

INFORME DE GESTIÓN DE BODEGAS RIOJANAS S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES EJERCICIO 2010

Las ventas se incrementan en un 13,2 %

Los vinos de alto valor añadido de rioja como son reservas y grandes reservas suponen el 57,8% al crecer un 31,3%

Prometedor arranque de nuestra sociedad comercializadora Bodegas Riojanas USA Corporation

El Beneficio Antes de Impuestos crece un 9,1%

I. El Mercado Vinícola

1. Mercado Mundial

El Mercado Vinícola Mundial se ha visto influido por la situación económica mundial, modificando algunas de las tendencias que se venían desarrollando a lo largo de los últimos años y acrecentando otras, si bien los últimos datos facilitados por el Observatorio Español del Vino indican una pequeña inflexión en algunos de ellos, como son las existencias globales en las bodegas europeas o las ventas de vinos Españoles:

a) La Globalización del sector,

Tanto en el aspecto productivo como en el Comercial, influida por:

- La superficie mundial de viñedo continuó descendiendo en 2009 y la previsión para 2010 era que continuase esa tendencia (aun no se tienen los datos exactos). Este descenso viene motivado por el descenso de los países productores "tradicionales": Francia, Italia y fundamentalmente España.
- La producción de uva ha seguido una tendencia similar aunque menos marcada, por lo que se podría hablar prácticamente de estancamiento, con comportamiento muy diferente entre países, así por el lado de los descensos destaca España y en general Europa en el lado más positivo se sitúa China que empieza a destacar como uno de los grandes productores de uva.
- La producción de vino se ha mantenido estable a nivel mundial, con un ligero descenso en el caso de España en el año 2009 y un aumento previsto para 2010 del 3,1%, a pesar del arranque de viñedo que se está produciendo.
- Las exportaciones globales de vino caían ligeramente en 2009, destacando en esa caída los vinos franceses, españoles, portugueses y sudafricanos. Para el caso Español los últimos datos conocidos indican un incremento para el año 2010 del 2,5% en valor y un incremento del 2,8% en volumen, es decir se ha exportado más vino que el año pasado pero un 0,3% más barato.
- Las existencias de vino se han reducido ligeramente en Europa, casi un 2%, (dato que incluye las existencias en las bodegas y en el circuito comercializador), con un descenso de las existencias en bodega y un fuerte incremento de las existencias en el canal en algunos países como Reino Unido o Suecia.

b) La evolución del consumo

En términos cualitativos y geográficos que se manifiesta en:

- Hablábamos de 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", evolución que en este ejercicio se ha visto troncada debido, creemos, a la crisis económica mundial, y esperamos que sea algo coyuntural.
- Por su parte en consumo de vino si ha caído a lo largo de 2009 y las perspectivas para 2010 eran que atenuase esa caída, caída que se produce fundamentalmente por el consumo en

países consumidores tradicionales como Francia, España e Italia y que se espera empiece a frenar.

- Globalmente, el consumo en EEUU se ha comportado de forma más desfavorable de lo previsto, aunque mejor que los países europeos, destacando positivamente en el consumo de vinos importados, donde mantiene la tendencia al alza..

c) La sobreproducción.

A finales de 2008 hablábamos de la sobreproducción existente en el mercado, pues bien, esta situación se agudizó por la debilidad del consumo a nivel mundial, unido a una presión constante en los precios. La previsión de la diferencia entre producción y consumo para el ejercicio 2010 indicaba una reducción respecto a los ejercicios precedentes del 2008 y 2009, es decir, se seguiría produciendo más vino que el que se consume pero en menor medida que los años precedentes.

d) La competencia en los "Vinos de Calidad".

Las perspectivas favorables para los vinos de calidad, acompañadas por la globalización creciente, obligatoriamente conducían a un crecimiento de la competencia en dichos segmentos, a lo largo de este ejercicio 2010, al igual que en 2009, el descenso del consumo junto con el exceso de producción ha motivado tensiones a la baja en los precios que han generado una mayor competencia. Provocando que los menos eficientes tanto en lo tecnológico como en lo comercial, sufran en mayor medida que el resto de los operadores.

2. El Mercado de España

El mercado español se ha visto afectado durante los últimos años por la situación económica y el sector vitivinícola no ha sido ajeno a la misma, los grandes ejes sobre los que han transcurrido este ejercicio han sido, una continua tendencia de consumo hacia productos de categorías inferiores y aun manteniéndose las categorías se ha tendido a productos de un menor coste. La novedad este 2010 es el cambio de tendencia que se ha producido en las principales denominaciones de origen, donde las caídas en ejercicios precedentes han dado paso a incrementos, en algunos casos muy significativos.

Pese a esta imagen no demasiado halagüeña, los avances de datos que comienzan a aparecer no son negativos, así las ventas globales se han incrementado en un 2,8% en volumen y un 2,5% en valor, gracias fundamentalmente a la exportación y al canal alimentación, mientras que continúa el declive del canal horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) (-8,1% en volumen y -10,7% en valor).

No obstante lo anterior, Rioja mantiene su liderazgo en el área de vinos con denominación de origen, con cuotas continuadas a lo largo del tiempo en torno al 39% del mercado, en esta ocasión el mercado de exportación se ha comportado mejor que el nacional (+18,5% frente a +10,7%) y dentro del nacional se han comportado mejor los vinos de reserva (+21,7%) que los jóvenes y crianzas (+9,2% y 9,8% respectivamente), comportamiento que se repite en exportación (35,6% frente a 13,3% y 11,4% respectivamente) . Todo ello deja la estructura de ventas o mix de ventas de la siguiente manera:

Grandes Reservas: 1,91%
Reservas: 16,24%
Crianzas: 39,35%
Jóvenes: 42,49%

El resto de denominaciones han tenido comportamientos dispares en lo referente a los volúmenes, D.O. Toro (-4,2%), D.O. Ribera de Duero (+15,7%), D.O. Rueda (+16,1%), pero con una tendencia general a reducción de márgenes.

II. Bodegas Riojanas

1. El producto

A lo largo de 2010, hemos continuado con la mejora de nuestros vinos actualizando diversas presentaciones como es el caso de nuestros blancos de la gama Viña Albina así como la aparición del Monte Real Reserva de Familia continuando la línea de la marca. También hemos incorporado un Cava artesanal bajo la marca Cum Laude. En la D.O. Toro, hemos lanzado un nuevo producto de alta gama denominado Marqués de Peñamonte Colección Privada.

Podemos destacar una serie de premios y medallas:

- Peñamonte tres meses barrica 2008, Gran Premio CINVE 2010, que es la máxima acreditación otorgada dentro de este concurso.
- Monte Real Gran Reserva 2001, Medalla de Oro en el Concurso Internacional de Vinos y Espirituosos 2010 además de Medalla de Bronce en los premios VINHORECA 2010.
- Viña Albina Reserva 2004, Medalla de Plata en los premios CINVE 2010.
- Marqués de Peñamonte Crianza 2006, Medalla de Plata en el Concurso Internacional de Vinos y Espirituosos 2010.

Además de todos estos premios cosechados por nuestros productos, hemos de destacar el Premio a la Internacionalización que nos ha otorgado la Cámara de Comercio de La Rioja.

2. Los resultados comerciales

Durante el ejercicio 2010, las ventas totales alcanzaron los 3.23 millones de litros, equivalentes a 4.30 millones de botellas, lo que representan un incremento del 15,75%, mientras que en valor el incremento supuso un 13,4 %.

En la D.O.Ca. Rioja los mayores incrementos se han producido en Reservas al contrario que el ejercicio anterior, mientras que Bodegas Riojanas ha mantenido e incluso mejorado la tendencia del ejercicio anterior y ha obtenido un mejor resultado en las categorías superiores que en las inferiores, quedando nuestras ventas por categorías como siguen:

Reservas y Grandes Reservas: 57,8% (frente al 18,1% para D.O.Ca Rioja)
 Crianzas: 35,4% (frente al 39,3% para D.O.Ca Rioja)
 Sin Crianza: 6,7% (frente al 42,5% para D.O.Ca Rioja)

En cuanto a la comercialización de los vinos acogidos a la D.O.Toro, se ha producido un ligero descenso tanto en volumen como en valor, que nos llevan a unas ventas como siguen:

Reservas y Grandes Reservas: 2,6% (frente al 3,1% para D.O.Toro)
 Crianzas: 13,6% (frente al 19,5% para D.O.Toro)
 Sin Crianza: 83,7% (frente al 77,4% para D.O.Toro)

En el resto de denominaciones las ventas se han incrementado significativamente pero debemos ser conscientes que partíamos de cifras muy pequeñas.

3. Las Existencias

La valoración de las existencias al finalizar el año 2009 alcanzaba la cifra de 29.447 miles de euros y a 31 de diciembre de 2010, esta cifra se ha situado en 29.289 miles de euros.

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

En Bodegas Torredueiro, las existencias de vino al cierre del ejercicio 2010 (1,3 millones de euros) son ligeramente superiores a 2009 (1,3 millones de euros), 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 39% de cuota de mercado español y una D.O. Toro, de las 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, un Plan Estratégico, que ha sido adaptado a las

actuales circunstancias del mercado y 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, 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, Reserva de Familia y Gran Reserva, adaptación y modernización del Viña Albina y Puerta Vieja, y por último el lanzamiento del tinto Artacho, un vino joven, riojano, de alta calidad.

Igualmente se han incorporado referencias de las D.O. más importantes de España.

En el capítulo VI se indican las actividades desarrolladas por ese Departamento durante el ejercicio 2010, 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 ese área. En particular, durante el ejercicio 2010, se ha trabajado en nuevas presentaciones para diferentes productos.

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

Igualmente se procedió a la constitución de una sociedad en Estados Unidos y a lo largo de 2010 se ha comenzado a desarrollar la comercialización en EEUU sentando las bases de lo que esperamos sea en un futuro próximo uno de los ejes de expansión de la sociedad.

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 ejercicio 2010 y su comparativa con el 2009, salvo que se indique expresamente lo contrario.

1º Balance del grupo consolidado

- El total del Activo asciende 53.677 miles de euros, frente a los 52.273 miles de euros del ejercicio 2009.
- Las existencias representan 29.289 miles de euros frente a los 29.447 miles de Euros de 2009, esto es un 0,5%.
- El activo circulante asciende a 39.774 miles de euros mientras que en 2009 ascendía a 38.110 miles de euros.
- Las deudas con entidades de crédito a corto y largo plazo alcanzan los 23.146 miles de euros.
- El Patrimonio Neto representa 24.669 miles de euros, frente a los 24.508 miles de euros del ejercicio 2009
- El Beneficio neto del ejercicio supone 699 miles de euros.
- Los acreedores a largo y a corto plazo suponen 29.008 miles de euros, frente a 27.765 miles de euros del ejercicio 2009

2º Cuenta de Pérdidas y Ganancias

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

- Las operaciones continuadas alcanzaron los 15.297 miles de euros, con un incremento del 13,17%.
- El Resultado de Explotación alcanzó los 1.597 miles de Euros.
- Un Resultado Financiero de 690 miles de euros, con un descenso del 11%.
- Un Resultado antes de Impuestos de 907 miles de euros.
- Un Resultado después de Impuestos de 699 miles de euros, que representa un incremento del 6,1%, respecto a los 659 miles de euros del ejercicio anterior.

V. Actividades en materia de investigación y desarrollo

Durante el año 2010, en el Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación, se han realizado las siguientes actividades que se describen a continuación.

Las materias estudiadas se pueden dividir en tres áreas fundamentales: Mejora de Procesos, Viticultura y Enología.

Dentro del área Mejora de Procesos; todos los estudios han estado encaminados en la optimización del proceso productivo; buscando no solo reducir costes sino aumentar la calidad del producto. El principal proyecto ha sido:

- Rediseño del proceso de “Vendimia en cajas”; estudiando cuales eran las parcelas que reunían la mayor calidad, y dentro de cada parcela definir cuales eran las cepas a vendimiar, con uvas sueltas.

Dentro de la campo de la Viticultura, los proyectos están encaminados en buscar una mejor calidad de la uva; controlando de forma más eficiente las parcelas de los viticultores, lo que nos repercutirá en un aumento de la calidad de los vinos. Se describen las principales actividades desarrolladas:

- Finalización del estudio del proceso de Deshojado Temprano, que después de cuatro años de estudio (2006, 2007, 2008 y 2009) se ha demostrado que realizando un deshojado temprano en los estados fenológicos, floración y cuajado, se consigue una reducción del tamaño y dimensiones del racimo, teniendo a su vez un racimo más suelto con menor compacidad. Estos estudios han servido para que el Director del departamento obtuviera el título de Doctor Ingeniero Agrónomo por la Universidad de La Rioja.
- Mediante la utilización de un GIS se ha empezado a controlar de una manera más eficaz las diferentes parcelas de los viticultores. Pudiendo de esta forma realizar una mejor selección de las parcelas que se vendimiarán en cajas. A su vez se ha empezado a trabajar con datos obtenidos de fotos por satélite que nos permiten diferenciar diferentes parcelas por el vigor.

Algunas de las actividades de la parte de viticultura están siendo desarrolladas junto con el Departamento de Viticultura de la Universidad de La Rioja y en especial colaboración con su Catedrático el Doctor Fernando Martínez de Toda.

En el campo de Enología se están desarrollando los siguientes estudios, algunos de los cuales se describen a continuación:

- Optimización de los procesos de Elaboración, Envejecimiento y Clarificación de los vinos pertenecientes a la Denominación Ribera del Duero; lo que nos está permitiendo obtener los mejores vinos tanto de Azuel Crianza como Azuel Roble.
- Dentro del estudio de la Quimiometría, se han desarrollando modelos predictivos en Espectrofotometría FT-IR (Espectroscopia de Infrarrojo con Transformada de Fourier) junto con el Departamento de Química Analítica y en especial por Consuelo Pizarro Millán Profesora Titular de Química Analítica de la Universidad de La Rioja. Lo que nos permitirá en el 2011 tener un mejor control de los vinos.
- Se sigue con el estudio de la evolución del vino en diferentes barricas; diferenciando tipos de roble americano, francés y húngaro; y de diferentes intensidades de tostado alto, medio y bajo. Estudiando a su vez las operaciones de rellenado y trasiega de los vinos.

Igualmente se están desarrollando distintos proyectos:

- Se esta participando en un Proyecto en Colaboración “OPTIBAR” *Soluciones y Metodologías Optimizadas de Crianza de vino en Barrica de Roble*, junto con la tonelería Navarra INTONA. Con un presupuesto cercano a medio millón de euros durante los años 2010-2012.

- Se está desarrollando el Proyecto “VINTTLE” *Calidad Integral de la Cepa a la Botella*, en donde se han integrado la mayor parte de los puntos anteriormente descritos.
- Se está desarrollando el proyecto “DEMYBE” Desarrollo de un innovador sistema de filtración, que permita la sustitución del filtro de tierras Kieselghur y la reducción de sustancias indeseables (Micotoxinas) en bebidas, tales como cerveza y vino. El consorcio está formado por instituciones tan relevantes como la Universidad Católica de Lovaina o el Instituto Francés de la Viña y del Vino.

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. Como es habitual en el sector la cosecha 2010 se liquida en 2011, no obstante nuestras previsiones apuntan hacia un mantenimiento de precios de la uva en la citada cosecha.

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 fluctuaciones experimentadas por los tipos de interés y la situación actual de los mismos, considera que, dado su nivel de endeudamiento, posibles futuros 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 tanto en productos como en otros mercados y 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 a través de varios proyectos; 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 31 de diciembre de 2010, el número de acciones de autocartera ascendía a 3.849, lo que representa el 0,07% 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:

- Luxury Liberty, S.A. – 12,725%
- Van Gestión y Asesoramiento, S.L. – 9,885%
- Frimón Inversiones y Asesoramiento, S.L. – 8,382%
- Infazar, S.L. – 6,599%
- Previsión Mallorquina 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 8 de junio de 2010 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.