

INFORME DE GESTIÓN DEL PRIMER SEMESTRE DE 2010 DE BODEGAS RIOJANAS S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

I. El Mercado Vinícola

1. Mercado Mundial

La tendencia, que se venía marcando hasta mediados del 2008 se vio truncada por la situación económica mundial y desde entonces hemos asistido a un cambio en los hábitos de consumo a nivel mundial, acompañado de un exceso de oferta que ha provocado la existencia de excedentes de vino sin comercializar en la mayoría de países productores. A pesar de los cambios sufridos en la actualidad existen una serie de características fundamentales que caracterizan el mercado Vinícola Mundial, que se van transformando pero que no difiere sustancialmente de la situación de finales de 2009:

a) La Globalización del sector,

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

- El crecimiento que se había producido en la masa vegetal de los llamados “Países Nuevos”, y que en los últimos tiempos se había ralentizado ha dado paso a un estancamiento e incluso se ha iniciado una reducción en determinadas zonas productivas.
- 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:

- 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 truncada debido, creemos, a la crisis económica mundial, y esperamos que sea algo coyuntural.
- En los países productores tradicionales el consumo ha caído en menor medida que otros países no productores, aunque con clara tendencia hacia una reducción de valor en el vino consumido, en algunos casos ha jugado un papel fundamental la evolución de los diferentes tipos de cambio.

c) La sobreproducción.

A finales de 2009 hablábamos de que se agudizaba el problema de la sobreproducción existente en el mercado, pues bien, esta situación no ha mejorado 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 conducían a un crecimiento de la competencia en dichos segmentos, a lo largo del primer semestre de 2010 el continuo descenso del consumo 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.

Los últimos datos conocidos indican un crecimiento del 40% en volumen en Estados Unidos, mientras que en El Reino Unido este crecimiento se ha situado en el 16%. Siendo éstos nuestros dos principales mercados de exportación.

2. El Mercado de España

El mercado español continua viéndose afectado especialmente por la situación económica y el sector vitivinícola no es ajeno a la misma, los grandes ejes sobre los que han transcurrido los últimos meses 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, algo que por otra parte no es diferente a otras áreas de alimentación o incluso diversos sectores.

No obstante lo anterior, la D.O.C. Rioja que continua siendo líder en el mercado interior ha cambiado su tendencia en los últimos tiempos y en la actualidad, los últimos datos disponibles de salidas de contraetiquetas marcan un crecimiento del 18% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, creciendo más las categorías más altas, este crecimiento en volumen no se corresponde con un incremento en valor, ya que los datos de precios medios que disponemos indican que los mismos continúan con su tendencia a la baja. En cualquier caso conviene ser prudentes al analizar estos datos ya que las incertidumbres respecto a la futura evolución de la comercialización son muchas.

II. Bodegas Riojanas

1. El producto

En esta primera parte del año se han producido los habituales cambios de añadas.

2. Los resultados comerciales

Durante el Primer semestre de 2010, las ventas totales alcanzaron los 1,07 millones de litros, equivalentes a 1,4 millones de botellas con un crecimiento del 28% con respecto al mismo periodo de 2009. Este crecimiento se ha producido, en parte gracias a la incorporación de nuevos productos en nuestra cartera y si bien son unos resultados positivos debemos ser cautos ante el segundo semestre de 2010, ya que estas ventas representan un pequeño porcentaje respecto al global del ejercicio y consideramos que la situación de consumo plantea numerosas incertidumbres.

3. Las Existencias

Las existencias a fecha 30 de Junio del 2010, ascendían a 12,7 millones de litros en las bodegas de Cenicero y San Vicente de la Sonsierra, lo que supone cifras ligeramente superiores al primer semestre de 2009.

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

En Bodegas Torreduero, las existencias de vino también son ligeramente superiores a 2009, lo que nos permitirá abastecer las ventas previstas.

III. Plan estratégico de Bodegas Riojanas

Consideramos que las principales vías de acción para la consecución de nuestros objetivos estratégicos, deben ser:

- 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.

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 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 esa área. En particular, durante el primer semestre de 2010, se ha trabajado en la adaptación de presentaciones así como la preparación de futuros lanzamientos.

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

La sociedad constituida en EEUU, continua la actividad comercial iniciada hace menos de un año y pese a los retrasos administrativos, es uno de nuestros grandes proyectos que ya empieza a consolidarse.

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 Pérdidas y Ganancias Consolidadas de Bodegas Riojanas y Sociedades Dependientes

Todos los datos facilitados en este punto corresponden al primer semestre de 2010 y su comparativa con el primer semestre de 2009, salvo que se indique expresamente lo contrario.

1º Balance del grupo consolidado

- El total del Activo asciende a 47.510 miles de Euros, con un Patrimonio Neto de 24.127 miles de euros.
- Las deudas con entidades de crédito a corto y largo plazo alcanzan los 19.275 miles de euros.
- El valor de las existencias es de 30.082 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 4.412 miles de euros, con un incremento del 22%.
- El Resultado de Explotación alcanzó los 518 miles de Euros.
- Un Resultado Financiero de 286 miles de euros.
- Un Resultado antes de Impuestos de 232 miles de euros.
- Un Resultado después de Impuestos de 163 miles de euros, con un incremento del 120%

V. Actividades en materia de investigación y desarrollo

Durante el primer semestre de 2010, se sigue avanzando en los proyectos que teníamos abiertos a finales del ejercicio anterior:

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

Dentro del área **Mejora de Procesos**, los estudios están encaminados en la optimización del proceso productivo; buscando reducir costes y aumentar la calidad del producto.

Dentro de la parte de **Viticultura**, todos los proyectos están encaminados en la búsqueda de una mejor calidad de las uvas, controlando de forma más eficiente las parcelas de los viticultores, lo que repercutirá en un aumento de la calidad de los vinos elaborados. Una de las principales actividades desarrolladas ha sido:

- Estudio para aumentar la cantidad de **resveratrol** de las uvas, se ha conseguido aumentar de forma considerable la cantidad de dicho polifenol en uvas de Tempranillo; estando pendientes de estudiar el mismo proceso en Mazuelo y Graciano. Este proyecto está financiado por la Agencia de Desarrollo de La Rioja.
- 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. Buscando la definición concreta de cada vino para poder de esta forma elaborar dando los matices buscados, que corresponde a cada barrica, que el Departamento Técnico de Bodegas Riojanas desee, a su vez analizando con la mayor cantidad de parámetros posibles para estudiar el efecto de la micro oxigenación en las diferentes barricas.
- Se ha comenzado con el desarrollo de un Proyecto en Colaboración "**OPTIBAR**" *Soluciones y Metodologías Optimizadas de Crianza de vino en Barrica de Roble*, con la tonelería Navarra INTONA, para la validación de un nuevo tipo de barricas de doble uso.

VI. Principales riesgos a los que se enfrenta Bodegas Riojanas

Debemos decir que la sociedad considera que no hay cambios relevantes en los riesgos detectados a finales del ejercicio 2009.

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 2010, el número de acciones de autocartera ascendía a 3.147, lo que representa el 0,058% 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 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 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.