

INFORME DE GESTIÓN DEL PRIMER SEMESTRE DE 2009 DE BODEGAS RIOJANAS S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

I. El Mercado Vinícola

1. **Mercado Mundial**

Los elementos fundamentales que caracterizan el Mercado Vinícola Mundial, al igual que a finales de 2008, son:

a) La Globalización del sector, tanto en el aspecto productivo como en el Comercial, influida por:

- El crecimiento que se ha producido en la masa vegetal de los llamados "Países Nuevos", y que en los últimos tiempos se ha ralentizado.

- La liberalización creciente del Comercio Vinícola, en el que destacan como principales exportadores los Países "Tradicionales" (Francia, Italia y España principalmente), pero con pérdida de su cuota global debida al fuerte crecimiento porcentual de los "Países Nuevos".

b) La evolución del consumo en términos cualitativos y geográficos que se manifiesta en:

- Un continuo retroceso del consumo en el segmento de los llamados "Vinos Básicos" y un claro crecimiento de los denominados "Vinos de Calidad", especialmente en los segmentos de los vinos "Premium" y "Super Premium".

- Un descenso del consumo en los países productores, provocado por el retroceso en el vino básico, compensado por el incremento que se sigue produciendo en las ventas en los países no productores.

c) La sobreproducción. A finales de 2008 hablábamos de la sobreproducción existente en el mercado, pues bien, esta situación se ha agudizado por la debilidad del consumo a nivel mundial, unido a una presión constante en los precios.

d) La competencia en los "Vinos de Calidad". Las perspectivas favorables para los vinos de calidad, acompañadas por la globalización creciente, obligatoriamente conducen a un crecimiento de la competencia en dichos segmentos. Incremento de la competencia que superarán las Bodegas que incrementen su competitividad tecnológica y comercial.

2. **El Mercado de España**

El mercado español no difiere en gran medida de lo expuesto a finales de 2008, si bien, la evolución económica interna esta afectando al consumo de vino de las Denominaciones y de esta forma, los últimos datos conocidos de la D. O. Calificada Rioja indican una reducción en las ventas superiores al 12%, en lo que va de año. Por categorías, las mayores caídas se dan en los vinos de mayor valor añadido.

En la Denominación de Origen Toro esta evolución ha seguido esa misma línea.

II. Bodegas Riojanas

1. El producto

En esta primera parte del año se han producido los habituales cambios de añadas, la sociedad no es ajena a la caída del consumo que se esta produciendo, este descenso se ve parcialmente compensado por la incorporación de nuevas referencias a la cartera de Bodegas Riojanas.

2. Los resultados comerciales

Durante el Primer semestre de 2009, las ventas totales alcanzaron los 0,836 millones de litros, equivalentes a 1,1 millones de botellas con un decrecimiento del 15% con respecto al mismo periodo de 2008. De todas formas es bien conocida la estacionalidad de nuestros mercados, por lo que estas cifras representan un pequeño porcentaje respecto al global del ejercicio.

En cuanto a los vinos acogidos a la D.O. Toro, el dato más significativo es la buena evolución de la comercialización de los vinos jóvenes.

3. Las Existencias

Las existencias a fecha 30 de Junio del 2008, ascendían a 12 millones de litros en las bodegas de Cenicero y San Vicente de la Sonsierra, lo que supone cifras ligeramente superiores al primer semestre de 2008.

Estas existencias permitirán desarrollar los crecimientos previstos para nuestros vinos riojanos, así como con la segmentación deseada.

En Bodegas Torredueiro, las existencias de vino también son ligeramente superiores a 2008, lo que nos permitirá abastecer las ventas previstas.

III. Plan estratégico de Bodegas Riojanas

Como se ha señalado anteriormente, los elementos fundamentales que caracterizan al sector vinícola son:

- a) Una fuerte y constante evolución del consumo hacia los vinos de calidad (vinos con Denominación de Origen en el caso Español)
- b) Un crecimiento de la competencia tanto exterior (países nuevos y reacción en los tradicionales), como interior (incremento de D.O. y de Bodegas pertenecientes a las mismas.
- c) Un claro liderazgo de la D.O.C. Rioja con el 40% de cuota de mercado español y una D.O. Toro, la de mayor crecimiento porcentual a pesar de su modernidad.

Tales elementos fundamentales representan claras oportunidades de crecimiento para Bodegas Riojanas, a pesar del incremento de la competencia, si sabemos aprovecharlas.

A este fin y teniendo en cuenta el incremento de Potencial Producto que habíamos acometido durante el periodo 1998-2003, se estableció en el año 2004, el Plan Estratégico 2004-2009, cuyo objetivo general se definió por: "Un crecimiento constante de nuestras ventas hasta saturar nuestro potencial productivo, obteniendo un alto nivel competitivo".

Las principales vías de acción para la consecución de nuestro objetivo, consideramos que debían consistir principalmente en:

- La mejora continua de la calidad de nuestros productos.
- El avance tecnológico continuo en los aspectos vinícolas, enológicos y organizativos.
- El relanzamiento del potencial comercial y de Marketing y de su acción.

Con tales previsiones el Plan Estratégico 2004-2009, nos ha conducido a:

En el Área del Producto y de la Tecnología de Producción

La creación del Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), permitió el lanzamiento de nuevos productos, como el Monte Real Crianza, el Marqués de Peñamonte Reserva, los Peñamonte Blancos y Rosados, la evolución del Monte Real Reserva y Gran Reserva y por último el lanzamiento del tinto Artacho, un vino joven, riojano, de alta calidad.

En el capítulo VI se indican las actividades desarrolladas por ese Departamento durante el primer semestre de 2009, tanto en los aspectos relacionados con la viña, como con la elaboración, como con el "respeto" al medio ambiente.

En las áreas de Marketing y Comercial

La creación de nuevos departamentos de Marketing y Relaciones Públicas, han permitido incrementar la acción en esa área. En particular, durante el primer semestre de 2009, se ha trabajado en nuevas presentaciones para la gama de Ribera del Duero denominada Azuel.

En el área comercial, se ha estabilizado la estructura comercial tanto en el área nacional como de exportación.

No obstante se ha procedido a la constitución de una sociedad en Estados Unidos que todavía no tiene actividad, pero con un objetivo claro, consolidar nuestra presencia en dicho mercado.

En el área de Recursos Humanos.

Se ha procedido a estabilizar la estructura comercial de la sociedad, trabajando en mejorar la rentabilidad del equipo comercial.

IV. Balance y Cuenta de Perdidas y Ganancias Consolidadas de Bodegas Riojanas y Sociedades Dependientes

Todos los datos facilitados en este punto corresponden al primer semestre de 2009 y su comparativa con el primer semestre de 2008, salvo que se indique expresamente lo contrario.

1º Balance del grupo consolidado

- El total del Activo asciende a 47.392 miles de Euros, con un Patrimonio Neto de 23.928 miles de euros.
- Las deudas con entidades de crédito a corto y largo plazo alcanzan los 19.342 miles de euros.

- El valor de las existencias es de 30.063 miles de euros.

2º Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Es de destacar en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada lo siguiente:

- Las operaciones continuadas alcanzaron los 3.598 miles de euros, con un descenso del 25%.
- El Resultado de Explotación alcanzó los 524 miles de Euros.
- Un Resultado Financiero de 418 miles de euros, con un descenso del 16%.
- Un Resultado antes de Impuestos de 106 miles de euros.
- Un Resultado después de Impuestos de 74 miles de euros.

3º Torreduero

En cuanto a Bodegas Torreduero S.A., podemos destacar:

- El Importe Neto de la Cifra de Negocios alcanzó los 593 miles de euros, con un descenso del 5%.
- El Resultado de Explotación alcanzó los 76 miles de euros, con un descenso del 6%.
- Un Resultado Financiero de 57 miles de euros, con una disminución del 13%.
- Un Resultado Ordinario de 19 miles de euros, frente a los 15 miles de euros de resultado en el mismo periodo de 2008.

V. Actividades en materia de investigación y desarrollo

Durante el primer semestre de 2009, se están desarrollando diferentes actividades las más novedosas respecto a comunicaciones anteriores son las siguientes:

Se está participando en un Proyecto "Desarrollo de un vino Funcional", financiado por la Agencia de Desarrollo de la Rioja y la Federación de Empresarios. Consistente en obtener uvas con una mayor cantidad de Resveratrol polifenol que está directamente relacionado con la reducción de enfermedades cardiovasculares.

Los resultados obtenidos durante el 2008 son especialmente positivos debido a que se ha observado un importante aumento en resveratrol como en otros polifenoles.

Se continúa con la participación en un proyecto que consiste en el desarrollo de un sistema de filtración que reduzca de manera importante la cantidad de micotoxinas del vino.

Se va a colaborar junto con otra bodega de Rioja en un proyecto europeo para reducir el tiempo entre la madurez polifenólica y alcohólica debido a los problemas existentes de desfase de madurez debido al cambio climático.

Se está participando en un proyecto para optimizar los tiempos de barrica para los diferentes vinos y conocer el comportamiento del vino en barricas de diferentes años.

VI. Principales riesgos a los que se enfrenta Bodegas Riojanas

Riesgo de aprovisionamiento: Al trabajar la sociedad con productos de diferentes añadas, este riesgo se ve limitado al impacto de una variación coyuntural en los costes, ya que la tendencia en los últimos años lleva a una estabilización de precios, por la evolución oferta demanda y las perspectivas a futuro de las mismas. Así mismo, la aprobación por parte del Consejo Regulador de un stock regulador, a partir de la cosecha 2007, contribuirá a reducir en mayor medida este riesgo.

Riesgos legales y sociales: A través de la participación activa en grupos de interés del vino y de los propios Consejos Reguladores, la sociedad se encuentra al tanto de las tendencias legales y sociales en

torno al consumo de vino y actúa en la medida de lo posible para minimizar dichos riesgos. Así mismo la sociedad cumple estrictamente la legislación vigente en todos los ámbitos de aplicación.

Riesgos de cambio de hábitos de consumo : La sociedad permanece atenta a los cambios en los hábitos de consumo de vino, a través de fuentes propias y de terceros independientes.

Riesgos de tipo de interés: La sociedad, a pesar de las subidas experimentadas por los tipos de interés, considera que, dado su nivel de endeudamiento, tales incrementos no pondrán en peligro los resultados futuros de la misma, que por otra parte en caso necesario podría aplicar medidas paliativas.

Riesgos de imprevistos y catástrofes: Cubiertos mediante los seguros suscritos por la sociedad.

Riesgos de mercados: La sociedad en la actualidad está trabajando en minimizar los riesgos de los principales mercados mediante la diversificación en otros mercados y hacia otros clientes.

Riesgos de coyuntura económica: Dada la situación económica que se está atravesando, la sociedad contempla como un riesgo al que prestar especial atención la misma, en este sentido, se realiza un seguimiento permanente de la evolución de la economía en general y en particular de la evolución del consumo, índices de precios, tasas de desempleo, cotización de divisas y posibilidades de financiación ajena.

La sociedad, así mismo, realiza actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación, fundamentalmente en dos áreas, como son la optimización de la calidad del vino elaborado a través de la microoxigenación durante el proceso de elaboración; y la optimización en la calidad del fruto. Consideramos que estas investigaciones contribuirán a reducir los riesgos a los que está expuesta la sociedad, en el riesgo de aprovisionamiento y en el de hábitos de consumo, en lo referente a los gustos del consumidor.

VII. Otros Aspectos

1º La sociedad ha ejercido la facultad otorgada por la Junta General para adquirir Acciones Propias dentro de límites establecidos. A fecha de 30 de Junio del 2008, el número de acciones de autocartera ascendía a 4.180, lo que representa el 0,08% del total de la sociedad

2º En el año 2007 se aprobó la reforma de la OCM del vino, de la que algunas de sus resoluciones han sido:

- La prórroga de la vigencia del sistema de Derechos de Plantación
- Las ayudas a la comercialización
- Para los vinos de Mesa, la posibilidad de etiquetar añadiendo añada y variedad.

3º Las participaciones significativas (superiores al 3%) en el capital social de la Sociedad son las siguientes:

- Premier Mix, S.A. – 12,72%
- Van Gestión y Asesoramiento, S.L. – 9,81%
- Frimón Inversiones y Asesoramiento, S.L. – 8,38%
- Infazar, S.L. – 6,70%
- Previsión Mallorca de Seguros, S.A. – 6,36 %

4º Información adicional conforme al artículo 116 BIS de la Ley del mercado de Valores

a.) Estructura del Capital

Fecha última modificación	Clase de acción	Valor Nominal	Número acciones	Importe total
03/10/2000	Ordinaria	0,75	5.440.000	4.080.000

b.) No existen limitaciones en la transmisibilidad de las acciones.

c.) Ya se ha informado en el Informe de Gestión.

d.) Desde la modificación de los estatutos tras la aprobación en Junta General celebrada el 15 de junio de 2007, no existe limitación al derecho de voto.

e.) No existen pactos parasociales conocidos por la sociedad.

f.) Respecto al nombramiento de los miembros del Consejo de Administración se estará a lo dispuesto en los artículos 19, 20, 21 y 22 de los Estatutos de la sociedad, También en lo referente a los nombramientos, reelecciones, remociones y evaluaciones de la Guía de Buen Gobierno Corporativo y el Reglamento del Consejo de Administración, así como cualquier otra norma legal de aplicación, los artículos que hacen referencia a esta cuestión no han sido modificados.

g.) En lo referente a los poderes de los miembros del consejo de administración serán los descritos en el artículo 23 de los estatutos, el mismo no ha sido modificado desde las últimas cuentas anuales.

De conformidad con la legalidad vigente y al igual que en ejercicios anteriores, la Junta General celebrada el día veintisiete 5 de junio de 2009 autorizó la adquisición de acciones propias por parte del Consejo de Administración, según los límites establecidos por la Ley y en un rango de precios que oscile ente los 5 Euros por acción en el límite inferior y los 15 Euros por acción en el rango superior.

h.) No procede

i.) Existen dos personas, entre cargos de administración y resto de empleados que poseen indemnizaciones por despidos improcedentes o si la relación laboral llega a su fin con motivo de una oferta pública de adquisición. El órgano que autoriza las mismas es el Consejo de Administración.