetiquetas a partir de enero de 2013.*



## El Consejo Regulador de Rioja recurre contra el reconocimiento de 'La Rioja argentina' como indicación para vinos

La Cámara de Apelaciones de Argentina admitió a trámite el recurso extraordinario promovido por el Consejo Regulador de la D.O. Calificada Rioja contra la sentencia de un tribunal argentino, que falló en febrero de 2012 a favor del reconocimiento de 'La Rioja argentina' como indicación geográfica para vinos, algo a lo que viene oponiéndose desde hace una década la D.O. Calificada Rioja por entender que la utilización comercial de tal indicación en los mercados internacionales causaría confusión entre los consumidores y, consecuentemente, perjudicaría a la región vinícola española, cuya fama y notoriedad es incontestable.

El Consejo Regulador de Rioja, al tener conocimiento de la resolución administrativa argentina que pretendía designar vinos con el nombre de 'La Rioja', provincia de dicho país, ha venido utilizando desde 1999 todos los medios a su alcance para impedirlo, entendiendo que se trataba de una usurpación de una marca ya reconocida como Rioja, dada la nula proyección internacional de los vinos argentinos elaborados en esa provincia.

Primero en vía administrativa y luego en vía judicial, el Consejo Regulador ha venido oponiéndose a que dicha pretensión culminase definitivamente. El primer logro fue que se completase la designación con el término 'Argentina' para mitigar la confusión y el segundo que

se circunscribiese el pretendido uso a una Indicación de Procedencia o a una Indicación Geográfica y no ya a una Denominación de Origen, nivel máximo de calidad en los vinos argentinos. No obstante el Consejo Regulador ha mantenido su oposición, ya que ha demostrado con un estudio aportado en el curso del litigio que un número mayoritario de consumidores confundirían la procedencia del producto aunque fuera expresa y verdaderamente originario de Argentina, derivando como efecto un perjuicio para los vinos amparados por la Denominación de Origen Calificada Rioja, presente en 120 países.

Además de por interés propio, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja ha asumido el cometido de agotar en vía judicial todas las posibilidades para impedir que el planteamiento argentino prospere como parte del compromiso recíproco con la Administración española de intentar una solución al conflicto por vía diplomática o política. Dicho papel, que debería haber sido predominantemente asumido por la Unión Europea, no ha dado los frutos esperados, aún habiendo insistido desde el Consejo en la importancia del asunto, en la conveniencia de que fuera tenido en cuenta en las negociaciones comunitarias, muy especialmente con MERCOSUR.



## Presupuestos y financiación

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

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

El presupuesto básico de gastos e inversiones se establece considerando los objetivos de actuaciones y servicios que el Consejo presta a sus inscritos. En el cálculo del presupuesto ordinario de ingresos por producción amparada, se ha considerado la base del volumen amparado de la cosecha de

uva del año anterior y, a modo de índice de valoración, un precio medio estimado para el kg de uva amparada, cuantificado en 0,55 euros/kg. Respecto a los ingresos presupuestados por comercialización, se toman como base de cálculo las estadísticas de los litros comercializados en el año anterior y los precios medios por litro que con carácter estadístico reportan mensualmente los operadores, correspondientes a cada una de las categorías del vino comercializado en exportación: 2,63 euros/l. el vino genérico, 3,77 euros/l el crianza, 5,58 euros/l el reserva y 9,38 euros/l el gran reserva.

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

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



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 2012	
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	
Retribuciones personal fijo	1.427.831,20
Retribuciones personal eventual	521.426,94
Cuotas Seguridad Social	487.855,99
Gastos sociales	27.559,58
<b>TOTAL CAPITULO I</b>	<b>2.464.673,71</b>
<b>GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS</b>	
Reparaciones y conservación (Edificios, maquinaria y utillaje, material de transporte, mobiliario equipos informática, jardinería, limpieza e inmovilizado material)	102.705,20
Material de oficina, suministros y varios (Materiales, combustibles, comunicaciones, transportes, seguros de locales y de vehículos, tributos, etc.)	291.898,40
Gastos diversos (RR.PP., material promocional, defensa de marca y de la Denominación y gastos imprevistos.)	450.407,00
Trabajos realizados por otras empresas (Informe Nielsen, programación de ordenadores, Gabinete de Prensa, Plan de Calidad, análisis, muestras y mantenimientos.)	236.475,65
Indemnizaciones por servicios (Viajes, manutención, alojamiento, asistencias, etc.)	321.213,67
<b>TOTAL CAPITULO II</b>	<b>1.402.699,92</b>
<b>INVERSIONES REALES</b>	
Equipos para procesos de informática, mobiliario, enseres y otros	59.099,96
Medidas de control en contraetiquetado y vendimia	1.407.831,03
Control en puntos de venta	57.630,50
Comunicación y Promoción (Ferias, exposiciones, actos, promoción y publicidad en medios, comunicación, concursos, colaboraciones, objetos de promoción)	641.943,00
<b>TOTAL CAPITULO III</b>	<b>2.166.504,49</b>
<b>RESUMEN PRESUPUESTO ORDINARIO</b>	
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>2.464.673,71</b>
<b>GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS</b>	<b>1.402.699,92</b>
<b>INVERSIONES</b>	<b>2.166.504,49</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO ORDINARIO 2012</b>	<b>6.033.878,12</b>
<b>PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO</b>	
PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN (Mercado nacional y mercados exteriores: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Suecia, China, México y Suiza)	6.832.166,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO</b>	<b>6.832.166,00</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO GLOBAL 2012</b>	<b>12.866.044,12</b>



# RECURSOS ECONÓMICOS DEL CONSEJO

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 2.173.781,27 euros, de los cuales 1.397.185,97 euros correspondían al cuarto año OCM que finalizó el 31 de julio de 2012 y ya fue cobrado, y el resto, 776.595,30 euros, corresponde al siguiente año OCM que concluirá el 30 de junio de 2013 y que se encuentra pendiente de cobro. Adicionalmente, se recibieron aportaciones del Gobierno Vasco por importe de 69.841,20 euros y de la Comunidad Foral de Navarra, satisfaciendo compromisos adquiridos el año anterior, por importe de 55.000 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 6.832.166,00 euros. Este presupuesto extraordinario, unido a la cantidad aprobada del presupuesto ordinario para comunicación, constituye un montante relevante para promoción del vino de Rioja en los mercados, y siendo dirigido fundamentalmente a publicidad y promoción en el mercado interior y exterior. Para el estudio de las actuaciones

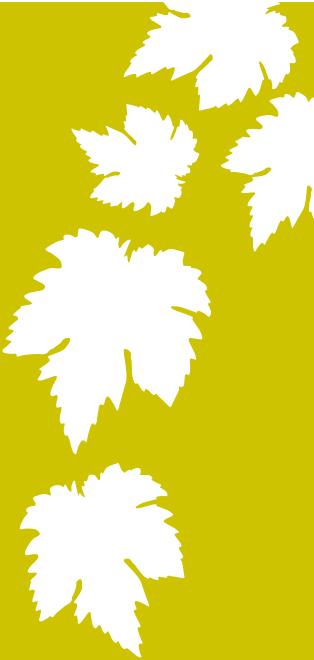
en marketing y comunicación se tiene designado un grupo compuesto por expertos seleccionados por las asociaciones representadas en el Consejo Regulador, así como por técnicos de este organismo. El grupo de expertos valora los planes, acciones y presupuestos a desarrollar en cada país de cara a su sometimiento 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 y Suiza, dedicando así mismo parte para publicidad y promoción en mercado nacional, con la campaña de publicidad en radio de "Rioja, mil y un vinos, mil y un aciertos".

## Presupuesto de gastos

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

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

CRITERIO DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTO 2012					
PORCENTAJES DE DISTRIBUCIÓN	PRESUPUESTO	SECTOR PRODUCTOR	%	SECTOR COMERCIALIZADOR	%
PRESUPUESTO ORDINARIO	4.568.416,59	1.164.946,23	25,50%	3.403.470,36	74,50%
PRESUPUESTO ADICIONAL	1.465.461,53	732.730,76	50,00%	732.730,77	50,00%
PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO	6.832.166,00	3.416.083,00	50,00%	3.416.083,00	50,00%
TOTALES PRESUPUESTOS	12.866.044,12	5.313.759,99	41,30%	7.552.284,13	58,70%



## 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 y sus documentos de acompañamiento, la gestión de las fichas de control de añadas para los distintos tipos y categorías de vinos y la gestión de entregas a las bodegas de las contraetiquetas y precintas que garantizan el origen, categoría y añada de los vinos amparados por la Denominación de Origen.

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



### Gestión de documentos

**Documentos para exportación.-** En el 2012 se expedieron 634 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 2012 ha ascendido a 210 millones. Para estos traslados se han concedido 3.639 autorizaciones para vinos protegidos. Respecto a los documentos de acompañamiento, los Servicios Administrativos del Consejo han autenticado, comprobado y visado en el 2012 un total de 9.196 documentos.

**Fichas de control de añadas.-** Los Servicios Administrativos del Consejo expedieron durante el año 2012 un total de 1.087 fichas de control de añadas para los distintos tipos y categorías de vinos.

**Contraetiquetas y Precintas.-** Un total de 116.000 "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 2012.

Por otro lado, las 6.641 entregas de contraetiquetas y precintas efectuadas a los embotelladores de vino de Rioja inscritos en los registros del Consejo Regulador han sumado 365.281.582 documentos de garantía. De ellos 5.058.256 han sido contraetiquetas en papel normal y 7.460.003 en papel autoadhesivo y 171.614.780 precintas en papel normal y 181.148.543 precintas en papel autoadhesivo. Además de dichas entregas, se han confeccionado y registrado los correspondientes albaranes de entrada de imprentas, en total 1.877 impresos, además de 536 documentos de devolución.

Al igual que en años anteriores, ha continuado incrementándose proporcionalmente el consumo de precintas, que desde 2000 con el 78%, ha pasado a ser del 96,5% en 2012, 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 52% en el 2012 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 2012 se han tramitado 1.399 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: la presentación extemporánea de declaraciones, por infracciones en materia de etiquetado, por declaración en exceso de documentos de garantía, por diferencias de aforo y por uso indebido de documentos de garantía. 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 2012, se han recaudado para el Tesoro Público a lo largo de 2012 un total de 59.033,62 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 de ligero incremento de la conflictividad en las relaciones entre inscritos o en las que una de las partes es un inscrito, en las que se ven afectados viñedos, derechos de plantación o bienes

# ASESORÍA JURÍDICA

afectos a bodegas, reclamándose al Consejo Regulador por distintos juzgados y tribunales, todo tipo de informes y certificaciones. Durante el año 2012 se han interpuesto 11 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, formada por 30 miembros con representación paritaria de cada sector, de la que es secretaria la letrada de la Asesoría Jurídica. La principal misión que ha tenido encomendada durante el año 2012, es el estudio y discusión del futuro marco jurídico de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

## Otras actividades de la Asesoría Jurídica

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

## Mantenimiento del servicio de documentación jurídica.-

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

En el año 2001 la Asesoría Jurídica incluyó en la página web del Consejo Regulador información legislativa de interés, en la que puede hallarse un repertorio de normativa estatal y comunitaria europea aplicable en el ámbito de la D.O.Ca.



## Etiquetado

Tramitadas un total de 756 solicitudes de etiquetados, de los cuales 329 corresponden a nuevas marcas y 313 a revisiones de diseño de etiquetados ya autorizados. No reunieron las condiciones exigidas para su autorización o desistieron de la misma hasta 108 etiquetados.

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 2012.

**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 24 de enero de 2012.
- 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 EFWOW (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 a la modificación del Reglamento de la Denominación de Origen Calificada Rioja.
- Representación del Consejo Regulador de la D.O.Ca.Rioja

en el Lobby Internacional para la defensa del origen y los nombres geográficos en Nueva York.

- Conferencia sobre el futuro del sistema de derechos de plantación en Azagra (Navarra) y en Arentzana de Abajo (La Rioja) en noviembre de 2012.
- Conferencia Visión general de la D.O.Ca. Rioja para la Sociedad de Amigos del País en Avilés en junio de 2012.
- Miembro del grupo de trabajo estable de la Plataforma Tecnológica del Vino (Sección Economía Vitivinícola).
- Representación de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) en el encuentro del Parlamento Europeo relativo al futuro del sistema de derechos de plantación en marzo de 2012.





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



Además de la inspección de viñedos y bodegas, gestión de registros, elaboración de estadísticas, etc., los Servicios Técnicos también atienden las numerosas consultas presenciales y telefónicas que se reciben cotidianamente en la sede del Consejo Regulador.

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

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

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

## B. SECCIÓN INFORMÁTICA

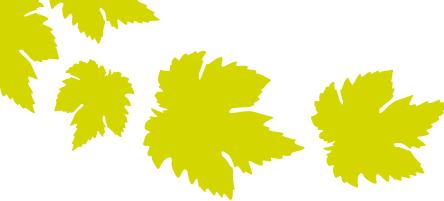
La informatización de los servicios del Consejo Regulador ha constituido uno de los objetivos permanentes a los que se han dedicado importantes inversiones a lo largo de los últimos años, lo que ha supuesto un avance decisivo para la agilización y la eficacia en los sistemas de control y, en consecuencia,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

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

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

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

Se desplegaron hasta 200 terminales en otros tantos centros de pesaje y recepción, para procesar las entregas de uva en bodega con las 16.983 tarjetas de viticultor y el control de las reexpediciones entre bodegas. La experiencia adquirida y las mejoras incorporadas en estos seis años desde la implantación de la tarjeta de viticultor, hacen que la valoración del proyecto sea muy positiva y satisfactoria para los inscritos y con la determinación de optimizar cada vez más el proceso de vendimia. Durante la misma los Servicios Técnicos dan respuesta inmediata a todos los problemas que surgen en el uso de las tarjetas de viticultor.



## SERVICIOS TÉCNICOS

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 23,61% 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 2012 se han levantado un total de 251 actas de inspección. Se realizan también informes sobre el ciclo vegetativo de la campaña, accidentes meteorológicos y del desarrollo de la vendimia en cada subzona.

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

Por otra parte, las salidas de inspección propiamente dichas han ocupado el 76,39% restante del tiempo, totalizando 1.406 salidas distribuidas de la siguiente forma:

- Inspección sobre viñedos: 22,90%
- Inspección sobre bodegas: 45,08%
- Calificación de cosecha: 14,29%
- Control de vendimia: 16,60%
- Otras actividades: 1,13%

**Inspección sobre viñedos.**- El Servicio Habilitado de Veedores del Consejo comprueba sobre el terreno el cumplimiento por parte del titular del viñedo de la normativa de la Denominación en cuanto a las prácticas de cultivo, como conducción del viñedo y poda, la densidad de plantación, la correspondencia de variedades autorizadas con las plantadas. Desde el año 1994 se comprueban sistemáticamente todos los viñedos, antes de su entrada en producción y, por lo tanto, antes de su inclusión en la tarjeta de viticultor. Esta inspección de los viñedos, que han sido autorizados previamente por la administración correspondiente, tiene por objeto comprobar que los datos de la inscripción se correspondan con la realidad del viñedo plantado. Concretamente en el año 2012 se ha realizado este tipo de control específico sobre los viñedos plan-



*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.*

tados en el año 2010, que entrarán en producción amparada a partir de la próxima cosecha. Para este trabajo el Consejo Regulador contrató 14 técnicos que, coordinados por el Servicio Habitado de Veedores, durante los meses de agosto y septiembre, comprobaron 'in situ' 1.020 viñedos, distribuidos en 102 localidades y pertenecientes a 824 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 1.020 viñedos visitados, un total de 144 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 (13,26%), por superficies diferentes a las autorizadas (47,51%), por errores en la identificación de las parcelas (33,15%), por estar plantadas o injertadas en años diferentes (2,76%), por estar sin plantar o por tener un porcentaje alto de faltas (2,76%) y, por último, por haber duplicidades en la inscripción (0,55%).

**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 partió de una menor fertilidad y por los efectos de la sequía que se prolongaban desde el año anterior, que condicionaron la producción con una situación de dependencia absoluta de las posibilidades de aportación de agua y de las lluvias de verano-otoño. Con esta situación de partida, el control productivo se circunscribió a las zonas de una fertilidad normal y con posibilidades de aportación de agua. Tras comprobar por el Servicio Habitado de Veedores las zonas referidas, se desistió definitivamente al comprobar producciones inferiores. De hecho, el rendimiento medio de la vendimia 2012 resultó ser el segundo más bajo de los últimos 18 años. Para este trabajo los Servicios Técnicos contaron con la ayuda de 17 técnicos comprobando alrededor de 3.000 viñedos.

**Seguimiento del viñedo y de la maduración de la uva.-** El Servicio Habitado 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 20 de agosto de 2012 se comenzó la recogida de muestras que, desde 1993, se lleva a cabo por el propio Servicio Habitado 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 elabora-

# SERVICIOS TÉCNICOS

dores. En total se editaron 7 boletines en la pasada vendimia, desde el 20 de agosto hasta el 1 de octubre de 2012, 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 2012 el Consejo contrató un total de 169 auxiliares de vendimia, además de 18 técnicos de apoyo, que colaboran en las labores inspectoras con el Servicio Habilitado de Veedores, dedicados especialmente a la vigilancia de zonas limítrofes, comprobación aleatoria de vendimia de viñedos y de la carga de las uvas, de supervisión de vigilantes de pesaje.

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

Por otra parte el Servicio de Veedores realizó, durante el 2012, un total de 417 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



Muestras de vinos de Rioja tomadas mensualmente por la empresa AC Nielsen en diferentes países para su examen por el Servicio de Veedores y el 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.



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 2011.-** 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 2011 se solicitaron a partir del 21 de octubre de 2011, con el exclusivo fin de su comercialización como vinos de año. También durante todo el mes de noviembre de 2011 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 29 de febrero de 2012, 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 3.941 muestras, representativas de los 274,67 millones de litros elaborados en la Denominación de Origen Calificada Rioja en esta cosecha, de las cuales se calificaron 3.853 (el 97,7%). Las muestras emplazadas o las descalificadas recurridas, se volvieron a coger por segunda vez, entre el 19 de enero y el 11 de mayo de 2012, con lo que el total de las muestras tomadas en la campaña ascendió a 4.068. El

Consejo Regulador ha contado en esta campaña de 2011 con la colaboración de 147 catadores, para llevar a cabo los análisis organolépticos. Diariamente se realizaron siete catas, tres en la Estación Enológica de Haro y cuatro en el Consejo Regulador, celebrándose un total de 347 sesiones de los comités de calificación, que valoraron una media de doce muestras por sesión, dictaminando si eran o no aptas y la valoración cualitativa de la partida, aspecto este último que es utilizado para la valoración global de la añada. El Comité de Apelación, formado por trece miembros, se reunió en 5 sesiones de cinco catadores, entrando a valorar las 16 muestras descalificadas inicialmente por el Comité Ordinario, de las cuales 7 fueron aceptadas y 9 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 2012 se tomaron por el Servicio Habilitado de Veedores en los almacenes de productos terminados de las bodegas 638 muestras de vinos embotellados en proceso de comercialización, en la fase previa a la salida de bodega y de 22 muestras de vinos a granel trasladados entre bodegas inscritas.

Por otra parte, el Consejo Regulador tiene un convenio con la empresa AC Nielsen, para la toma de muestras del mercado. En el año 2012 se tomaron 920 muestras en diferentes puntos de venta, tanto en el mercado interior como



## SERVICIOS TÉCNICOS

en el exterior. Todas las muestras fueron sometidas a control analítico y organoléptico. Los resultados fueron altamente satisfactorios y se ha podido comprobar que la valoración de los vinos, en la mayoría de los casos, supera la calificación que se le dio al conjunto de la añada en la primera fase de calificación, algo lógico si se tiene en cuenta que los mejores vinos de cada cosecha se destinan a las categorías de crianza, reserva y gran reserva.

### SECCIÓN INFORMÁTICA

**Equipos.**- En la necesidad de mantener actualizado el parque de equipos para adaptarlo al cada vez mayor volumen de datos y agilizar su proceso, en el mes de agosto se ha sustituido el servidor IBM 9406-170 AS-400e, que tenía 12,58 GB de capacidad de almacenamiento, por otro IBM AS-400 Power 720 modelo E4B de 139 GB.

**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 4.670 "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 2012 una media mensual de 6.443 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 2012 eran 333, 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 (231 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:



Los Servicios Técnicos del Consejo Regulador llevan un exhaustivo control informático sobre el movimiento de vinos y existencias de cada bodega, codificándose una media mensual de 4.670 'fichas de control de añadas y de movimiento de vinos'.

**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 escaneando 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 2010 que previamente habían sido visitados en campo por el Servicio Habilitado de Veedores, preparándose las correspondientes tarjetas para aquellos titulares que no poseen otros viñedos productivos. A las bodegas de criadores, almacenistas y cooperativas se les envían los impresos para la declaración de la cosecha y se emiten los listados para el aforo de la elaboración y de existencias de 234 cosecheros-elaboradores.

**Noviembre - Diciembre:** se comprobaron e informatizaron las 234 declaraciones de cosecha y elaboración presentadas por los viticultores-elaboradores, así como las 404 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 1.390 solicitudes de plantación de viñedo en La Rioja, 206 en Álava y 143 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

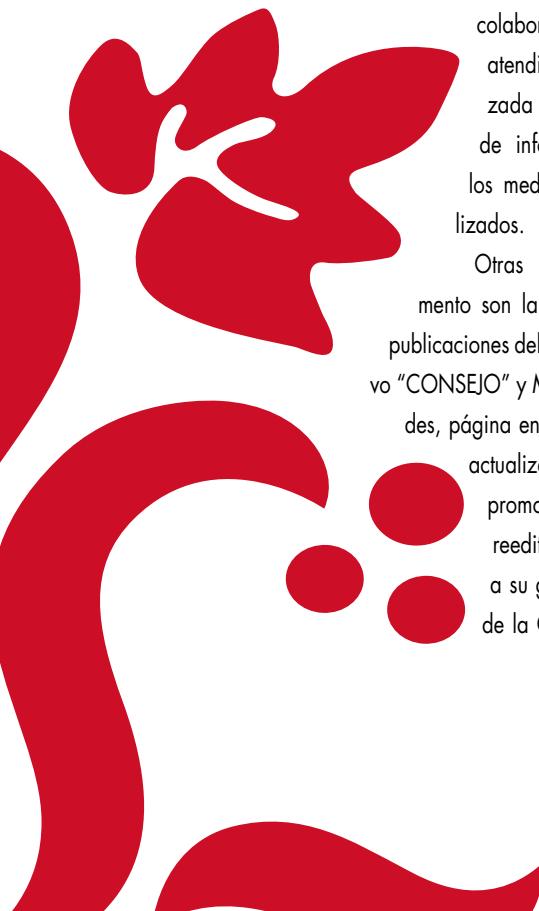
## Actividades por departamentos

### 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, como el Premio Prestigio Rioja, la presentación de nuevas añadas, asistencia a ferias, organización de cursos de cata, colaboración con otras entidades implicadas en la promoción del vino, etc.

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

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



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

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

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

# Promoción internacional

## Una campaña para seguir batiendo récords en la exportación

La D.O.Ca. Rioja invirtió 7,4 millones de euros en el desarrollo de la campaña promocional que se ha llevado a cabo durante el año 2012 en los principales países consumidores de Rioja (España, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Suiza, Suecia, México y China) con el objetivo de fortalecer el excelente posicionamiento alcanzado por los vinos de esta Denominación y consolidar así el récord histórico de exportación conseguido en 2011.

**La iniciativa 'Tapas Fantásticas' recibió tres galardones como mejor evento promocional del año en el Reino Unido y la mayor plataforma estadounidense de consumidores de vino, Smooth.com, distinguió a la D.O. Ca. Rioja como "la región vinícola del año".**

El Consejo Regulador ha dado continuidad de esta forma a la actuación sobre el mercado mediante el importante esfuerzo inversor en promoción que se ha venido realizando durante los últimos años para poder continuar su desarrollo y alcanzar uno de los principales objetivos marcados en el Plan Estratégico, como era crecer en la exportación. Ha sido la gran apuesta de Rioja para afrontar la salida de la crisis y los resultados alcanzados en ventas y posicionamiento en el mercado internacional han confirmado el acierto de la estrategia seguida.

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



La pagina web del Consejo ([www.riojawine.com](http://www.riojawine.com)) se renovó en 2011 unificando desde entonces las páginas web informativas que tenía en cada uno de los países en los que desarrolla la campaña de promoción.

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

Por lo que se refiere a la cuantía de las inversiones por países, cabe destacar que los 2.915.353 euros destinados a Estados Unidos acaparan el mayor porcentaje del presupuesto total, debido a que se considera el mercado con mayor potencial de crecimiento futuro. Al igual que en Estados Unidos, las inversiones promocionales realizadas en México (685.279 euros), Suiza (586.535 euros) y China (549.142 euros) cuentan con la cofinanciación de fondos OCM, dada su consideración de 'países terceros', por lo que la D.O.Ca. Rioja ha obtenido unos 2,35 millones de euros de dichos fondos para este fin. El segundo lugar entre los países en que se realiza una mayor inversión promocional (1.184.661 euros) corresponde al Reino Unido, primer importador de vinos de Rioja con un 33% del total exportado. Alemania con 300.121 euros, Suecia con 168.150 euros, y España, que concentra el 70% de las ventas de Rioja, con 984.868 euros, completan el total del presupuesto, que disminuyó en 2 millones de euros respecto al año anterior.



# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## ESTADOS UNIDOS

La campaña 'Vibrant Rioja' 2012 en Estados Unidos, país que ocupa actualmente el tercer puesto del ranking de importadores de Rioja, se centró en desarrollar una campaña de marketing integrado con programas de relaciones públicas, patrocinios, publicidad, promoción en punto de venta, relación con los medios, redes sociales y comunicación online, manteniendo siempre un equilibrio entre público profesional y consumidores.

Uno de los pilares de la campaña ha sido un ambicioso programa de promoción en punto de venta, destinándose el 75% del presupuesto a alimentación y el 25% a hostelería, con el objetivo de generar visibilidad de la marca Rioja en ambos canales e incrementar así las ventas de Rioja. A través de diversos programas dirigidos por la embajadora de marca, Ana Fabiano, y con el apoyo de 5 embajadores regionales, Rioja ha realizado eventos de apoyo tanto a distribuidores como a cadenas y a minoristas, con promociones al consumidor final, publicidad regional, catas degustación, cenas maridajes, formación e incentivos para vendedores y gerentes, y distribución de materiales merchandising entre otras acciones. Los mercados prioritarios donde se han llevado a cabo los programas son Nueva York, Florida, Chicago, California y Texas, mientras que en Miami se organizó un gran evento dirigido a profesionales y consumidores. La marca Rioja continúa creciendo en los Estados Unidos y sigue forjando alianzas a largo plazo con detallistas a nivel nacional, así como con los detallistas independientes más importantes del país, como es el caso de Applejack's, la tienda independiente de vinos más grande de EE.UU., que cuenta con una clientela exclusiva de visitantes a las estaciones de esquí más conocidas del país.

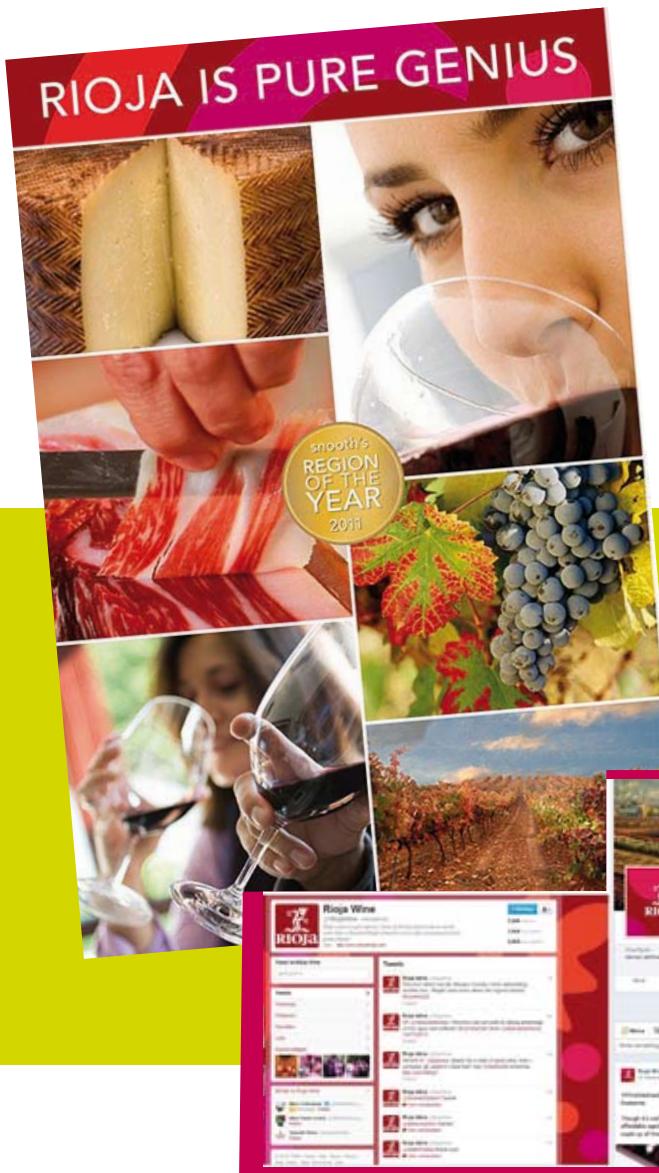
También cabe destacar la campaña de publicidad online en medios de 'estilo de vida' dirigidos a consumidor final, principalmente joven urbano, unida a acciones paralelas como cata de vinos y fiestas de Rioja donde se marida vino

y gastronomía. La campaña cuenta con un colectivo de unos 90.000 consumidores y unos 4.500 profesionales que siguen las actividades y a través de newsletters reciben información periódica de la campaña y se les invita a los eventos. La popular plataforma estadounidense de consumidores de vino Snooth.com, con más de un millón de usuarios mensuales, distinguió a la D.O. Ca. Rioja como "la región vinícola del año 2011", un reconocimiento con un especial valor por provenir de los propios aficionados al vino.

**'Vibrant Rioja' premiada como mejor campaña al consumidor en Estados Unidos.**- La D.O.Ca. Rioja recibió en 2012 el premio a la "mejor campaña de marketing integrado al consumidor final" concedido por la Sociedad Americana de Relaciones Publicas. El premio en esta categoría, a la que se presentaban un centenar de campañas, es uno de los más deseados, por ser al que más participantes concurren. Entre los finalistas de este año en esta categoría se encontraban multinacionales como John Deere, Diageo y American Express. El galardón concedido a 'Vibrant Rioja' fue recogido por Pablo Olay, director de la campaña y ejecutivo de la agencia de comunicación y relaciones públicas CRT Tanaka, que desarrolla la campaña de promoción de la D.O.Ca. Rioja en Estados Unidos. Los premios Silver Anvil han crecido en alcance y reconocimiento desde su creación en 1946 y han contado este año con casi 1.000 campañas que se presentaron para las diferentes categorías que existen. En este concurso anual participan las agencias más importantes de relaciones publicas, no solo en los Estados Unidos, sino a nivel mundial, y las campañas que compiten son de compañías como IBM, IKEA, General Motors, Nestle, etc.

**Premio a la mejor campaña en redes sociales.**- La campaña online 'Vibrant Rioja' que viene desarrollando la D.O. Calificada Rioja en Estados Unidos ha ganado en 2012 el premio a la mejor campaña de RR.PP. en medios digitales, superando a las campañas de marcas tan renombradas como McDonald's, Vodafone y Unilever. La campaña persigue incre-

# Promoción internacional



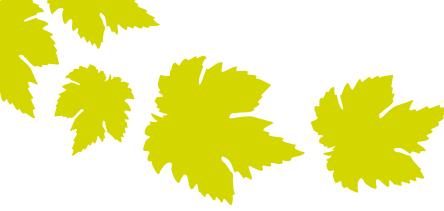
Pablo Olay, director de la campaña, recoge el premio, considerado como los 'oscar's' del sector de las relaciones públicas y marketing en Estados Unidos.

La campaña online 'Vibrant Rioja' que viene desarrollando la D.O. Calificada Rioja en Estados Unidos ganó en 2012 el premio a la mejor campaña de RR.PP. en medios digitales, superando a las campañas de marcas tan renombradas como McDonald's, Vodafone y Unilever. La comunidad virtual de seguidores de Rioja en USA cuenta actualmente con más de 80.000 consumidores registrados.



Seminario ofrecido en Miami a unos 70 periodistas y compradores VIP dentro del 'Grand Tasting 2012' con la participación de varios representantes de la nueva generación de bodegueros y enólogos riojanos.





## COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

mentar la notoriedad de la marca Rioja a través de las redes sociales y atraer a los consumidores americanos de manera divertida y fácil mediante una serie de iniciativas de carácter didáctico en torno al vino. El programa de marketing digital que está desarrollando la D.O. Ca. Rioja en Estados Unidos a través de las redes sociales incluye una colaboración con el show televisivo 'Wine Portfolio' de la CNBC, viajes de periodistas a la región, patrocinio de la conferencia anual de blogueros en 2011, retransmisión en vivo del Grand Tasting 2011, así como campañas en Facebook y Twitter. La comunidad virtual de seguidores de Rioja en USA cuenta actualmente con más de 80.000 consumidores registrados y unos 3.500 profesionales vinculados al negocio del vino. Los premios Digital PR Awards son otorgados cada año por PR News, la publicación líder del sector de las relaciones públicas en Estados Unidos, reconociendo a aquellas campañas que demuestren la mejor estrategia de comunicación a través de medios digitales, desde corporaciones internacionales a pequeñas empresas, ONGs, asociaciones y organismos gubernamentales.

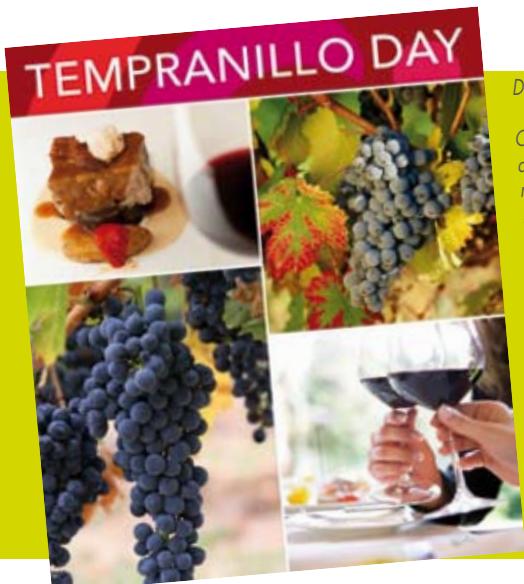
**Rioja Grand Tasting en Miami.**- La cuarta edición del 'Grand Tasting', la principal actividad promocional de Rioja en Estados Unidos, se celebró el 30 de abril en Miami, ofreciendo la mayor muestra de vinos de Rioja en ese país. Tanto la prensa especializada como más de 250 compradores profesionales, fundamentalmente sumilleres, detallistas y distribuidores, pudieron catar más de 200 vinos de 85 bodegas de Rioja presentados por medio centenar de importadores. La 'nueva generación' de bodegueros riojanos protagonizó un seminario ofrecido a unos 70 periodistas y compradores VIP, con el objetivo de mostrarles que, si bien Rioja es una denominación de vinos del viejo mundo, es una región que está evolucionando constantemente, manteniendo un equilibrio perfecto entre tradición e innovación. Dirigido por la prestigiosa educadora en vinos Marnie Old, el seminario contó como ponentes con los jóvenes bodegueros riojanos Raquel Pérez de Bodegas Ontañón, Carlos Martínez Bujanda de Bodegas Valdemar y Javier Murúa de bodegas Muriel. Andrew McNa-

mara, master sommelier y director de Vino de la compañía Premier Beverage, puso la perspectiva local sobre la situación del mercado del vino en Estados Unidos. El día anterior, los bodegueros invitados, junto con el editor de Snooth.com, Gregory DalPiaz, participaron en un debate online sobre Rioja, que pudo seguirse a través del hashtag #riojabuzz. La charla en twitter fue un éxito, generando 2.328.174 impresiones totales (incluidos los retuiteos) y alcanzando 121.403 cuentas (usuarios únicos). Además el programa incluyó como novedad un evento dirigido a consumidores finales y organizado en colaboración con el portal de vinos Snooth.com, destinándose la recaudación obtenida con las entradas de los más de 300 asistentes a los fines benéficos de la Fundación Make a Wish del sur de Florida.

**Patrocinio del 'Spanish Soho Mile'.**- El vino de Rioja fue patrocinador exclusivo del evento más prestigioso de la moda española en Estados Unidos, el 'Spanish Soho Mile' celebrado el 31 de mayo en Nueva York y en el que participaron algunas de las marcas españolas de ropa más conocidas con tiendas en el distrito de compras más famoso de la Gran Manzana, como Agatha Ruiz de la Prada, Mango, Pikolinos, Custo Barcelona y Camper. Bajo el lema 'Sigue el Vestido Rojo' se llevó a cabo por las calles del Soho neoyorkino este evento, en el que más de 2.500 participantes (periodistas, diseñadores, amantes de la moda y gente joven) pudieron disfrutar de ofertas especiales así como un 'winebar' de Rioja para disfrutar de una copa de vino mientras hacían sus compras en cada una de las nueve tiendas de moda española. Igualmente, 'Vibrant Rioja' patrocinó la presentación a la prensa los diseños realizados por los alumnos de la prestigiosa universidad FIT (Fashion Institute of Technology), inspirados en el arte y la cultura española, con el color rojo como referencia.

**'Vibrant Rioja' en el mayor evento de vino de Estados Unidos.**- 'Vibrant Rioja' participó en el prestigioso festival Food & Wine Classic, el evento más esperado de la industria vinícola en Estados Unidos, celebrado en Aspen, Co-

## Promoción internacional



Día Internacional de Tempranillo'

Coincidiendo con la segunda celebración del Día Internacional del Tempranillo el 8 de noviembre, Vibrant Rioja organizó catas por todo el país durante el mes de noviembre, junto con una campaña en redes sociales. La famosa bloggera Nanette Eaton condujo una cata virtual de vinos de Rioja y de vinos de tempranillo elaborados en USA a través de un tweet chat, realizado en colaboración con la asociación americana TAPAS (Tempranillo Advocates Producers and Amigos Society), que reúne a los productores y amigos del tempranillo. El tweet chat dio paso a un concurso entre los consumidores de facebook premiado con un viaje a Rioja con todo pagado.



'Spanish Soho Mile'.

La campaña de Rioja en USA lanzó en abril una acción a consumidores en el restaurante del recién inaugurado hotel de la cadena TRYp en Nueva York, que ofreció una selección de vinos de Rioja por copa maridados con tapas creadas por el chef riojano Ignacio Echapresto, poseedor de una Estrella Michelin. Rioja ha sido la primera denominación en asociarse con la popular cadena hotelera.

lorado, del 15 al 17 de junio. Además de ofrecer cinco catas para consumidores, Vibrant Rioja fue anfitriona de la fiesta VIP más popular del festival, promovida por el famoso chef Español José Andrés, ganador del prestigioso premio James Beard. Las 5.000 entradas disponibles se vendieron tres meses antes del festival de la gastronomía y el vino más esperado del año, en el que aficionados, personajes influyentes del negocio y chefs de renombre mundial, como Mario Batali, Jacques Pépin, Giada De Laurentiis y Emeril Lagasse, participaron de tres días de catas, talleres interactivos y fiestas espectaculares.



'Vibrant Rioja' participó en el prestigioso festival Food & Wine Classic, en Aspen.



La carpa de Vinos de España invitó a los asistentes a degustar del maridaje de vinos con tapas preparadas por el chef Javier González-Bringas del restaurante Tempranillo, así como de jamón ibérico, quesos, almendras y otros productos de españoles. Por tercer año consecutivo, las mesas de Vibrant Rioja, donde los consumidores disfrutaron de más de 35 riojas durante el festival, fueron las más visitadas y Rioja volvió a destacar como la región española más reconocida entre los consumidores estadounidenses.



# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## REINO UNIDO

Gran Bretaña sigue siendo de forma muy destacada el primer país importador de Rioja, con un crecimiento acumulado en los dos últimos años del 28%, lo que le convierte en uno de los mercados prioritarios en la política de promoción de la D. O. Ca. Rioja. La actividad más destacada de la campaña 2012 en el Reino Unido ha sido un año más la quinta edición del exitoso "Festival Rioja Tapas Fantásticas", que ha recibido importantes galardones como mejor evento promocional. Además se organizó conjuntamente con la revista Imbibe la competición 'Rioja sommelier challenge', se realizó una promoción en 67 tiendas de detallistas independientes y se patrocinó en exclusiva la sala VIP de periodistas y compradores de la Feria 'London Wine' y se participó en el patrocinio de tres importantes premios del sector otorgados tanto a productores de vino como a comercios especializados.

La D. O. Calificada Rioja impulsa su internacionalización ante los principales compradores del mundo mediante el patrocinio por parte del Consejo Regulador del espacio más exclusivo de la London Wine Fair, que se ha convertido en un gran escaparate promocional y en una de las citas imprescindibles para el sector vinícola, con expositores procedentes de 40 países y más de 15.000 visitantes profesionales. A la feria acudió una representación del Consejo Regulador encabezada por su presidente, Víctor Pascual, e integrada por los vocales del sector productor José María Daroca, Carlos Esparza y Alejandro Las Heras, así como por los responsables del departamento de Marketing del Consejo, Ricardo Aguiriano y Rebeca Gómez. El Consejo Regulador patrocinó la sala VIP de compradores, el llamado 'CLUB ELITE', y la sala VIP de periodistas, ofreciendo en exclusiva una degustación de vinos de Rioja, así como una selección de productos gastronómicos del todo el ámbito de la D.O. Ca. Rioja.

Este año se ha repetido la exitosa promoción de 2010 en comercios independientes, colaborando para ello con la revista Harpers Wine & Spirits con un amplio programa de actividades. Un total de 67 tiendas participaron durante

el mes de octubre para presentar Rioja a sus clientes con diversas iniciativas, como catas comentadas por Masters of Wine, cenas degustación de Rioja en restaurantes con estrellas Michelin, incentivos de ventas y comercialización cruzada en las tiendas con productos regionales españoles. Se incentivó a los comercios con el premio 'Minorista Independiente Rioja del Año', dotado con dos premios de 1.000 y 500 GBP para quienes hubieran demostrado el mayor esfuerzo para conseguir el mayor aumento de ventas (Cambridge Wine Merchants y The Longship, respectivamente).

En octubre, 'Wines from Rioja' se asoció con Imbibe, publicación especializada muy leída entre los sumilleres, para ofrecer a este colectivo un día de catas y clases magistrales, con vinos de Rioja disponibles exclusivamente para el mercado hosteler. El influyente comprador de vinos para el Grupo Tate y crítico de The Telegraph e Imbibe, Hamish Anderson, colaboró en la selección de sesenta vinos entre los 200 presentados por las bodegas.

**'Rioja Tapas Fantásticas' galardonado como el mejor evento a consumidores en el Reino Unido.-** Los reconocimientos recibidos en los tres últimos años por 'Rioja Tapas Fantásticas' le han consolidado como la principal actividad promocional de vinos de Gran Bretaña. Al premio a la mejor campaña de promoción de vinos otorgado por el International Wine Challenge, donde la D.O.Ca. Rioja compitió con las principales regiones vinícolas del mundo, se han sumado el premio a la mejor campaña del año 2010 dirigida a los consumidores, otorgado por la revista Drinks & Business, así como el galardón como mejor evento a consumidores otorgado este año 2012 por la Asociación de Agencias de Comunicación y RR.PP. en Reino Unido.

Vinos de Rioja y tapas, la representación más genuina de la gastronomía española, se convirtieron en uno de los principales atractivos turísticos de Londres el 14 y 15 de julio de 2012. Más de 15.000 consumidores disfrutaron de la calidad de los vinos de Rioja ofrecidos por cuarenta bodegas, así como de una gran variedad de tapas, elaboradas por diez

Un grupo de asistentes al 5º festival 'Rioja Tapas Fantásticas' ante el Tower Brige, que exhibía los aros olímpicos. Los vinos de Rioja animaron el espíritu olímpico de los londinenses.



(i.) Susy Atkin, crítica del Sunday Telegraph, y Olly Smith, catador, humorista y presentador de la BBC, son los periodistas que imparten los seminarios de Rioja y las catas guiadas por los stands. Entre ambos el cocinero español afincado en Londres José Pizarro, autor de las demostraciones culinarias.  
(d.) El cocinero José Pizarro en una de las demostraciones culinarias junto a Olly Smith.



La iniciativa 'Rioja Tapas Fantásticas' recibió en Birmingham el galardón 'Golden Hedgehog' concedido por la Asociación de Agencias de Relaciones Públicas británicas al 'mejor evento para consumidor final en Reino Unido'.



Delegación del Consejo Regulador en la London Wine 2012.

restaurantes españoles de la capital británica, en la quinta edición del festival 'Rioja Tapas Fantásticas', organizado por el Consejo Regulador de Rioja en el Potters Fields Park, a los pies del Tower Bridge de Londres, y reconocido como el principal evento de vinos del país.

Enmarcado en un ambiente de carácter festivo y con

sello muy español, los miles de londinenses que asistieron a la quinta edición del festival 'Rioja Tapas Fantásticas' también tuvieron la oportunidad de ampliar sus conocimientos sobre el mundo del vino a través de los diez seminarios impartidos por dos rostros conocidos por el público británico, como son Olly Smith, catador, humorista y presentador de la BBC, y Susy



## COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Atkin, crítica del Sunday Telegraph. Ambos protagonizaron igualmente una actividad novedosa, las catas guiadas con grupos de 10 consumidores a los que acompañaban en un recorrido por 5 stands de bodegas, iniciativa que ha tenido gran acogida, cubriendose las plazas días antes de la celebración.

Otra novedad destacada fue la incorporación al evento de las redes sociales Twitter y Facebook para facilitar que los visitantes comentaran su experiencia, así como la colaboración con el portal estadounidense de consumidores [www.snooth.com](http://www.snooth.com), que retransmitió el festival en 'livestreaming' con el objetivo de promocionarlo entre el más de un millón de visitantes únicos con que cuenta. También gozaron del favor del público asistente las demostraciones culinarias en vivo del reputado chef español establecido en Londres José Pizarro (bar de tapas 'José' y restaurante 'Pizarro'), quien elaboró diferentes platos de comida española como la tortilla de patata, las gambas al ajillo, el bacalao con guisantes o la menestra. Y entre tapa y tapa, los asistentes disfrutaron en directo de la música de grupos y DJs españoles afincados en Londres, que ofrecieron flamenco fusión, ritmos tropicales y músicas del mundo.

### ALEMANIA

En Alemania, segundo mayor importador de Rioja, destaca el acuerdo de colaboración con el grupo de comunicación Meininger, líder en el sector de vino y gastronomía, para realizar varias actividades conjuntas de educación y promoción del vino de Rioja a profesionales y consumidores, como la participación en las ferias 'Forum Vini' y 'Barzone'. Los expertos en Rioja David Schwarzwälder y Jürgen Mathäß son los responsables de la elaboración del material informativo que se publicó en las diferentes publicaciones del Grupo.

'Barzone' es una feria dedicada a las últimas tendencias gastronómicas para profesionales del sector celebrada el 21 y 22 de mayo en Colonia. Rioja destacó como uno de los 104 expositores con su propio 'Wine bar' donde se pudieron degustar unos 50 vinos de Rioja, espacio que fue visitado

por unos 5.600 líderes de opinión y profesionales del canal hostelería y alimentación. En paralelo la D.O.Ca. Rioja organizó 4 seminarios de cata para unos 150 profesionales VIP, a cargo del experto Richard Grosche. La participación de Rioja en 'Forum Vini', una de las mayores ferias de vino para consumidores en Alemania, que se celebró en Munich entre el 9 y el 11 de noviembre, contó con la degustación de 50 referencias en la sección de cata 'MUNDUS VINI'. Christoph Nicklas, editor de Weinwirtschaft, presentó una selección de vinos de Rioja en el transcurso de una cata guiada. Por último, el Centro de Información de Rioja en Alemania participó en la edición 2012 de las ferias EAT&STYLE de Munich (2-4 de noviembre) y de Colonia (16-18 de noviembre). Además de catas en el stand de Rioja, David Schwarzwälder y Jürgen Mathäß impartieron seminarios sobre Rioja. También cabe destacar el seminario sobre Rioja que impartió David Schwarzwälder en la Universidad Hochschule Geisenheim, especializada en enología, al que asistieron 60 estudiantes, que serán los líderes de opinión, expertos en vinos y sumilleres del futuro.

Más de 1.500 personalidades del mundo de la música y la televisión en Alemania celebraron con vino de Rioja la fiesta posterior a la gala final del exitoso concurso 'La Voz'. Con más de cuatro millones de espectadores, esta gala final de la versión alemana del concurso contó con la presencia de artistas de la talla de Robbie Williams, Nelly Furtado y Leona Lewis, resultando ganador de la misma el joven Nick Howard. Todos ellos pudieron disfrutar de los vinos de una treintena de bodegas de Rioja que se sirvieron en exclusiva gracias al patrocinio del Consejo Regulador de la D.O. Calificada Rioja.

### SUIZA

La D.O.Ca. Rioja mantiene su excelente posicionamiento en Suiza, un mercado de especial importancia, pues es uno de los países con mayor índice de penetración del vino español. En 2012 ha destacado la participación de Rioja en varios

Participación en la feria Barzzone en Alemania.



Alemania celebró con vino de Rioja la fiesta posterior a la gala final del exitoso concurso 'La Voz'.



'Wine lounge' de Rioja en la zona de entrada a Expovina.

eventos culturales y festivales de vino y gastronomía, como plataforma para mostrar a los consumidores la gran diversidad de los vinos de esta Denominación, degustándolos en un ambiente informal y relajado. La campaña ha estado apoyada con publicidad online en medios de estilo de vida, así como con acciones en redes sociales. El acto de presentación de la nueva campaña de Rioja bajo el claim 'Weil Dich das bewegt, was Du liebst' se llevó a cabo el 13 de abril en el restaurante Clouds, en Zurich, donde David Schwarzwälder y David Martínez, chef del restaurante, presentaron los vinos y los platos a líderes de opinión suizos (CEO de empresas, grupos de comunicación, etc.).

Expovina es la feria monográfica sobre vinos dirigida a consumidores más importante en Suiza, mercado donde no existen ferias de vinos dirigidas a profesionales y de ámbito nacional. Celebrada del 1 al 15 de noviembre de 2012 en el lago de Zurich, Rioja participó por cuarto consecutivo ocupando el espacio del 'Weinforum', situado junto a la zona de entrada a la feria, para convertirlo en el 'Rioja Lounge' durante tres fines de semana. Los visitantes pudieron degustar los más de 70 vinos riojanos presentados junto con tapas españolas, además de obtener toda la información



Rioja se ha convertido en una tradición en la Nobel Night Cap.

sobre los vinos a través de los responsables de la campaña en Suiza. David Schwarzwälder dirigió tres catas temáticas sobre vinos de Rioja a las que asistieron unos 150 sumilleres, distribuidores y profesionales del sector.

Entre otras actividades, la D.O.Ca. Rioja participó del 31 agosto al 2 de septiembre en la feria 'Vinea' de vinos suizos como región invitada y colaboró con el Club de la Barrique de Berna, integrado por más de 500 socios amantes del vino. Igualmente, se ofreció una cata de vinos de Rioja dirigida a profesionales y prescriptores en la exposición 'KLEIN & FEIN', celebrada simultáneamente al 'DIA DEL VINO', una exposición/degustación de vinos españoles donde 50 importadores suizos presentan los vinos ya introducidos en el mercado. Como una nueva forma de acercarse a los consumidores, se llevaron a cabo durante los fines de semana de marzo las 'Noches Rioja' en el Hotel Lenzerheide, en una estación de esquí, ofreciendo a los clientes en su 'Tapas Lounge' vinos de la D.O.Ca. Rioja maridados con tapas españolas y proponiendo participar en el juego 'Aroma parcours', consistente en describir los diferentes aromas relacionados con el vino contenido en unos botes de fragancia. El premio, una botella de Rioja.

Durante el verano Rioja patrocinó el evento de Rundfunk.

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

FM, un canal de radio en internet que se emite en verano en el patio exterior del Landesmuseum, convertido en un enorme festival en el corazón de Zúrich dirigido a un público joven. Como patrocinador, únicamente se sirven vinos tintos de Rioja en el evento. Además, Rioja está presente en todos los medios de comunicación con un spot de radio y dispone de un stand donde se exponen 30 marcas de Rioja. El patrocinio del torneo de golf Whylof en el norte de Suiza, con degustación de tapas y Rioja para todos los jugadores, persigue el objetivo de dar a conocer los vinos Rioja a la comunidad golfista, ya que son grandes consumidores de vino, con un poder adquisitivo elevado. Por último, cabe mencionar la colaboración con el resort Widenmos, que acogió el evento llevado a cabo por la red social de negocios más importante del área de habla alemana, 'Xing', bajo el tema 'Negocio en redes sociales vs. Medios de diversión en redes sociales'.

## SUECIA

En Suecia, quinto importador de Rioja, se mantuvieron durante 2012 iniciativas promocionales como la presencia en la ceremonia de los Premios Nobel, el Premio Sumiller Rioja,



Ganadores del concurso "Mejor Sumiller Rioja de Suecia" organizado por el Consejo Regulador. Es el concurso más prestigioso de Suecia para jóvenes sumilleres, en el que participan los alumnos de las escuelas de sumillería. El premio para el equipo ganador es un viaje a la D.O. Ca. Rioja.

concurso considerado "extraoficialmente" como el campeonato de escuelas de sumilleres de Suecia, o las catas y seminarios dirigidos a los profesionales de la hostelería y consumidores. Además las redes sociales han pasado a ocupar un papel destacado en la campaña.

La sexta edición del Premio Rioja para sumilleres tuvo lugar el 14 de noviembre en el popular establecimiento Södra Teatern. Con su larga y exitosa tradición, se ha establecido como el "campeonato junior" para sumilleres de Suecia, compitiendo este año la Universidad de Grythyttan, Restaurangakademien y Gustibus. El concurso estuvo dirigido por Klas Lindberg, ganador del premio al mejor chef sueco del año anterior y del Premio Rioja para Sumilleres, quien preparó tres platos que los equipos (y el público) pudieron probar y recomendar con los vinos de Rioja que mejor maridaban con ellos. Los representantes de la Universidad de Grythyttan, Patrik Nilsson, Daniel Rittberg Schein y Elin Joachimsson fueron por segundo año consecutivo los ganadores del Premio Rioja para Sumilleres, cuya recompensa es un viaje a la D.O. Ca. Rioja.

Rioja fue por séptimo año consecutivo el vino exclusivo de la 'Nobel Night Cap', la fiesta posterior a la entrega de los famosos galardones que se celebró en el Instituto Tecnológico de Suecia y a la que asistieron más de 1.500 distinguidas personalidades, entre las que se encontraban premiados, estudiantes, políticos y representantes de la industria y la cultura sueca. Los galardonados y sus acompañantes disfrutaron una vez más con la calidad y diversidad que ofrecen los vinos de Rioja, cuya presencia en exclusiva en el evento más relevante que se celebra en Suecia refleja el excelente posicionamiento que tienen en este país. Los sumilleres de la escuela de sumillería Restaurangakademien, la más prestigiosa de Suecia, fueron los encargados de ofrecer para su degustación e informar a los asistentes sobre las características de la amplia selección de marcas de Rioja que representaron a la Denominación de Origen y que aportaron voluntariamente los respectivos importadores.



Deby Beard, embajadora de marca de Rioja en México, y Víctor Pascual, presidente del Consejo Regulador, en el 'winebar' de Rioja durante la inauguración de Millesime México. Entre los invitados se encuentran Mario Bernardoni, CEO del grupo IMC que cuenta con una cadena de 40 restaurantes, Félix Gómez, director general Iberia México, Juan Vela, presidente del grupo de hoteles Vela, así como el director general de la TV Azteca.

El prestigioso chef Jair Téllez y la famosa cantante Denise Gutiérrez se sumaron a la campaña de Rioja en México.



La embajadora de marca de la D.O.Ca. Rioja en México, Deby Beard, afirmó en la presentación: "Me siento orgullosa de continuar siendo parte de esta campaña única en México, pues en nuestro país ninguna otra Denominación de Origen está tan comprometida en acercar a todo el público al apasionante mundo del vino. Me encanta que Rioja no solamente ofrece los vinos de la más alta calidad, sino que además innova continuamente en sus procesos, en sus propuestas y ahora también en su lenguaje con el consumidor".

## MÉXICO

La D. O. Ca. Rioja presentó en marzo en Ciudad de México la nueva imagen de la campaña de promoción 'Méjico movido por Rioja', que arrancó en 2009 y ha logrado posicionarse entre los diez primeros importadores de Rioja a este país, al que se considera entre los mercados estratégicos para el desarrollo internacional de la comercialización de los vinos de Rioja. Con la nueva imagen, Rioja ha buscado acercarse a un consumidor más joven a través de la incorporación de dos talentos nacionales: el chef del restaurante Merotoro, Jair Téllez, y la cantante Denise Gutiérrez, vocalista del grupo Hello Seahorse!. Ambos han colaborado para crear la nueva imagen de Rioja y demostrar que la pasión con la que ellos han logrado trascender en sus carreras es la misma que cada una de las más de 500 bodegas riojanas imprimen en los mejores vinos de España. En el acto de lanzamiento de la campaña estuvieron presentes importadores, invitados especiales y por supuesto los nuevos talentos, quienes deleitaron a los presentes con un set musical inspirado en las características de las cuatro categorías de crianza, reserva, gran reserva y garantía de origen. Los vinos estuvieron acompañados por un menú exclusivo de comida de Baja California, demostrando

una vez más el perfecto maridaje entre vinos riojanos y comida mexicana.

Entre las actividades promocionales de Rioja llevadas a cabo en México durante 2012 cabe destacar la presencia publicitaria en televisión, radio e Internet, así como el apoyo a las actividades de los importadores en punto de venta, la participación en ferias y eventos gastronómicos, o las catas en ciudades como Monterrey, Guadalajara, etc., entre las que destaca la dirigida por Deby Beard para cien empresarios mexicanos invitados por Telefónica a su nuevo centro Movistar. También cabe reseñar la promoción realizada en las cadenas de tiendas especializadas en venta de vinos La Naval, La Europea y Grupo PRISSA, con el objetivo de conseguir reconocimiento de marca y fidelización por parte del consumidor en el momento de compra.

Los vinos de la D.O.Ca. Rioja fueron uno de los principales protagonistas del gran evento gastronómico Millesime México que se celebró del 6 al 8 de noviembre con la presencia de 18 estrellas Michelín y los grandes cocineros de México. El presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual, estuvo al frente de la representación de esta Denominación, de la que pudieron degustarse 35 marcas de 20 bodegas, y mantuvo encuentros con líderes de opinión y prescriptores, así como



## COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

directores de las principales cadenas de alimentación de México, encuentros que culminaron con un almuerzo organizado por el embajador de España en México en honor a la D.O.Ca. Rioja y al que asistieron importantes empresarios y líderes de opinión mexicanos y españoles residentes en México. Además de disponer del exclusivo espacio 'Rioja Wine Bar' para las degustaciones, cabe destacar entre las actividades programadas por Rioja en Millesime México 2012 las 'catas express' que se realizaron de un mismo vino servido en tres copas diferentes, una divertida experiencia en colaboración de Riedel, el fabricante de copas más prestigioso del mundo, que permite descubrir la magia de las copas a la hora de disfrutar de un vino.

### CHINA

China, que se incorporó en 2012 por primera vez a las campañas de promoción de Rioja en el exterior con un presupuesto de 500.000 euros, se ha convertido en un país estratégico para el desarrollo de las exportaciones de Rioja. En 2012 ha registrado el mayor aumento de ventas (+38,1%), pasando al 7º puesto en el ranking de importadores de Rioja. El objetivo principal de la campaña ha sido educar a los líderes de opinión y profesionales del comercio de vinos sobre las cualidades de los vinos de Rioja a través de seminarios y catas en varias ciudades, acciones directas al importador y al canal detallista, así como colaboración con bancos chinos de inversión para ofrecer catas a sus clientes preferentes. El programa está integrado por la participación en ferias y eventos vinícolas, visitas a la Denominación de prescriptores de opinión, cenas maridaje en restaurantes, promociones en puntos de venta, página web en chino, publicidad en Internet y revistas especializadas, y patrocinios de eventos, entre otras actividades. Como evento de lanzamiento de la campaña se organizó el primer Salón de Rioja en Hong Kong y Shanghai, con gran éxito de participación.

El vino de Rioja tuvo un especial protagonismo en las celebraciones del Año Nuevo Chino, la festividad tradicional

más importante del calendario chino. Durante esta semana festiva en todo el país (del 23 al 29 de enero), los vinos de Rioja realizaron una promoción especial en 60 puntos de venta especializados repartidos en 7 ciudades: Shanghái, Beijing, Shenzhen, Wenzhou, Tianjin, Taicang y Fushun. El objetivo fue aumentar la visibilidad de la marca Rioja ante los consumidores y estimular la venta mediante el obsequio de un estuche de madera identificado con el logo de Rioja y el eslogan de la campaña en chino, dos copas, un sacacorchos y un folleto informativo sobre los vinos de Rioja.

**El primer Salón de los vinos de Rioja en China reunió a 1.400 profesionales.**- El I Salón de Vinos de Rioja, primer acto de promoción que el Consejo de la DO.Ca. Rioja organizaba en el país asiático, se celebró en Hong Kong y en Shanghái los días 13 y 15 de marzo, respectivamente, y supuso un éxito de participación con la presencia de un total de 1.400 expertos, sumilleres y profesionales del sector. Los eventos contaron con la presencia de 67 bodegas riojanas y más de 250 vinos en cada uno de ellos. Los asistentes destacaron por encima de todo la gran oferta y diversidad de los vinos, en un encuentro en el que la variedad tempranillo fue la estrella. Antes de la cata, en cada evento se celebró un seminario dirigido tanto a prescriptores como a profesionales del sector e impartido por dos especialistas: Susie Wu y Peter Kwong. La primera, está considerada como una de las mayores expertas en vinos de esta D.O., sobre los que ha escrito varios libros. Kwong, fundador y chairman de la Hong Kong Wine Judges Association y Chairman del Committee of Education & Training, destacó durante su ponencia que "Rioja ha comenzado su campaña de promoción en un momento inmejorable, pues los importadores están buscando ampliar sus referencias con vinos de calidad". También señaló "la diversidad, el concepto de envejecimiento en barrica y su garantía de origen como las tres cualidades que atraen a los importadores y detallistas de Hong Kong hacia los vinos de Rioja".

## Promoción internacional



# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## Visitas a Rioja de periodistas y compradores

Los viajes de los profesionales con capacidad de prescripción procedentes de los mercados internacionales considerados estratégicos para el desarrollo de la comercialización del vino de Rioja se han potenciado dentro de la campaña de promoción porque se consideran una de las mejores herramientas para mostrar a estos prescriptores la gran evolución experimentada por la Denominación en los últimos años, tanto en su viticultura y sus bodegas, como en su amplia gama de estilos de vinos.

Durante el año 2012 se organizaron 13 viajes para un total de 54 visitantes, 30 de ellos periodistas y 24 sumilleres y compradores, procedentes de seis países (22 de Estados Unidos, 3 del Reino Unido, 3 de Suecia, 9 de Suiza, 11 de México y 6 de China). Además de la incorporación de China al programa, como novedad, en 2012 se ha potenciado la visita de compradores/sumilleres procedentes de Estados Unidos, la mayoría participantes en los programas de promoción en punto de venta. El viaje a Rioja forma parte de un incentivo

Visita a Rioja a finales de mayo de 2012 de un grupo de profesionales de la distribución y venta de vinos de Estados Unidos integrado por Fernando Salazar, de la cadena Wyndham Worldwide, Brian Siebenschuh, chef del restaurante Orsay en Jacksonville, Julian Mayor, sumiller del Bourbon Steak Michael Mina en Washington DC, Jenna Boyer, sumiller del restaurante de Michael Mina en San Francisco, Victoria Peterson, propietaria de la tienda Peterson Wine Cellars en Illinois, y David Derby, comprador de vinos en la cadena JJ Buckley.



Visita a Rioja de Neal Martín, el catador de vinos españoles para 'Wine Advocate', de Robert Parker. En junio visitaron la Denominación un grupo de Estados Unidos formado por 5 blogueros de vino y gastronomía, entre ellos Joe Roberts, de Wine Dude, Gregory del Piaz, de Smooth.com, y Richard Jennings, del Huffington Post.

que se negocia al comienzo del programa como premio si alcanzan los resultados marcados. Así mismo, además de los periodistas especializados en vino y gastronomía, se ha ampliado la invitación a medios de 'estilo de vida', periodistas dirigidos a segmentos de nuevos consumidores, escritores de turismo, etc.

Como novedad, ya que la campaña de promoción en este mercado comenzó a finales de 2011, destaca el grupo de seis periodistas especializados en vino y gastronomía procedentes de China que visitaron Rioja del 12 al 16 de junio. Estuvo formado por el presidente de la asociación de jurados del vino en Hong Kong, Peter Kwong, la redactora de las revistas Travell and Leisure y Restaurant Review, Leaf Yang, la colaboradora de varios medios y jurado destacado de competiciones como 'China wine challenge', Fiona Sun, la educadora de la WSET y escritora de la revista 'Fine wine and Liquour', Grace Sheng, y el editor jefe de la revista Cru Magazine, Eddie Chui.





Rioja encabeza la lista de los 10 destinos enoturísticos que ningún aficionado al vino se debería perder, recomendados para 2013 en diferentes países por la prestigiosa revista americana Wine Enthusiast. Su editor de vinos, Michael Schachner, recorrió durante la primera semana de octubre de 2012 la D.O.

Ca. Rioja, cuya transformación en la década transcurrida desde su primera visita le parece espectacular, sobre todo en aspectos como el desarrollo del enoturismo. En palabras de Michael Schachner, "Rioja ofrece una mezcla privilegiada de historia milenaria, paisajes cautivadores, espectacular gastronomía y excelentes vinos". El artículo, además de las recomendaciones sobre restaurantes, hoteles, bodegas y lugares a visitar, destaca la relevancia de algunos aspectos culturales de la región, como el Monasterio de San Millán de la Cogolla, donde se encuentran los primeros vestigios escritos de lengua castellana.



Artículo sobre Rioja publicado en The Daily Telegraph por Victoria Moore, una de las periodistas británicas que visitó Rioja en 2012 junto a Sarah Jane Evans.



El grupo de prensa procedente de México que visitó la D.O. Ca. Rioja del 19 al 23 de junio estuvo integrado por 5 periodistas especializados en vino y gastronomía, entre los que destacan Rodolfo Gerschman, director de la revista Catadores, Emilio Farfán, columnista del periódico El Universal, y Ángel Rivas, coeditor de la sección 'Buena Mesa' del periódico Reforma.



Dos grupos de prensa procedentes de Suiza visitaron Rioja en abril y septiembre. El primero lo integraban Isabelle Küffer, del diario NZZ, Yvonne Eckert, de Ringier Group, y Monique Rijks, de la revista económica Bilanz. El segundo, Shirely-Ann Amberg, de la revista Annabelle, Isabel Plana, de StilMagazin (suplemento de NZZ am Sonntag), Pierre Thomas, freelance, y Nadia Athanasiou, fotógrafa.



Estudiantes de sumillería de México visitaron la D.O. Ca. Rioja en viaje de fin de estudios.

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## El Rioja en los medios de comunicación

Un apartado fundamental de la estrategia de comunicación del Consejo Regulador lo constituye la relación permanente con los medios de comunicación, tanto desde el propio Gabinete de Prensa del Consejo Regulador como a través de las agencias de relaciones públicas que gestionan la campaña de promoción de Rioja en los diferentes países. A lo largo del año se han emitido más de un centenar de notas de prensa, comunicados, informes, reportajes, colaboraciones especiales, etc., que han contado con amplia cobertura en medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales. Se han atendido así mismo de forma personalizada las numerosas demandas de información planteadas por todos aquellos medios que han realizado reportajes especiales sobre Rioja y por aquellos que siguen de forma habitual la actualidad del sector, como es el caso de las agencias informativas y todos los medios regionales. Del mismo modo, se ha mantenido continuamente el contacto con los periodistas del sector, tanto de medios especializados como de medios de información general con secciones dedicadas al vino. Además el Consejo ha establecido acuerdos de colaboración con diferentes medios de comunicación para la difusión del conocimiento de los vinos de Rioja, tanto en España como en los principales países consumidores.



La plataforma americana de vino [www.snooth.com](http://www.snooth.com), con más de un millón de usuarios, ensalza el potencial de envejecimiento del vino de Rioja y su diversidad de estilos.

**La mayor comunidad virtual del mundo sobre vino distingue a Rioja como 'Región Vinícola del Año'**

La popular plataforma estadounidense de consumidores de vino Snooth.com distinguió a principios del año 2012 a la D.O. Ca. Rioja como "la región vinícola del año 2011", un reconocimiento que culmina la exitosa trayectoria seguida por esta Denominación en el mercado internacional. Snooth.com es el site más grande del mundo dedicado al vino, ya que cuenta con más de un millón de usuarios mensuales y 950.000 registrados de manera activa en la comunidad, lo que otorga un especial valor a este reconocimiento al vino de Rioja por provenir de los propios consumidores aficionados al vino.

El editor jefe de Snooth.com, Gregory Dal Piaz, declaró al dar a conocer la distinción que "Rioja es una región a explorar, pues sus vinos son demasiado buenos para ignorarlos". Para el responsable de Snooth.com, "Rioja es inigualable en ofrecer vinos con un valor increíble, tanto por su excelente potencial de envejecimiento, mejor incluso que los vinos más famosos y caros, como por su gran diversidad de estilos". Dal Piaz aplaude la exitosa manera de Rioja de implementar estilos de vinificación diversos, desde los elaborados de manera más tradicional a los más modernos, con una amplia gama "capaz de satisfacer casi todos los paladares". Y concluye que "ninguna otra denominación puede competir en ofrecer tanto al consumidor".

Para la comunidad de usuarios de Snooth.com el argumento más convincente para otorgar este reconocimiento es la excelente relación calidad precio que los vinos de Rioja ofrecen a los consumidores. Como afirma Dal Piaz, "he probado tantos vinos de Rioja de menos de 30 dólares este año que prácticamente borran cualquier otro vino en esa horquilla de precio, e incluso con vinos de mayor precio el valor de Rioja sigue sobresaliendo".



## Los Rioja clásicos seducen de nuevo a la crítica especializada estadounidense

Los periodistas especializados de más renombre que escriben para algunas de las publicaciones más importantes de Estados Unidos, como The Wine Advocate (R. Parker), The New York Times, The Huffington Post y Wine Spectator, se han percatado del crecimiento de la demanda de los consumidores por los vinos de Rioja de estilo más clásico. Los reservas y grandes reservas de Rioja normalmente entran en la categoría de vinos 'premium' de más de 20 dólares y, según la publicación M. Shanken Daily, esta categoría es la que más ha crecido en volumen de ventas. Este crecimiento también se ha visto reflejado en el sector Horeca, como confirma Tylor Field, vicepresidente de bebidas de los restaurantes Morton's Steakhouse: "en los últimos años, nuestros restaurantes han visto un incremento de ventas en la categoría de reservas y grandes reservas de Rioja". Según los datos estadísticos del Consejo Regulador, el crecimiento de estas dos categorías en Estados Unidos fue del 57% en 2011 y del 30% en 2012.

En octubre de 2012 Wine Spectator dedicaba a los vinos de Rioja la portada y varios artículos escritos por Thomas Matthews, el editor jefe de la revista. En ellos Matthews comenta que "a través de los años, Rioja ha amasado una gran reputación como resultado de años de innovación e inversiones durante el siglo XX, y es durante ese tiempo que se elaboró un vino que es ahora llamado clásico y que ha dado como resultado un tipo de vinos de corte fino y con unos matices excepcionales y únicos en boca a tabaco, frutos secos y especias". Por otra parte, el crítico de vinos del New York Times, Eric Asimov, argumentó cómo los grandes reservas han ganado la partida a la tendencia de estilo a nivel mundial de vinos de intenso color, cargados de fruta y

con mucho alcohol: "estos agradecidos y elegantes vinos han conquistado la sensualidad, a través de un irresistible sabor en boca que te invita a saborearlo sorbo tras sorbo, y también la intelectualidad, a través de matices difíciles de alcanzar en otros vinos".

En el periódico más leído en Internet en Estados Unidos, The Huffington Post, Richard Jennings afirmaba que Rioja es la región que ofrece más calidad por el precio de cualquier otra región en el mundo: "para aquellos consumidores que busquen vinos envejecidos sin tener que pagar precios desorbitantes, la región que ofrece la mejor calidad de este estilo de vinos es Rioja". A finales de año, Neil Martin, de la publicación Wine Advocate de Robert Parker, también escribió sobre la extraordinaria calidad de los crianzas de Rioja que, en algunos casos, son comparables a sus hermanos mayores: "Rioja produce algunos crianzas llenos de frescura y complejidad, con cualidades muy parecidas a los reservas y grandes reservas".

## Los vinos de Rioja lideran la información en la prensa española

Los vinos de la D.O.Ca.Rioja son los más y mejor citados en las informaciones publicadas durante el año 2012 en la prensa española. Así se desprende del 'Informe de Medios de 2012. La comunicación en la Industria del Vino' difundido por la consultora Castrogaliana. Para su elaboración se han analizado miles de contenidos sobre vinos no expresamente publicitarios difundidos durante el pasado año en ocho mil ejemplares de los diarios más influyentes de España. De las conclusiones del informe de medios también se desprende que la prensa regional suele difundir vinos de precios más asequibles que la nacional, que incluye más asiduamente vinos con precios que superan los 25 euros por botella. Otras de las conclusiones destacadas del informe es que únicamente un reducido grupo de bodegas y sus marcas pugnan y alcanzan una repercusión informativa significativa.



(i.) El hotel NH Palacio de Vigo acogió el 12 de noviembre la celebración del Salón de Novedades de Rioja.

(d.) Como viene siendo habitual, profesionales de la hostelería y la distribución madrileña respondieron masivamente a la convocatoria del Salón de Novedades de los Vinos de Rioja, celebrado en el recientemente inaugurado Palacio Neptuno de la capital de España.

## Salón de Novedades de los Vinos de Rioja 2012

Más de un millar de profesionales de la hostelería y la distribución asistieron al Salón de Novedades de los Vinos de Rioja, celebrado en Madrid y Vigo, con el fin de conocer de primera mano la espectacular e innovadora oferta de esta Denominación, líder del mercado español de vinos de calidad. En el Salón se degustaron 270 vinos pertenecientes a más de un centenar de bodegas, vinos que salieron al mercado durante 2012 en sus diferentes categorías y añadas de vinos criados en barrica, que son la principal seña de identidad de la D.O.Ca. Rioja. Se presentaron vinos de crianza del 2009, reserva del 2008 y gran reserva 2006, así como de añadas anteriores, según el criterio de cada bodega. También se incluyó un apartado para otro tipo de vinos especiales de añadas anteriores a 2009, que se presentan con la

contraetiqueta genérica de Garantía de Origen.

El prestigioso sumiller del restaurante Zalacaín, Custodio Zamarra, abrió el acto de presentación en Madrid con palabras de elogio para unos vinos que considera el paradigma "del equilibrio, la elegancia y la finura". En Vigo fue el veterano periodista especializado Guillermo Campos quien realizó la presentación, resaltando el papel de liderazgo jugado por Rioja en España, hasta el punto de haberse acuñado el término "riojitis" para describir la adicción de los consumidores a estos vinos.

Como señaló en sus intervenciones el presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual, "este encuentro del vino de Rioja con los profesionales de la hostelería y la distribución es un encuentro que hemos convertido ya en una tradición, fiel reflejo de la sólida relación que nos une". "Por un lado pretendemos expresar nuestro agradecimiento a este sector de la hostelería y la distribución porque, con su esfuerzo y fidelidad a nuestros vinos, hace posible que Rioja siga liderando el mercado. Por otra parte, en esta nueva edición del Salón de Novedades les presentamos la espectacular gama de vinos de alta calidad, que solo Rioja es capaz de ofrecer cada año al mercado. Es una gran muestra de la diversidad de vinos que ofrece nuestra Denominación y de la gran capacidad innovadora de nuestras bodegas, siempre atentas a lo que demanda el mercado".



El prestigioso sumiller Custodio Zamarra realizó la presentación del Salón de Novedades de Rioja 2012. Junto a él, Víctor Pascual, presidente del Consejo Regulador, Borja Monje, diputado de Agricultura de Alava, y Rosa Angulo, jefa del Dpto. de vinos del ICEX.

# Actividades promocionales en España

## Participación en Millesime Madrid 2012

El Consejo Regulador participó del 3 al 5 de octubre en la sexta edición del prestigioso y exclusivo evento gastronómico Millesime Madrid 2012, donde se dan cita la élite y las nuevas generaciones de la cocina española con una puesta en escena espectacular. La Rioja, Capital Española de la Gastronomía 2012, fue la comunidad invitada, estando representada por seis cocineros y una selección de sus mejores productos agroalimentarios, entre los que el vino ocupa un lugar privilegiado. En el novedoso espacio 'Rioja Wine Lounge', patrocinado por el Consejo Regulador, se ofreció la degustación de los vinos de medio centenar de bodegas riojanas, degustación atendida por cinco reconocidos profesionales de la sumillería de Madrid: María José Huertas, de 'La Terraza del Casino', David Robledo, del 'Santceloni', Víctor Díaz, de 'Va de Baco', Alejandro Rodríguez, del 'Ramón Freixa', y Julián Sánchez, de Lavinia. Así mismo, en colaboración con Riedel, el fabricante de copas más prestigioso del mundo, se ofrecieron 'catas express' de un mismo vino servido en tres copas diferentes, una divertida experiencia que permitió descubrir la magia de las copas a la hora de disfrutar de un vino.

## Cata histórica en Lavinia de grandes reservas de Rioja del 82

Una cata horizontal de seis vinos de Rioja de la añada 82 fue la actividad estrella que puso broche de oro al 'Mes de Rioja' celebrado en Lavinia entre septiembre y octubre de 2012. La gran capacidad que tienen los vinos de Rioja para el envejecimiento permite disfrutar de auténticas joyas enológicas y es uno de sus signos diferenciadores más reconocibles y valorados por los consumidores, algo que ha sido decisivo para alcanzar el gran prestigio internacional que actualmente posee esta Denominación. La añada 82 fue la

primera calificada 'excelente' después de la mítica añada del 64, y hasta el año 1994 no volvería a repetirse la más alta calificación de Rioja. La cata, en la que participaron un grupo de expertos, fue conducida por Marie Louise Banyols, directora de Producto de Lavinia, acompañada por el presidente del Consejo Regulador. Los protagonistas, seis grandes reservas que permitieron comprobar la buena evolución que han



*La alcaldesa de Madrid, Ana Botella, junto al presidente del Consejo Regulador, Víctor Pascual, en la inauguración de Millesime Madrid 2012.*

*Pocas regiones del mundo pueden ofrecer 'joyas enológicas' como estos grandes reservas de Rioja con treinta años.*



experimentado durante los treinta años transcurridos desde su elaboración y disfrutar de la historia embotellada a través de estos fantásticos vinos: Viña Albina, de Bodegas Riojanas, Conde de Valdemar, de Bodegas Valdemar, Sierra Cantabria, de Bodegas Sierra Cantabria, Viña Real, de Bodegas CVNE, Muga, de Bodegas Muga, y Rioja Alta 904, de Bodegas La Rioja Alta. La directora de la cata los definió como vinos únicos y diferentes, destacando en ellos la presencia de fruta, así como la gran acidez que hace posible su largo envejecimiento y, en algunos casos, un largo recorrido en boca. Los seis vinos fueron magníficamente armonizados con un menú elaborado por Ange García, chef de Lavinia.

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

## Gran éxito de participación en la iniciativa promocional 'La cara positiva de la vida'

La iniciativa de comunicación 'La cara positiva de la vida', promovida por el Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja, concluyó con un gran éxito de participación, logrando sumar más de 23.000 seguidores a sus perfiles en las redes sociales Facebook y Twitter. Esto ha convertido a Rioja, en tan solo 4 meses, en la denominación de origen vitivinícola con mayor número de fans y seguidores en España y con mayor influencia por contenidos en Facebook. La ganadora del primer premio, un viaje a Londres sorteado entre todos los participantes, fue la joven murciana Ada María Martínez.

La respuesta entusiasta que ha recibido 'La cara positiva de la vida' por parte de miles de internautas ha evidenciado la oportunidad de esta novedosa experiencia impulsada desde la D.O. Ca. Rioja a partir del mes de septiembre de 2012 con el objetivo de que la gente pudiera compartir a través de las redes sociales las noticias positivas de su vida cotidiana, sus éxitos y celebraciones acompañadas de un buen vino. Todo ello ha quedado expresado en los miles de mensajes y fotografías, mayoritariamente vinculados a la emotividad y relaciones personales, muy por encima de los temas económicos y sociales, que han remitido quienes se han sumado a la iniciativa a través del microsite [www.lacarpositivadelavida.com](http://www.lacarpositivadelavida.com).

com y de los perfiles de la D.O.Ca. Rioja en Facebook 'Rioja Wine España' y en Twitter '@RiojaWine\_Es' junto al hashtag '#Riojalacarapositiva'. Cabe señalar que los seguidores más numerosos han sido jóvenes de 25 a 35 años y que las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia y Zaragoza han sido las que mayor participación han aportado.

Tanto esta alta participación, como la audiencia de varios millones de internautas a la que se ha llegado, han permitido a la D.O.Ca. Rioja posicionarse como una marca de referencia en las Redes Sociales, siendo considerada, según los medidores de influencia y 'engagement Social Media', como "una marca influyente y relevante, que comparte contenidos de calidad que calan en su público". La página 'Rioja Wine España' en Facebook ha conseguido posicionarse como la que mayor número de seguidores tiene entre las Denominaciones de Origen, mientras que en Twitter se ha posicionado en segundo lugar en tan solo cuatro meses.

Entre los miles de participantes que han enviado sus mensajes y fotografías a 'La cara positiva de la vida', mostrando sus momentos más felices y positivos, se han sorteado semanalmente botellas del vino institucional del Consejo y, como premios destacados, varios viajes de enoturismo de fin de semana a Rioja y un premio final de un viaje a Londres para dos personas. La ganadora de este primer premio fue Ada María Martínez de Haro, una joven murciana de treinta años residente en la localidad de Águilas.



Miles de participantes que han enviado sus mensajes y fotografías a 'La cara positiva de la vida', mostrando sus momentos más felices y positivos.



Fotografía agraciada en el sorteo del primer premio de 'La cara positiva de la vida', enviada por Ada María Martínez con el lema 'muerta de risa'.



La iniciativa de comunicación 'La cara positiva de la vida' ha conseguido 23.000 seguidores, convirtiendo a Rioja en la región vinícola con más influencia en redes sociales en España.



El Museo del Vino de Aldeanueva de Ebro acogió el 'Homenaje a Personalidades Ilustres del Vino de Rioja', organizado por el Consejo Regulador de Rioja y el portal temático lomejordelvinoderioja.com, con la colaboración del Ayuntamiento de Aldeanueva. En el acto participaron el presidente de La Rioja, Pedro Sanz, y el alcalde de la localidad, Ángel Fernández, así como autoridades autonómicas y una representación del sector vitivinícola riojano.

## Reconocimiento a tres destacados líderes de la D.O.Ca. Rioja: los bodegueros José Bezares y Julio Faustino Martínez, y el viticultor José Ángel Alegria

Los bodegueros José Bezares, fundador de Bodegas Campo Viejo, y Julio Faustino Martínez, fundador del Grupo Faustino, así como el viticultor José Ángel Alegria, fundador de la organización agraria ARAG-Asaja, fueron protagonistas del 'Homenaje a Personalidades Ilustres del Vino de Rioja' que les tributó el Consejo Regulador el 27 de septiembre, en reconocimiento a la trayectoria personal y profesional de estos tres destacados líderes del sector vitivinícola riojano, cuya aportación ha sido clave para la configuración del modelo de Denominación y para la expansión de la marca Rioja por todo el mundo.

José Bezares, Julio Faustino Martínez y José Ángel Alegria son tres figuras imprescindibles de la historia reciente de los vinos de Rioja, que han dejado honda huella en la memoria colectiva del sector y han tenido una destacada participación en el desarrollo del actual modelo de Denominación, siendo actores fundamentales de la gran transformación experimentada por Rioja en el último medio siglo y del éxito alcanzado en todo el mundo. Como señaló en su intervención Víctor Pascual, presidente del Consejo Regulador, "las tres personalidades homenajeadas son todo un referente en el desarrollo histórico de nuestra Denominación y ejemplifican perfectamente que la clave de esa evolución histórica, que marca la diferencia respecto a otras zonas vinícolas, se encuentra sobre todo en el factor humano, en las personas que con su capacidad de liderazgo y su visión de futuro, han hecho grande al vino de Rioja". Para el presidente del Consejo Regulador, "en estos tiempos tan difíciles, la visión que siempre han demostrado

estas tres personalidades se hace más necesaria que nunca, porque han sabido crear, innovar y analizar el contexto para reaccionar de la forma más adecuada en cada etapa que les ha tocado vivir". En este sentido, animó a seguir su ejemplo y aprender que "es posible adaptarse y reinventarse, sin perder los rasgos de identidad, algo que en estos momentos necesita nuestra Denominación, que no se juega ya su futuro sino su presente, porque nunca el presente ha sido tan cambiante". Valoró especialmente Víctor Pascual el hecho de que, desde sus distintas posiciones, los tres hubieran entendido siempre que "bodega y viña están asociados de forma indisoluble en esta región" y que en pocos lugares como aquí "la riqueza se distribuye desde la viña hasta el punto de venta final".

Los tres homenajeados manifestaron su emoción y agradecimiento por recibir este homenaje de las propias gentes del vino, amigos y compañeros en su larga andadura profesional. José Ángel Alegria destacó en su intervención que "frente a amenazas como la liberalización de plantaciones, el reparto social del viñedo, como el que tenemos aquí, hay que defenderlo a muerte. He visto lo que ha pasado en otras zonas de España con el vino y me quedo con lo nuestro". El presidente de la Comunidad de La Rioja, Pedro Sanz, cerro el acto reconociendo el "trabajo, entrega y dedicación" de los premiados, a quienes agradeció que "hayan dedicado sus vidas al servicio del buen nombre, el prestigio y la calidad del vino de Rioja", contribuyendo "a aumentar la merecida fama universal de la que goza".



La embajadora de marca de la D.O. Calificada Rioja en Los Ángeles, Nina Sventiska, hizo entrega a Pau Gasol de la donación en marzo de 2012.



Antonio Mingote fue el responsable en 2005 de glosar la figura de Antonio Banderas en el acto de entrega del Premio celebrado en Logroño.

## Premio Prestigio Rioja: el Rioja solidario con el Proyecto de Pau

El Consejo Regulador entregó una donación de 50.000 euros al proyecto humanitario con Unicef del deportista español Pau Gasol, XVI Premio Prestigio Rioja, quien agradeció "el apoyo de la sociedad riojana, que ayudará a que los niños en África tengan la oportunidad de un futuro mejor". El dinero se destinó íntegramente a 'El proyecto de Pau', que tiene como fin luchar contra la desnutrición en África y promover la educación en el continente. Una apuesta que pone de manifiesto la solidaridad de nuestro baloncestista más internacional, a la que se sumó la D. O. Ca. Rioja con la campaña 'El Rioja Solidario con el Proyecto de Pau'. "Con esta gran contribución podremos ofrecer mejor alimentación y educación", aseguró el pivot español, que dijo también alegrarse cada vez que veía el vino de Rioja en los restaurantes y locales que frequenta en Estados Unidos, ya que le une a España y le acompaña siempre.

Pau Gasol recibió el XVI Premio Prestigio Rioja, unanimemente concedido por el jurado por considerarle ejemplo de una vocación dedicada a la excelencia en la cancha de baloncesto y gran embajador de los valores de nuestro país en el mundo. Además, es embajador de Unicef España desde 2003, labor que acentuó en 2010, cuando nació 'El Proyecto de Pau'. Tras la entrega del Premio Prestigio a Pau Gasol en octubre de 2011, y en respuesta a la labor social del deportista, el Consejo Regulador puso en marcha la campaña "el Rioja solidario con el Proyecto de Pau", haciendo efectiva el 23 de marzo de 2012 la entrega de los fondos recaudados con la colaboración de bodegas y viticultores.

## Luto por Antonio Mingote, jurado del Premio Prestigio Rioja

El Consejo Regulador se sumó a las muestras de pesar unánimemente expresadas por toda la sociedad española ante el fallecimiento de Antonio Mingote, uno de los grandes intelectuales españoles, dibujante, humorista, escritor y académico de la lengua. En el recuerdo de muchos riojanos siempre quedará su cordialidad y simpatía, demostrada en cada edición del Premio Prestigio Rioja, a cuyo jurado se incorporó como miembro permanente en 1999 junto a Carmen Iglesias, Camilo José Cela, Angel Martín Municio, Adrián Piera, Juan Antonio Samaranch y Rafael Ansón.

Antonio Mingote fue uno de los miembros más participativos del jurado del Premio Prestigio Rioja, asistiendo con asiduidad tanto a las reuniones deliberativas del jurado como a las entregas de premios en Logroño. Entre otras colaboraciones, Antonio Mingote fue el responsable en 2005 de glosar la figura del premiado, Antonio Banderas, en el acto de entrega del Premio celebrado en Logroño.

Siempre mostró un gran aprecio por los vinos de Rioja y cuanto representaba la cultura del vino para nuestra civilización, motivo por el que, de forma desinteresada, formaba parte del jurado de un Premio creado en 1994 por el Consejo Regulador para distinguir a aquellas personas o instituciones que con su actuación contribuyen a prestigiar el ámbito de la cultura y forma de vida de la que el vino forma parte, cooperando en el mantenimiento y la exaltación de los valores y las costumbres propias de los pueblos de tradición vitivinícola. Con el más sincero agradecimiento por aportar el prestigio de su figura al Premio, el Consejo Regulador de Rioja le brindó el último adiós desde el corazón.



(i.) Entrega del galardón 'Virrey Ajo Asado 2012' al Consejo Regulador. (d.) El presidente de la D.O.Ca. Rioja, Víctor Pascual, entrega el distintivo "Amigo del Rioja" a Javier Guillén y Abraham Olano. Les acompañan la alcaldesa de Logroño, Cuca Gamarra, y el consejero de Presidencia del Gobierno de La Rioja, Emilio del Río.

## El Consejo Regulador recibe el galardón 'Virrey Ajo Asado 2012'

El Consejo Regulador recibió el 25 de febrero el galardón 'Virrey Ajo Asado 2012', una distinción que el Hotel Virrey de Arnedo otorga a personas e instituciones en reconocimiento a su labor como embajadores destacados de La Rioja, de sus costumbres y de su gastronomía en el marco de las Jornadas Gastronómicas del Ajo Asado. Como destacó en su intervención la gerente del Hotel Virrey, Yolanda García, en la décima edición del galardón el jurado ha querido rendir homenaje al Consejo Regulador de la D.O. Ca. Rioja en tanto que "máximo representante y garante de la calidad del vino de Rioja, así como impulsor de la imagen de nuestra tierra a través de su vino en el mundo entero". Víctor Pascual, que recibió el galardón de manos de su antecesora Mandi Ciriza, directora de Canal Cocina, agradeció en representación de todo el sector del vino de Rioja un reconocimiento al que concedió "un especial valor, porque no son fáciles de obtener dentro de la propia tierra, quizás porque nos falte un poco del 'chauvinismo' francés para sentirnos muy orgullosos de lo que tenemos, de lo que somos y de lo que hemos conseguido con nuestro modelo de denominación, fruto del esfuerzo y visión de futuro de varias generaciones". "Últimamente nuestra Denominación ha obtenido varios premios de gran relevancia en países como Gran Bretaña y Estados Unidos, donde ha sido reconocida como región vinícola del año, premios importantes por lo que representan de confirmación del éxito comercial y de imagen de nuestros vinos en esos países, pero también nos llena de satisfacción que en nuestra propia tierra se conozcan y valoren estos logros".

## La Vuelta recibe el distintivo 'Amigo del Rioja'

Javier Guillén y Abraham Olano, director general y director deportivo respectivamente de la Vuelta Ciclista a España, recibieron el 22 de agosto la distinción 'Amigo del Rioja' en un acto celebrado en la sede del Consejo Regulador, que quiso reconocer de esta forma la contribución de este gran evento deportivo a la promoción de los vinos de Rioja. "Para nuestra Denominación de Origen, la Vuelta es un magnífico escaparate a través del cual mostrar a los aficionados al ciclismo de España y otros países los atractivos de nuestra región, que tiene en el vino su principal seña de identidad", afirmó el presidente del Consejo, Víctor Pascual. Javier Guillén agradeció una distinción "que estrecha aún más los lazos que ya tenía la Vuelta con esta tierra de gentes tan hospitalarias". "Representa para nosotros un gran honor recibir este reconocimiento de la Denominación de Origen: es como pedirle a la chica de tus sueños que se case contigo y te responda que sí", concluyó.

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

El Consejo Regulador colabora con la Asociación de Librerías de La Rioja en la organización de la campaña 'Un libro y un rioja: el placer de la cultura', iniciativa pionera en España con la que se conmemora el 'Día del Libro' en La Rioja y que tiene la singularidad de vincular esta celebración a la cultura del vino. Durante la semana del 23 al 28 de abril, los libreros riojanos obsequiaron a los compradores de un libro con un botellín de vino de Rioja de crianza de 185 cl. vestido

# COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN



Presentación de la etiqueta ganadora y finalistas del concurso 'Día del Libro 2012'.

con una etiqueta conmemorativa en la que figura el lema de la campaña. Para el diseño de la etiqueta del botellín de vino el Consejo Regulador convocó un concurso entre los alumnos de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja, resultando ganador del primer premio, dotado con 400 euros, Juan Miguel Porres con la obra titulada 'Descorchando la imaginación'. Recibieron dos accesits de 100 euros Francisco Alonso García y Marta del Pozo Herce.

**Campaña de publicidad.-** Durante 2012 el Consejo Regulador realizó una campaña de promoción del vino de Rioja en España bajo el slogan 'La cara positiva de la vida. Rioja, mil y un vinos, mil y un aciertos' con el objetivo de comunicar la gran diversidad, calidad e innovación de los vinos de Rioja. La mayor parte del presupuesto se destinó a una campaña de publicidad en las cadenas de radio Onda Cero, Cadena Ser y Cadena 100, así como a inserciones en revistas especializadas en vino y gastronomía. También se realizó una campaña de publicidad en medios digitales para generar más notoriedad y tráfico de consumidores al microsite, Facebook y twitter de 'La cara positiva de la vida'.

**Promoción en Lavinia y El Corte Inglés.-** El Consejo Regulador suscribió un acuerdo con Lavinia para celebrar el 'Mes de Rioja', que incluye la decoración de las tiendas y escaparates, publicación de un especial de Rioja en 'Lavinia actualidad', un evento en cada tienda con degustación de todos los vinos de Rioja referenciados, sorteo especial de un viaje a Rioja como incentivo de compra y actividades como la cata de grandes reservas del 82. En los establecimientos Gourmet Experience de El Corte Inglés Madrid Castellana, Madrid Goya y Alicante se realizó una campaña de información a



El patrocinio por parte del Consejo Regulador de Rioja del festival benéfico de pelota "Titín III y amigos", celebrado el 14 de mayo en Logroño, es una muestra del compromiso del sector vitivinícola con la sociedad riojana. El vino de Rioja no solo es motor de la economía regional, sino que también contribuye solidariamente con iniciativas como la de Titín, cuya recaudación se destina a la Coordinadora en La Rioja de ONGs del Desarrollo.



El vino de Rioja 'Albiker 2011', de Bodegas Altún, fue el ganador de 'PRIMER 2011' en la cata final de la XIV Muestra de los Vinos de Maceración Carbónica celebrada el 9 de mayo en la sede del Consejo Regulador, entidad patrocinadora junto al Gobierno Vasco de esta iniciativa de la editorial OpusWine. En la fotografía, el joven enólogo de Bodegas Altún, Iker Martínez Pangua, recibe el premio del presidente del consejo, Víctor Pascual. Junto a ellos el director general de Agricultura de La Rioja, Igor Fonseca, la directora de MiVino-Vinum, Cristina Alcalá, y el asesor de la Consejería de Medio Ambiente del Gobierno vasco, Daniel Solana.



Presentación de la Memoria 2011 a los directores de los medios de comunicación de la D.O. Ca. Rioja.

los consumidores entre el 29 de octubre y el 24 de noviembre de 2012, campaña que se reforzó con la colaboración en la inauguración del espacio Gourmet Experience de Callao y la colocación de material promocional en una selección de 15 tiendas Gourmet de la cadena, así como la publicación de un reportaje especial y publicidad en los números de septiembre y diciembre de 2012 de la revista Gourmet Experience.

**Publicaciones del Consejo.-** El Boletín 'CONSEJO', del que se publicaron dos números a lo largo del año 2012, 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 sobre viñedos, producción, elaboración, bodegas, comercialización, etc. La página oficial del Consejo Regulador en Internet ([www.riojawine.com](http://www.riojawine.com)) renovó su diseño en 2011 y 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, como el mapa de la Denominación, Manual de Cata de Vinos de Rioja, catálogo y poster sobre variedades de uva de Rioja, tríptico de información genérica en varios idiomas, directorio de bodegas, tarjeta de calificación de añadas, etc.

**Recursos de divulgación y formación.-** La Oficina de Información de Vinos de Rioja se halla situada en la propia sede del Consejo y desde su creación en 1993 ha incrementado constantemente el número de visitantes atendidos y de información remitida a todo el mundo. 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 2012 se han impartido un total de 16 cursos, con un total de 225 alumnos de diversas procedencias y nacionalidades. Los cursos de cata en Universidades españolas forman parte del programa de divulgación de la cultura del vino de Rioja entre los jóvenes universitarios españoles puesto en marcha por el Consejo Regulador en 1999. Cuenta para la organización de estos cursos con la colaboración de los respectivos Consejos de Estudiantes de cada Universidad y de un experto profesor del sector vitivinícola que ha impartido cursos durante el año 2012 en el I.E.S.E. Business Scholl de Barcelona (11 de abril), en Universidad del País Vasco en Lejona (9 de mayo), en la Universidad Autónoma de Madrid (18 de mayo), en Escuela de Hostelería de Artxanda (20 de junio) y en la Escuela Superior de Hostelería de la Comunidad de Madrid (15 de noviembre).

**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 la Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa y su Concurso de Vinos de Rioja, la Muestra de los Vinos de Maceración Carbónica 'Primer', la iniciativa 'Riojano, joven y fresco', organizada por el Grupo Vocento, y el Festival benéfico de pelota 'Titín III y amigos'. La sede del Consejo acogió también actividades promocionales del vino de Rioja promovidas por otras entidades, como la XX Cata de Solidaridad Rotaria o el Concurso de Vinos de Cosecheros de la Fundación Caja



# COMERCIALIZACIÓN



Denominación de Origen Calificada

## Rioja logra mantener sus ventas por encima de los 355 millones de botellas por tercer año consecutivo

La D. O. Calificada Rioja ha logrado mantener sus ventas por encima de los 355 millones de botellas por tercer año consecutivo, gracias principalmente al crecimiento que ha continuado experimentando la demanda de sus vinos en el mercado de exportación, donde han alcanzado un nuevo máximo histórico que le aproxima a los cien millones de litros, casi cuatro de cada diez botellas comercializadas por la Denominación. China sigue registrando el mayor incremento, ascendiendo al 7º puesto del ranking de importadores de Rioja, que lidera de forma destacada Reino Unido, destino de un tercio de las exportaciones.

Dentro del difícil contexto económico actual, la capacidad de penetración de Rioja en los mercados considerados estratégicos, pues concentran más del 80% del consumo mundial de vino, ha permitido consolidar el destacado liderazgo de Rioja respecto al resto de regiones vinícolas españolas, fruto sin duda del reconocimiento de la gran calidad y prestigio de los vinos de esta Denominación, que representan hoy un valor seguro para los consumidores de todo el mundo. La especialización en los vinos con crianza en barrica ha permitido un mejor posicionamiento en los segmentos de mayor valor añadido.

### Las ventas de 2012 en cifras

El volumen total de vino comercializado por la D.O. Calificada Rioja en el año 2012 ha sido de 266,4 millones de litros (M. de l), un 0,93% menos que el año anterior. España sigue siendo el principal mercado para Rioja, con 169,4 M. de l (-4,26%) que suponen el 63,6% del total de las ventas, mientras que la exportación ha sumado 96,96 M. de l (+5,47%) incrementando su cuota de participación hasta el 36,4% de las

ventas, una tendencia que viene siendo constante los últimos años. Por tipos de vino, el 90% de las ventas corresponden a vinos tintos, con 239,1 M. de l, repartiéndose el resto los vinos blancos, que con 14,4 M. de l tienen un ligero aumento del 0,41%, y los rosados, que con 12,9 M. de l descienden un 3,24%.

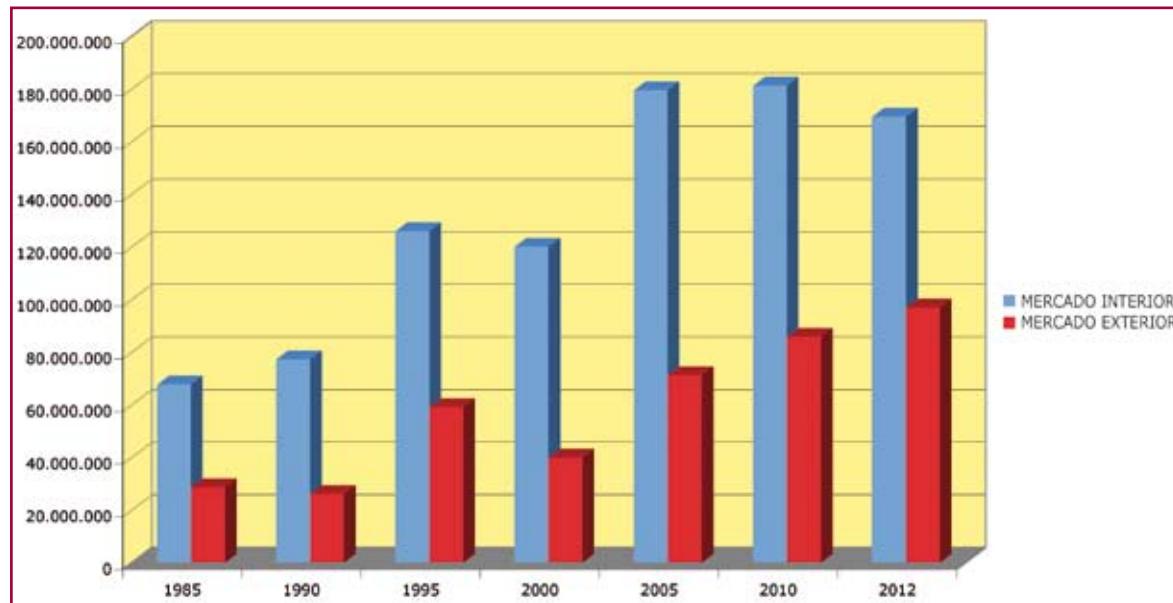
La exportación de Rioja ha mantenido en 2012 la línea positiva de los dos años anteriores, acumulando récords de forma sucesiva y totalizando un 34% de crecimiento en estos tres ejercicios, que le sitúa muy cerca de alcanzar el objetivo de los 100 millones de litros. Los principales mercados siguen siendo Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Suiza y Suecia, que ocupan por ese orden los cinco primeros puestos del ranking de importadores y concentran más del 70% de la exportación de Rioja. Sin duda el haber mantenido las inversiones en promoción en los principales países importadores ha sido decisivo para impulsar las ventas y mejorar el posicionamiento de la marca Rioja respecto a la competencia.

El primer país importador de Rioja es Reino Unido de forma muy destacada, ya que es el destino de un tercio de las ventas de Rioja en el exterior, con un total de 32,7 M. de l en 2012 y un crecimiento del 6,8%. Alemania mantiene el segundo lugar del ranking con 18,7 M. de l y un incremento del 3% respecto al año anterior, que en la categoría de crianza ha sido del 14% por segundo año consecutivo.

Estados Unidos ocupa el tercer puesto entre los importadores de Rioja, con 8,85 M. de l en 2012 y un crecimiento continuado durante los últimos años. Destaca en 2012 el 25% de incremento que han tenido las ventas de reservas y grandes reservas, dato significativo del buen posicionamiento alcanzado por los vinos de la D. O. Ca.



#### Evolución de la comercialización de vinos de Rioja 1985-2012 (en litros)



Rioja en este país, al que se destina el mayor presupuesto de promoción por considerarlo un mercado estratégico clave, convertido ya durante 2012 en el primer país consumidor de vino del mundo.

De nuevo China sigue registrando el mayor aumento de ventas (+38,1%) y avanzando puestos en el ranking de importadores de Rioja, ya que ha pasado del 10º puesto alcanzando en 2011 al 7º que ocupa en la actualidad, con un total de 2,42 M. de l. comercializados en 2012. Más de un centenar de bodegas de la D.O.Ca. Rioja exportan a este país, que se ha convertido en el mercado con mayores expectativas de crecimiento en los próximos años. Otro país que ha destacado en 2012 como el segundo con mayor crecimiento de las ventas de Rioja ha sido México (+10,7%), que consolida así la trayectoria positiva de estos últimos años con unas ventas totales de 2,17 M. de l y la novena posición del ranking.

**Mantener las inversiones en promoción ha sido decisivo para consolidar el posicionamiento internacional de la marca Rioja**

#### Especialización en la crianza

En cuanto a las ventas de Rioja por categorías, el vino tinto de crianza es la categoría de Rioja más vendida, con 96,5 M. de l, cantidad algo superior a la de tintos con contraetiqueta genérica, que con 95,2 M. de l son los que mayor crecimiento han experimentado este pasado año, principalmente en la exportación. Particularmente destacable resulta el incremento que siguen manteniendo los vinos de reserva en los mercados exteriores, hasta el punto que sus ventas (26 M. de l) casi duplican a las del mercado interior (16 M. de l). En conjunto la participación de los vinos criados en barrica, supera el 60% de las ventas totales de vinos tintos, una estrategia de especialización que ha requerido importantes inversiones en las bodegas, pero que ha permitido a Rioja conseguir un mejor posicionamiento en los segmentos de mayor valor añadido respecto a otros competidores.



# COMERCIALIZACIÓN

## Informe Nielsen



### Rioja monopoliza el mercado español de vinos tintos con crianza

Los vinos de Rioja mantienen su condición histórica de líderes destacados del mercado español, con una cuota de participación que alcanza el 48,5% de las ventas de vinos tintos con Denominación de Origen. Este liderazgo es especialmente significativo en la hostelería, donde Rioja alcanza una cuota de mercado próxima al 60%, cuota que en los vinos tintos de crianza se ha incrementado hasta el 77,4%, tal como indican las conclusiones del estudio realizado por la consultora Nielsen sobre la evolución del mercado de vinos en España durante 2012.

El estudio de Nielsen ha confirmado una nueva caída del consumo de vino en España, que si bien ha sido inferior a la del ejercicio anterior (un -0,9% en 2012 frente al -3,7% en 2011), sitúa en mínimos históricos el volumen de ventas de vino en nuestro país. En el lado positivo cabe destacar que, frente a la pérdida de valor de un -5,1% en 2011 por el descenso de los precios, en el pasado año 2012 se produjo un incremento de valor del 2% por el desplazamiento del consumo hacia vinos con mayor valor añadido.

En este sentido, frente al descenso del año anterior tanto en volumen como en valor, los vinos con denominación de origen han sido los únicos que han experimentado en 2012 un crecimiento del 2,1% en volumen y del 2,2% en valor, mientras que descienden en torno a un 3,5% el resto de categorías de vinos (vinos de la tierra, vinos sin indicación geográfica y vinos de importación). El incremento del consumo de vinos con Denominación de Origen se ha concentrado sobre todo en el canal de alimentación, con casi un 4%, ya que en el canal de hostelería ha permanecido prácticamente estable. Los vinos blancos han capitalizado en exclusiva este incremento de las ventas (9,6%), ya que las ventas de rosados descendieron un 1,5% y las de vinos tintos no tuvieron variación. Esta es la razón de que las denominaciones de origen dedicadas a la producción casi exclusiva de vinos blancos hayan sido las que han conseguido incrementar su participación de mercado en el último año, tanto en hostelería como en alimentación.

### Cuota de mercado por Denominaciones

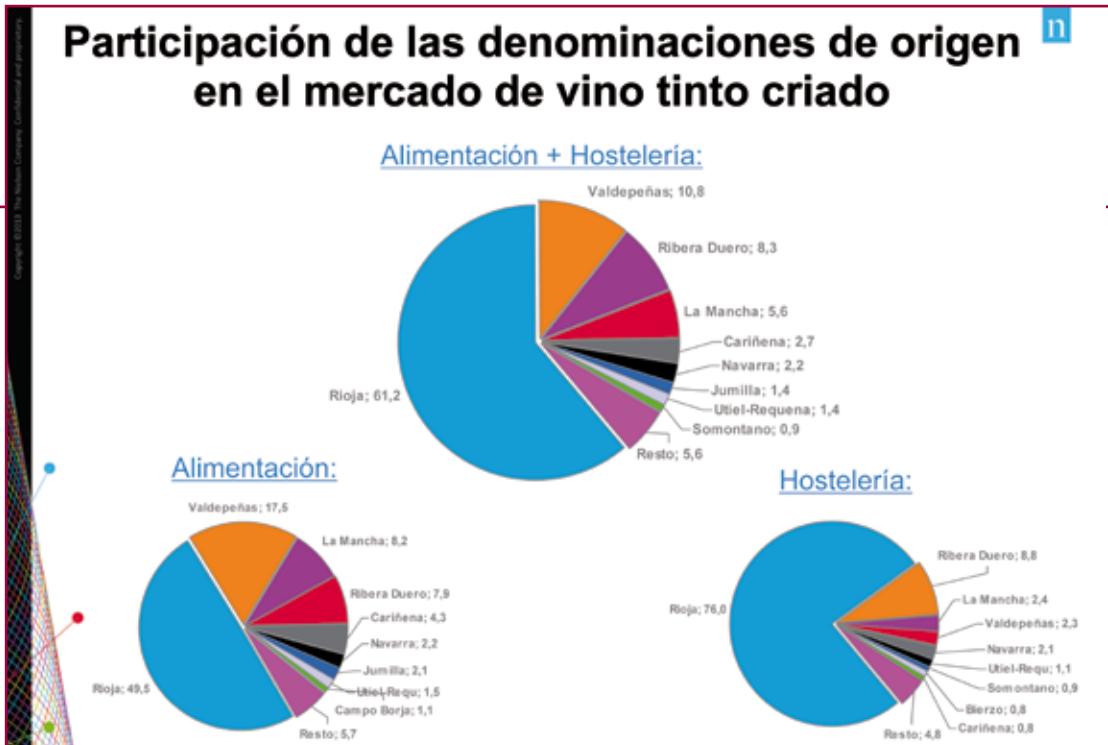
La estrategia de especialización en las categorías de vinos criados en barrica ha permitido a la D.O. Calificada Rioja mantener su condición histórica de líder destacado del mercado español, con una cuota de mercado que alcanza el 48,5% de las ventas de vinos tintos con Denominación de Origen., cuota que en la hostelería se aproxima al 60%. Si analizamos por categorías la cuota de mercado de las diferentes denominaciones de origen, el abrumador liderazgo de Rioja en vinos tintos de crianza se ha incrementado al 77,4% de las ventas de este tipo de vinos en la hostelería y a un 54,5% en la alimentación. El tinto de crianza es la categoría de Rioja con mayor volumen de ventas (73,2 millones de litros comercializados en 2012 en España). En las categorías de reservas y grandes reservas de Rioja, cuyas ventas en España sumaron un total de 17,5 millones de litros, la cuota de mercado es del 62,3% en hostelería y del 34,7% en alimentación.

Si tenemos en cuenta todos los tipos de vinos (tintos, blancos y rosados), la cuota de mercado de Rioja es del 36,4%, superior a la suma de las cinco siguientes denominaciones de origen, ninguna de las cuales alcanza el 10%. Rioja ha mejorado en 2012 su cuota de mercado en vinos blancos, pasando de un 6,9% a un 7,2%, y manteniendo el 5º puesto del ranking entre las denominaciones de origen. Los rosados de Rioja ocupan el segundo puesto del ranking y también han mejorado en más de un punto su cuota de mercado, que es del 19,9%.

En conclusión, aunque la nueva caída del consumo de vino en España ha afectado a la denominación líder, Rioja ha mantenido prácticamente estables sus ventas en 2012 (-0,8%), con un -0,4% en el canal de alimentación y un -1,1% en el canal de hostelería, donde se ha frenado la fuerte caída del -9,3% que tuvo el pasado año 2011. La D.O. Ca. Rioja ha mostrado un año más su fortaleza en vinos tintos, manteniendo

# Participación de las denominaciones de origen en el mercado de vino tinto criado

Oleígeno DOP Rioja Denominación de Origen Protegida



su destacada posición al frente de las denominaciones de origen. Pero en vinos blancos, a pesar del incremento de cuota que indican los datos de Nielsen, la limitación de su oferta no le está permitiendo aprovechar las oportunidades que ofrece un mercado en desarrollo.

## Consumo por canales de comercialización y tipos de vino

Respecto a los canales de comercialización, la hostelería, que tuvo una fuerte caída de las ventas de vino en 2011, ha frenado la tendencia y ha tenido en 2012 un comportamiento similar al canal de alimentación (-1% y -0,8% respectivamente). El volumen de ventas de vino en la alimentación supera ampliamente al de la hostelería (54,4% frente a 45,6%), pero no ocurre lo mismo en cuanto al valor total de las ventas, que sigue siendo muy superior en la hostelería.

Por primera vez las ventas de Rioja en el canal de alimentación han superado ligeramente en volumen a las ventas en el canal de hostelería. En el año 2000 el canal de hostelería concentró el 73,5% de las ventas de vino de Rioja frente al 26,5% que representó el canal de alimentación. Ahora el reparto de las ventas ha cambiado significativamente y el peso de cada canal ha quedado equilibrado en torno al 50%. Considerando todos los tipos de vinos (tintos, blancos y rosados), Rioja tiene una cuota de participación del 39,9% en el canal de hostelería y del 33,5% en el canal de alimentación

respecto al total de vinos con denominación de origen. Las altas cuotas de participación de Rioja en la hostelería hacen que la crisis de este sector le afecte más directamente, aunque en los vinos tintos de crianza haya conseguido incrementar su cuota de mercado.

## Regionalización de las ventas

Tras el área Norte-Centro (País Vasco, Navarra, etc.), el área del Noroeste (Galicia, Asturias y León) es el segundo mayor mercado para los vinos de Rioja, ya que concentra el 15,3% de las ventas, seguido muy de cerca por Andalucía con el 14,3%. Durante el año 2012 las ventas de Rioja aumentaron solamente en tres áreas: la zona Noreste (Aragón y Cataluña), la zona Norte-Centro y la zona Sur. Si comparamos entre la concentración geográfica de las ventas de los vinos de Rioja y las ventas del conjunto de los vinos con denominación de origen, hay tres zonas con mayor peso para las ventas de Rioja: la zona Norte-Centro (30,1% de las ventas de Rioja frente al 21,2% del resto de denominaciones), la zona Sur -Andalucía y Badajoz- (14,3% frente al 11,7%), y el área metropolitana de Barcelona (8,1% frente al 8%). Las cuotas de participación de Rioja en estas tres áreas respecto al conjunto de los vinos con denominación de origen son del 51,7% en la zona Norte-Centro, del 44,5% en la zona Sur y del 36,9% en el área metropolitana de Barcelona.

# LA COSECHA 2012 EN LA D.O.CA. RIOJA



## El Consejo Regulador otorga la calificación 'Muy Buena' a la cosecha 2012 de Rioja

El Consejo Regulador ha otorgado a la cosecha 2012 de Rioja la valoración oficial de 'Muy Buena' como resultado del riguroso proceso de calificación mediante análisis y cata al que han sido sometidos los 253,84 millones de litros de vino elaborados por las bodegas y representados por un total de 3.800 muestras tomadas directamente de los depósitos por los técnicos del Consejo. Esta valoración global refleja la heterogeneidad de una cosecha marcada por la sequía, que afectó cuantitativa y cualitativamente a una parte del viñedo, pero que ha ofrecido un volumen importante de vinos de altísima calidad, en línea con los obtenidos en las dos cosechas anteriores, consideradas ambas 'excelentes'.

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. Los requisitos para superar el examen de calificación se han elevado en los últimos años, incorporándose parámetros de calidad más exigentes, con el objetivo de que Rioja siga manteniéndose en los mercados como referente de los vinos de calidad.

El mes de noviembre comenzaba el proceso de califica-

ción de la cosecha 2012, con un programa de recogida de muestras en todas las bodegas elaboradoras por parte de los veedores del Consejo Regulador, muestras que deben ser representativas de partidas no superiores a 100.000 litros. Cada muestra ha sido analizada en el laboratorio de una de las tres Estaciones Enológicas de la D.O. y valorada por un comité de cata integrado por tres catadores, que forman parte del panel de cata externo con que cuenta el Consejo Regulador y al que pertenecen más de un centenar de expertos. El procedimiento para la valoración organoléptica está debidamente reglado, garantizándose la confidencialidad y anonimato de las muestras catadas.

**La cosecha 2012, marcada por la sequía, ha ofrecido vinos de altísima calidad, en línea con los de las dos cosechas anteriores**

Las 3.800 muestras de la cosecha 2012 presentadas a calificación han sido sometidas a este riguroso control analítico y de cata, que han debido superar cada una de ellas para tener derecho al amparo de la Denominación. Finalmente han sido calificados 244,74 millones litros (12,59 de blanco, 12,70 de rosado y 219,45 de tinto). El resto de vinos elaborados, hasta el total de 252,17 millones de litros presentados a la calificación, no ha sido calificado en su mayor parte por corresponder a excesos de rendimiento en la producción (6,52 millones de litros), siendo rechazadas por no superar la prueba analítica o sensorial tan solo 49 muestras, lo que da idea del alto grado de perfeccionamiento técnico alcanzado en las elaboraciones.

### EVOLUCIÓN RESULTADOS ANALÍTICOS CALIFICACIÓN VINOS TINTOS COSECHAS 2001/2012

PARÁMETROS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
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
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
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
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
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



## Uvas sanas y profesionalidad, factores decisivos

Tras un ciclo vegetativo caracterizado por la sequía, cabe destacar como incidencia climatológica significativa el efecto de las lluvias caídas a finales de septiembre, que influyeron muy positivamente en la evolución de la maduración, proporcionando un mejor equilibrio final al fruto e incrementando las expectativas productivas de una gran parte del viñedo riojano. La uva cosechada presentó en su mayor parte un magnífico estado sanitario y un excelente equilibrio madurativo entre graduación alcohólica y polifenoles, lo que permitió elaborar vinos de gran calidad, con buena estructura polifenólica, especialmente aptos para la crianza en barrica y larga guarda.

Para el buen resultado final de esta cosecha 2012 también ha resultado decisiva la gran profesionalidad de viticultores y bodegas a la hora de planificar el desarrollo de la vendimia, dado que la maduración se presentaba de forma desigual entre las diferentes parcelas, lo cual exigió realizar de una manera selectiva la vendimia para obtener la máxima calidad en cada uno de los viñedos.

El volumen total de producción de la cosecha 2012 en Rioja fue de 354,9 millones de kg de uva, con uno de los rendimientos por hectárea más bajos de las últimas dos décadas (5.710 kg /Ha) y un descenso significativo respecto a la cosecha del año anterior, que fue de 387 millones de kg de uva. Las 62.154 hectáreas de viñedo productivo en la Denominación para esta cosecha 2012 se repartían en 58.389 hectáreas de variedades tintas, de las que se obtuvieron 331 millones de

## El alto nivel de exigencia para superar la calificación mantiene a Rioja como referente de la máxima calidad

kg de uva, y 3.765 hectáreas de variedades blancas, cuya producción fue de 23,8 millones de kg. La producción total finalmente amparada fue de 351,5 millones de kg de uva, ya que 3,4 millones de kg fueron descalificados por excesos de rendimiento, elaborándose un total de 253,84 millones de litros.

# Estadísticas 2012

## El Rioja en cifras

1. EVOLUCIÓN DE LA VITIVINICULTURA EN LA D.O. CALIFICADA RIOJA									
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
SUPERFICIE DE VIÑEDO PRODUCTIVO (hectáreas)	43.074	42.898	44.079	45.751	47.192	47.346	47.346	47.765	48.381
PRODUCCIÓN AMPARADA (millones de litros)	161,24	145,34	149,94	173,92	168,85	217,91	244,47	253,6	273,56
RENDIMIENTO (hl/ ha)	37,43	33,88	34,02	38,01	35,78	46,03	51,63	53,09	56,54
COMERCIALIZACIÓN (millones de litros)	Mercado interior	77,75	99,70	114,35	120,19	139,61	125,78	119,07	137,46
	Mercado exterior	26,03	29,14	34,29	38,72	56,75	59,12	58,85	67,78
	TOTAL VENTAS	103,78	128,84	148,64	158,91	196,36	184,90	177,92	205,24
EXISTENCIAS a 31 de diciembre (millones de litros)	Vinos años anteriores	315,91	335,32	317,60	296,57	268,21	246,89	281,90	314,95
	Última cosecha	161,24	144,99	149,24	173,71	166,42	214,12	240,60	250,20
	TOTAL EXISTENCIAS	477,15	480,31	466,84	470,28	434,63	461,01	522,50	565,15
RELACIÓN DE EXISTENCIAS / VENTAS	4,28	3,39	2,87	2,76	2,13	2,41	2,84	2,68	2,65
NÚMERO DE BODEGAS EMBOTELLADORAS	310	324	336	345	363	372	386	401	403
NÚMERO DE BODEGAS DE CRIANZA	103	120	131	141	148	153	156	171	180
NÚMERO DE BARRICAS (en miles)	547	561	573	584	597	598	621	660	815

## ESTADÍSTICAS VITICULTURA Y BODEGAS:

1. EVOLUCIÓN DE LA VITIVINICULTURA EN LA D.O. CALIFICADA RIOJA
2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2012
3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2012 (LITROS)
4. EVOLUCIÓN DE HECTÁREAS, PRODUCCIÓN DE UVA Y ELABORACIÓN DE VINO
5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS EN LA COSECHA 2012 Y BODEGAS EMBOTELLADORAS
6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2012 (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 - 2012
10. NÚMERO DE VITICULTORES 2012
11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12-2012 (HECTOLITROS)
12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2012 (HECTOLITROS)
13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2012 (HECTOLITROS)
14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS
15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31-12-2012
16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD Y COMERCIALIZACIÓN A 31-12-2012
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 1985-2012 (EN LITROS)
19. ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA EN 2012 (POR CATEGORÍAS Y POR CLASES DE VINO)
20. EXPORTACIÓN EN 2012 POR PAÍSES

1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
49.135	52.029	53.820	55.545	56.580	58.132	59.212	60.390	60.773	60.882	61.270	61.960	62.143	62.153
216,24	310,80	242,00	196,82	298,42	269,7	273,94	278,18	273,68	272,12	277,56	255,90	267,65	245,70
44,01	59,74	44,96	35,43	52,74	46,39	46,26	46,06	45,03	44,70	45,3	41,30	43,07	39,53
138,68	120,12	160,01	178,15	170,21	182,28	179,44	182,87	187,02	172,00	163,67	181,26	176,99	169,45
56,80	39,86	60,41	72,10	66,14	69,01	71,23	78,93	84,59	79,91	72,43	85,86	91,92	96,97
195,48	159,98	220,42	250,25	236,35	251,29	250,67	261,80	271,61	251,91	236,1	267,12	268,91	266,42
408,58	459,42	539,50	524,42	478,77	515,72	529,63	535,54	537,05	554,20	583,88	587,67	568,81	563,69
215,60	309,81	241,84	195,54	295,76	268,42	273,06	277,37	272,21	271,60	276,71	254,93	266,88	244,51
624,18	769,23	781,34	719,96	774,53	784,14	802,69	812,91	809,26	825,80	860,59	842,60	835,69	808,20
3,08	4,62	3,39	2,78	3,17	3,02	3,13	3,03	2,91	3,19	3,54	3,07	3,03	2,96
422	443	472	498	517	550	559	586	595	596	603	572	583	581
203	222	255	272	286	306	324	349	364	376	371	375	382	386
911	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

# ESTADÍSTICAS

## 2. PRODUCCIÓN AMPARADA DE UVA DE RIOJA - COSECHA 2012

		LA RIOJA	ÁLAVA	NAVARRA	TOTAL
Variedades tintas (hectáreas)		39.619,52	12.358,07	6.411,01	58.388,61
Producción tintas (kg)		230.107.160	61.917.098	35.730.007	327.754.265
Rendimiento tintas (kg/ha)		5.808	5.010	5.573	5.613
Variedades blancas (hectáreas)		2.612,68	937,94	213,90	3.764,53
Producción blancas (kg)		17.277.499	5.289.145	1.192.698	23.759.342
Rendimiento blancas (kg/ha)		6.613	5.639	5.576	6.311
Total blancas y tintas	Hectáreas	42.232,21	13.296,01	6.624,91	62.153,14
	Producción (kg)	247.384.659	67.206.243	36.922.705	351.513.607
	Rendimiento medio	5.858	5.055	5.573	5.656

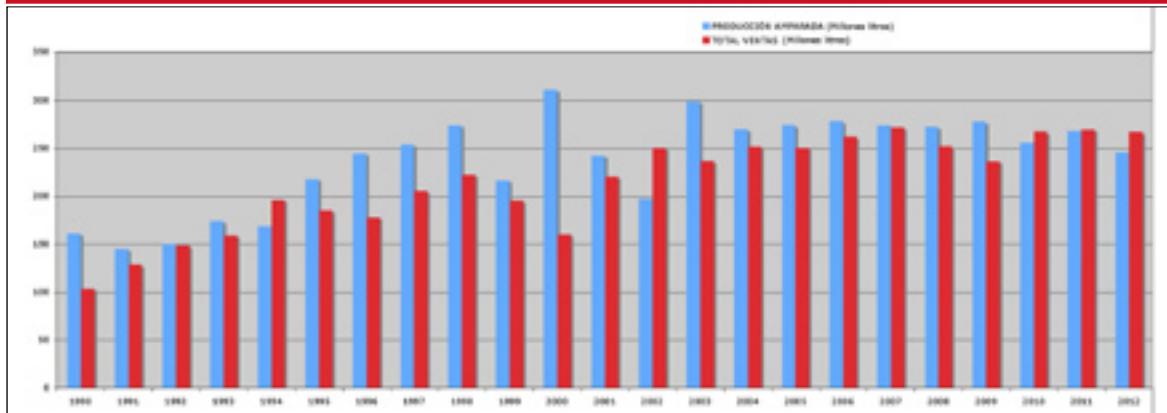
## 3. ELABORACIÓN DE VINO AMPARADO EN LA COSECHA 2012 (LITROS)

COMUNIDAD	TIPO BODEGA	TINTO	ROSADO	BLANCO	TOTAL
ÁLAVA	COSECHEROS	6.727.384	6.142	97.602	6.831.128
	COOPERATIVAS	6.772.650	44.407	256.009	7.073.066
	ALMACENISTAS	1.259.499	27.197	81.938	1.368.634
	CRIADORES	37.807.309	1.871.693	2.597.770	42.276.772
	TOTAL	52.566.842	1.949.439	3.033.319	57.549.600
LA RIOJA	COSECHEROS	4.638.814	361.491	302.692	5.302.997
	COOPERATIVAS	57.763.282	3.258.456	4.151.900	65.173.638
	ALMACENISTAS	2.518.191	185.131	66.592	2.769.914
	CRIADORES	91.422.178	6.706.281	4.771.519	102.899.978
	TOTAL	156.342.465	10.511.359	9.292.703	176.146.527
NAVARRA	COSECHEROS	124.200	0	16.268	140.468
	COOPERATIVAS	5.060.219	212.688	73.815	5.346.722
	ALMACENISTAS	80.293	0	0	80.293
	CRIADORES	6.063.409	134.291	243.156	6.440.856
	TOTAL	11.328.121	346.979	333.239	12.008.339
TOTAL CAMPAÑA	COSECHEROS	11.490.398	367.633	416.562	12.274.593
	COOPERATIVAS	69.596.151	3.515.551	4.481.724	77.593.426
	ALMACENISTAS	3.857.983	212.328	148.530	4.218.841
	CRIADORES	135.292.896	8.712.265	7.612.445	151.617.606
	TOTAL	220.237.428	12.807.777	12.659.261	245.704.466

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

# PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VINO DE RIOJA 1985 - 2012



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

AÑO	HECTÁREAS PRODUCTIVAS			PRODUCCIÓN (kg. de uva)	RENDIMIENTO MEDIO (kg/ha)	ELABORACIÓN AMPARADA (litros)
	TINTAS	BLANCAS	TOTAL			
1985	29.903	9.094	38.817	241.296.770	6.319	173.346.717
1986	29.936	9.079	39.015	173.529.246	4.448	119.830.258
1987	30.206	9.065	39.271	186.151.310	4.740	133.749.709
1988	33.049	8.997	42.046	180.410.559	4.291	131.082.102
1989	33.851	8.840	42.691	223.279.641	5.230	160.609.524
1990	34.182	8.669	42.851	225.635.498	5.266	161.242.940
1991	34.381	8.509	42.889	213.410.823	4.976	145.345.353
1992	35.848	8.227	44.075	214.637.991	4.870	149.938.412
1993	37.528	8.247	45.775	249.738.789	5.456	173.920.771
1994	38.955	8.238	47.193	241.689.232	5.121	168.843.546
1995	39.267	8.090	47.357	303.643.224	6.412	217.910.968
1996	39.378	7.923	47.301	340.408.707	7.197	244.468.446
1997	39.920	7.844	47.764	359.612.606	7.529	253.574.457
1998	40.679	7.709	48.388	386.776.917	7.993	273.560.471
1999	42.522	7.484	50.006	305.342.334	6.106	216.241.745
2000	44.676	7.339	52.015	490.669.779	9.431	310.801.915
2001	46.999	6.799	53.798	367.989.290	6.848	242.347.992
2002	49.459	6.086	55.545	284.289.535	5.118	196.823.899
2003	51.194	5.386	56.580	437.607.739	7.734	298.418.768
2004	53.161	4.975	58.136	472.281.522	8.124	269.695.002
2005	54.567	4.645	59.212	445.091.696	7.517	273.940.000
2006	55.931	4.458	60.389	421.440.239	6.979	278.180.000
2007	56.569	4.204	60.773	412.617.538	6.789	273.687.537
2008	56.825	4.057	60.882	396.622.326	6.515	272.118.653
2009	57.344	3.926	61.270	412.387.909	6.731	277.558.000
2010	58.109	3.851	61.960	395.196.593	6.378	255.904.080
2011	58.375	3.768	62.143	387.618.868	6.238	267.647.691
2012	58.389	3.764	62.153	354.904.866	5.710	245.704.466

# ESTADÍSTICAS

## 5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS EN LA COSECHA 2012 Y BODEGAS EMBOTELLADORAS

LA RIOJA	Hectáreas de viñedo		Bodegas	LA RIOJA	Hectáreas de viñedo		Bodegas
	TINTAS	BLANCAS			TINTAS	BLANCAS	
ABALOS	659,62	34,96	16	CIDAMON	61,82	0	0
AGONCILLO	167,13	2,34	1	CIHURI	327,40	15,27	0
AGUILAR DEL RÍO ALHAMA	43,19	0	0	CIRUEÑA	27,26	2,46	0
ALBELDA DE IREGUA	133,97	6,32	3	CLAVIJO	172,10	5	0
ALBERITE	242,88	15,84	3	CORDOVIN	60,33	27,86	10
ALCANADRE	519,11	18,19	4	CORERA	174,00	3,84	1
ALDEANUEVA DE EBRO	1.406,19	9,49	16	CORNAGO	16,46	0,17	0
ALESANCO	398,32	135,52	3	CUZCURRETA DEL RÍO TIROL	533,19	59,15	5
ALESON	211,50	22,76	1	DAROCA DE RIOJA	12,57	0,3	0
ALFARO	3.714,38	88,56	7	ENTRENA	627,36	83,41	5
ANGUCIANA	49,62	1,14	0	FONCEA	13,55	0	0
ARENZANA DE ABAJO	195,44	19,85	4	FONZALECHE	286,12	14,82	1
ARENZANA DE ARRIBA	174,86	13,81	0	FUENMAYOR	1.487,46	79,93	27
ARNEDILLO	2,11	0	0	GALBARRULI	128,34	2,93	1
ARNEDO	366,98	6,64	2	GALILEA	184,45	5,03	1
ARRUBAL	4,97	0	0	GIMILEO	99,57	3,48	1
AUSEJO	1.492,89	32,11	2	MIRANDA DE EBRO	56,20	2,86	1
AUTOL	991,84	17,43	2	GRÁVALOS	24,67	8,48	0
AZOFRA	396,20	32,49	1	HARO	1.035,03	89,51	19
BADARAN	420,65	56,05	6	HERCE	81,70	0,45	0
BAÑARES	94,83	0,19	0	HERRAMELLURI	9,29	0	0
BAÑOS DE RIOJA	67,66	13,18	1	HERVIAS	38,53	0,96	1
BAÑOS DE RIO TOBIA	154,19	36,81	4	HORMILLA	290,01	22,48	6
BERCEO	12,06	0,71	0	HORMILLEJA	191,71	22,25	1
BERGASA	263,78	9,55	0	HORNOS DE MONCALVILLO	146,47	24,90	1
BERGASILLAS BAJERA	7,43	0,01	0	HUERCANOS	1.164	79,61	2
BEZARES	3,61	0,05	0	IGEA	117,14	0	0
BOBADILLA	19,62	2,50	2	LAGUNILLA DE JUBERA	125,25	3,59	1
BRIÑAS	98,12	4,28	7	LARDERO	68,50	3,84	0
BRIONES	1.269,68	75,91	9	LEIVA	25,32	3,23	0
CALAHORRA	722,62	5,83	3	LEZA DEL RIO LEZA	9,40	1,86	0
CAMPROVIN	144,31	29,19	0	LOGROÑO	970,64	94,37	14
CANILLAS DE RIO TUERTO	92,13	20,26	0	MANJARRES	169,83	23,41	0
CAÑAS	102,21	10,59	0	MATUTE	8,27	0,07	0
CARDENAS	115,19	40,60	3	MEDRANO	268,57	33,36	0
CASALARREINA	69,65	4,37	1	MURILLO DE RÍO LEZA	771,97	6,83	2
CASTAÑARES DE RIOJA	16,53	1,49	0	NAJERA	870,99	142,56	2
CELLORIGO	42,23	0,75	0	NALDA	117,46	11,42	1
CENICERO	1.959,56	103,45	11	NAVARRETE	981,88	106,80	12
CERVERA DE RÍO ALHAMA	381,31	0,84	2	OCÓN	495,64	31,26	0

# VITICULTURA

## 5. DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES DE VIÑEDOS PRODUCTIVOS EN LA COSECHA 2012 Y BODEGAS EMBOTELLADORAS

LA RIOJA	Hectáreas de viñedo		Bodegas		Hectáreas de viñedo		Bodegas
	TINTAS	BLANCAS			TINTAS	BLANCAS	
OCHANDURI	32,96	1,03	0	ÁLAVA	BAÑOS DE EBRO	473,89	53,44
OLLAURI	80,55	6,77	5		BARRIOBUSTO	209,65	28,66
PRADEJON	238,14	0,85	1		CRIPAN	168,49	9,22
PREJANO	11,46	0,49	0		ELCIEGO	1.039,58	50,38
QUEL	540,17	4,55	2		ELVILLAR DE ÁLAVA	818,12	63,80
EL REDAL	247,79	4,18	0		LABASTIDA	1.045,49	70,37
RIBAFRECHA	380,38	16,69	1		LABRAZA	118,54	15,75
RINCÓN DE SOTO	204,47	0,11	2		LAGUARDIA	3.420,73	237,53
RODEZNO	452,12	5,10	2		LANCEGO	1.040,62	95,63
SAJAZARRA	315,95	4,19	3		LAPUEBLA DE LABARCA	306,26	26,91
SAN ASENSIO	1.557,50	325,77	14		LEZA	367,05	30,57
SAN MILLAN DE YÉCORA	9,35	0,73	0		MOREDA	284,18	28,27
SANTA COLOMA	5,12	1,5	0		NAVARIDAS	587,73	51,53
SANTA ENGRACIA DE JUBERA	278,41	6,58	0		OYON	901,57	45,94
SANTA EULALIA BAJERA	10,47	0	0		SALINILLAS DE BURADON	52,72	3,62
SAN TORCUATO	13,01	1,19	0		SAMANIEGO	488,29	50,43
SAN VICENTE DE LA SONSIERRA	1.726,92	71,78	26		VILLABUENA DE ÁLAVA	502,49	52,92
SOJUELA	97,75	29,16	0		YECORA	532,57	22,90
SORZANO	70,38	6,67	0		TOTAL ÁLAVA	12.358,07	937,94
SOTES	255,21	21,08	1				259
TIRGO	150,05	4,57	2	NAVARRA			
TORMANTOS	23,24	1,3	0				
TORRECILLA SOBRE ALESANCO	140,92	22,17	0				
TORREMONTALBO	215,54	39,20	1				
TREVIANA	121,58	5,56	0				
TRICIO	144,31	17,47	0				
TUDELILLA	724,02	7,75	4				
URUÑUELA	745,04	51,86	6				
VENTOSA	194,85	15,78	2				
VIGUERA	2,23	0	0				
VILLALBA DE RIOJA	298,18	10,63	1				
VILLAMEDIANA DE IREGUA	317,46	21,61	3				
EL VILLAR DE ARNEDO	271,89	2,8	3				
VILLAR DE TORRE	34,55	1,31	0				
VILLAROYA	2,88	0	0				
ZARRATON	224,86	9,90	0				
VILLASECA	0,2	0	0				
<b>TOTAL LA RIOJA</b>	<b>39.619,52</b>	<b>2.612,68</b>	<b>307</b>	<b>TOTAL D.O.Ca.RIOJA</b>	<b>58.388,61</b>	<b>3.764,53</b>	<b>581</b>

# ESTADÍSTICAS

## 6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2012 (EN HECTÁREAS)

BLANCAS	La Rioja	% S/T	Álava	% S/T	Navarra	% S/T	Total	% S/blancas	% S/ Total viñedo
VIURA	2.461,34	89,96%	913,88	96,80%	170,97	48,01%	3.546,19	87,86%	5,60%
MALVASÍA	49,80	1,82%	14,45	1,53%	3,63	1,02%	67,88	1,68%	0,11%
GARNACHA BLANCA	15,89	0,58%	0,94	0,10%	2,25	0,63%	19,08	0,47%	0,03%
TEMPRANILLO BLANCO	44,37	1,62%	1,30	0,14%	50,78	14,26%	96,45	2,39%	0,15%
MATURANA BLANCA	6,06	0,22%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	6,06	0,15%	0,01%
VERDEJO	54,39	1,99%	1,36	0,14%	91,25	25,62%	147,00	3,64%	0,23%
TURRUNTÉS	0,87	0,03%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,87	0,02%	0,00%
CHARDONNAY	22,79	0,83%	6,89	0,73%	25,98	7,30%	55,66	1,38%	0,09%
SAUVIGNON BLANC	26,25	0,96%	0,49	0,05%	9,16	2,57%	35,90	0,89%	0,06%
OTRAS BLANCO	54,32	1,99%	4,83	0,51%	2,09	0,59%	61,24	1,52%	0,10%
TOTAL BLANCO	2.736,08	100%	944,13	100%	356,11	100%	4.036,32	100%	6,38%



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

	Nº Parcela	2011/2012	2006/2010	2001/2005	1996/2000	1991/1995	1986/1990	1981/1985	1976/1980	.../1975	TOTAL
LA RIOJA	81.644	633,98	4.408,83	7.716,64	8.533,30	4.748,01	5.668,12	3.713,90	1.864,24	5.833,09	43.120,15
ÁLAVA	28.734	0	877,62	2.055,56	1.788,14	1.073,06	1.568,63	1.861,24	679,64	3.433,90	13.337,82
NAVARRA	9.031	160,83	667,29	1.868,06	1.757,03	503,95	1.056,07	478,10	116,23	232,01	6.839,60
TOTAL	119.409	794,81	5.953,75	11.640,26	12.078,47	6.325,02	8.292,83	6.053,24	2.660,12	9.499,02	63.297,57

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

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

# VITICULTURA

## 6. VIÑEDOS SEGÚN VARIEDADES DE UVA POR COMUNIDADES - 2012 (EN HECTÁREAS)

TINTAS	La Rioja	% S/T	Álava	% S/T	Navarra	% S/T	Total	%S/tintas	% S/ Total viñedo
TEMPRANILLO	33.816,78	83,74%	11.937,00	96,32%	5.498,84	84,81%	51.252,62	86,49%	80,97%
GARNACHA	4.689,16	11,61%	138,84	1,12%	434,42	6,70%	5.262,42	8,88%	8,31%
MAZUELO	1.038,96	2,57%	102,97	0,83%	304,63	4,70%	1.446,56	2,44%	2,29%
GRACIANO	677,79	1,68%	165,76	1,34%	205,82	3,17%	1.049,37	1,77%	1,66%
MATURANA TINTA	42,65	0,11%	2,35	0,02%	5,29	0,08%	50,29	0,08%	0,08%
OTRAS TINTO	118,73	0,29%	46,78	0,38%	34,49	0,53%	200,00	0,34%	0,32%
<b>TOTAL TINTO</b>	<b>40.384,07</b>	<b>100%</b>	<b>12.393,70</b>	<b>100%</b>	<b>6.483,49</b>	<b>100%</b>	<b>59.261,26</b>	<b>100%</b>	<b>93,62%</b>

	La Rioja	% S/T	Álava	% S/T	Navarra	% S/T	Total
<b>TOTAL D.O.Ca. RIOJA</b>	<b>43.120,15</b>	<b>68,34%</b>	<b>13.337,82</b>	<b>21,04%</b>	<b>6.839,60</b>	<b>10,62%</b>	<b>63.297,57</b>

**VARIEDADES TINTAS**



**10. NÚMERO DE VITICULTORES 2012**

	SOCIOS DE COOPERATIVAS	NO SOCIOS
LA RIOJA	5.958	6.704
ÁLAVA	538	2.302
NAVARRA	601	880
<b>TOTAL</b>	<b>7.097</b>	<b>9.886</b>

## 9. DISTRIBUCIÓN DE VIÑEDOS SEGÚN TAMAÑO DE PARCELAS - 2012

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	12.555	32.449	33.539	25.734	11.977	2.291	416	262	81	50	46	7	2	119.409
% S/TOTAL	10,51	27,17	28,09	21,55	10,03	1,92	0,35	0,22	0,07	0,04	0,04	0,01	0	100,00
SUPERFICIE	776,54	5.586,59	12.003,40	17.694,14	15.736,31	5.621,54	1.708,24	1.569,36	698,80	591,05	906,23	254,98	150,34	63.297,57
% S/TOTAL	1,23	8,83	18,96	27,95	24,86	8,88	2,70	2,48	1,10	0,93	1,43	0,4	0,24	100,00

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

VARIACIONES														Viñedo inscrito	
1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	a 31-12-2012
497	1.250	1.630	2.398	1.029	-10	533	-29	-17	115	197	-540	449	-176,46	-496,94	43.120,15
288	210	400	323	414	-65	434	-153	-98	73	-49	140	220	134,9	-90,94	13.337,82
189	470	246	6	379	229	360	204	-10	11	-11	24	14	-33,4	60,79	6.839,60
974	1.930	2.276	2.727	1.822	154	1.327	22	-125	199	22	-377	683	-74,95	-527,10	63.297,57

# ESTADÍSTICAS

11. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO A 31-12- 2012 (EN HECTOLITROS)					
TIPO	COSECHEROS	COOPERATIVAS	ALMACENISTAS	CRIOADORES	TOTAL
Blanco	3.690,55	23.397,78	1.062,54	132.396,87	160.547,74
Rosado	4.110,25	25.734,51	2.511,40	121.058,24	153.414,40
Tinto	129.916,85	946.838,54	52.582,53	6.638.668,00	7.768.005,92
TOTAL	137.717,65	995.970,83	56.156,47	6.892.123,11	8.081.968,06

12. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR TIPO DE ENVASE A 31-12-2012 (EN HECTOLITROS)				
DEPÓSITO	BARRICA	DEPÓSITO (crianza)*	BOTELLERO	TOTAL.
3.325.142,96	2.505.147,72	1.515.624,96	736.052,42	8.081.968,06

\* Vinos de crianza almacenados en depósito

13. EXISTENCIAS DE VINO AMPARADO POR AÑADAS A 31-12-2012 (EN HECTOLITROS)					
AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS	AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS	AÑADA	TOTAL EXISTENCIAS
CA	5.974,79	1990	112,73	2002	7.581,25
CVC	8.914,72	1991	394,68	2003	15.261,62
1980	293,65	1992	124,74	2004	59.446,96
1981	1.377,83	1993	179,93	2005	111.615,15
1982	364,22	1994	3.013,80	2006	97.695,49
1983	122,61	1995	1.822,73	2007	234.489,32
1984	28,67	1996	1.229,06	2008	586.762,94
1985	247,75	1997	372,71	2009	1.084.706,94
1986	274,67	1998	3.082,58	2010	1.471.057,86
1987	337,99	1999	2.712,39	2011	1.881.434,22
1988	107,85	2000	17.532,89	2012	2.445.072,95
1989	117,72	2001	38.102,65	TOTAL	8.081.968,06

14. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE BARRICAS			
AÑO	TOTAL BARRICAS	AÑO	TOTAL BARRICAS
1990	546.615	2008	1.261.022
1995	598.000	2009	1.286.738
2000	939.454	2010	1.292.261
2005	1.161.331	2011	1.290.226
2007	1.239.291	2012	1.277.696

Evolución año 2012:

Altas: 28.515

Bajas: 41.045

Diferencia: -12.530



El número total de barricas de roble de 225 litros para la crianza a 31-12-2012 era de 1.277.696, con un descenso de 12.530 sobre el año anterior.

# BODEGAS

## 15. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS A 31/12/2012

TITULARES	LA RIOJA		ÁLAVA		NAVARRA		TOTAL		BOD. CON REGISTRO DE EMBOTELLADOR	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Criadores	223	221	151	149	12	12	386	382	392	389
Almacenistas	34	55	23	32	1	1	58	88	41	53
Cooperativas	28	28	7	7	3	2	38	37	28	27
Cosecheros	132	138	173	174	1	1	306	313	120	114
Totales	417	442	354	362	17	16	788	820	581	583

## 16. BODEGAS DE RIOJA INSCRITAS POR TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN A 31/12/2012

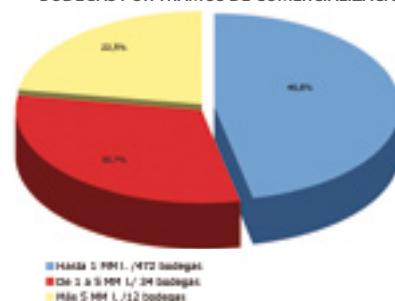
TRAMOS DE COMERCIALIZACIÓN	Nº de bodegas	% s/ total bodegas	% acumulado	Ventas 2012 (miles de litros)	% s/ total ventas	% acumulado
Más de 10 millones de l.	4	0,7		60.260	22,6	
De 5 a 10 millones de l.	8	1,5	2,2	64.548	24,2	46,8
De 1 a 5 millones de l.	34	6,7	8,9	81.673	30,7	77,5
De 0,5 a 1 millones de l.	29	5,6	14,5	21.066	7,9	85,4
Hasta 0,5 millones de l.	443	85,5	100%	38.867	14,6	100%
TOTAL	518	100%		266.414	100%	

(NOTA: El número de bodegas embotelladoras comercialmente activas en 2012 fue de 518)

## 16. BODEGAS POR TRAMOS DE CAPACIDAD A 31/12/2012

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	242	85	18	17	24	386
Almacenistas	53	5	0	0	0	58
Cooperativas	0	11	6	15	6	38
Cosecheros	303	3	0	0	0	306
Totales	598	104	24	32	30	788

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
2012	1.103.498.448	288.089.982	1.391.588.430
Criadores	768.376.590	278.013.507	1.046.390.097
Almacenistas	20.202.543	0	20.202.543
Cooperativas	256.992.120	10.076.475	267.068.595
Cosecheros	57.927.195	0	57.927.195

# ESTADÍSTICAS

18. EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA 1985-2012 (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

# COMERCIALIZACIÓN

19. ESTADÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DE RIOJA EN EL AÑO 2012

Tipo Vino	MERCADO	GENÉRICO	% S/AA	CRIANZA	% S/AA	RESERVA	% S/AA	GRAN RESERVA	% S/AA	TOTAL	% S/AA	
Blanco	Interior	9.142.103	-2,97	66.253	17,26	19.947	45,99	953	-80,65	9.229.256	-2,82	
	Exterior	5.100.038	6,71	31.247	5,93	25.786	12,81	3.787	44,82	5.160.858	6,76	
	SUMA	14.242.141	0,29	97.500	13,37	45.733	25,22	4.740	-37,14	14.390.114	0,41	
Rosado	Interior	8.175.976	-4,29	4.707	-41,29		100,00		-22	-103,40	8.180.661	-4,33
	Exterior	4.712.897	-1,02	428	-34,86		-100,00		45	-99,65	4.713.370	-1,29
	SUMA	12.888.873	-3,12	5.135	-40,81				23	-99,83	12.894.031	-3,24
Tinto	Interior	61.351.015	1,86	73.215.802	-7,64	16.351.113	-8,71	1.120.502	-26,29	152.038.432	-4,34	
	Exterior	33.884.045	19,35	23.279.880	-9,21	26.051.982	7,84	3.877.071	-6,38	87.092.978	5,78	
	SUMA	95.235.060	7,46	96.495.682	-8,02	42.403.095	0,79	4.997.573	-11,73	239.131.410	-0,88	
TOTAL	Interior	78.669.094	0,60	73.286.762	-7,62	16.371.060	-8,67	1.121.433	-26,50	169.448.349	-4,26	
	Exterior	43.696.980	15,20	23.311.555	-9,19	26.077.768	7,84	3.880.903	-6,63	96.967.206	5,47	
	SUMA	122.366.074	5,37	96.598.317	-8,01	42.448.828	0,81	5.002.336	-11,97	266.415.555	-0,93	

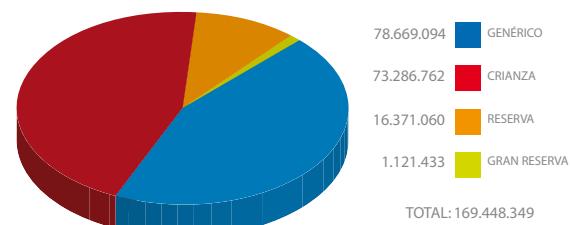
20. EXPORTACIÓN EN 2012 POR PAÍSES

País	Litros	% s/Total
Reino Unido	32.750.070	33,77
Alemania	18.728.011	19,31
Estados Unidos	8.848.786	9,13
Suiza	5.772.275	5,95
Suecia	3.245.600	3,35
Holanda	3.065.185	3,16
China	2.424.059	2,50
Bélgica	2.379.251	2,45
México	2.170.022	2,24
Irlanda	2.022.495	2,09
Resto países	15.561.452	16,05
Total 2012	96.967.206	100%

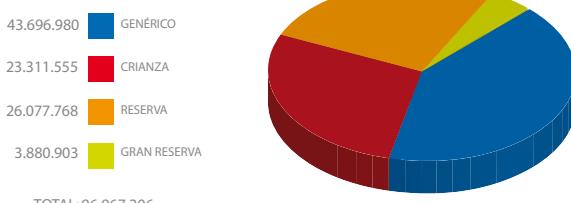
COMERCIALIZACIÓN  
POR CATEGORÍAS AÑO 2012



M.NACIONAL



EXPORTACIÓN





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)