

BODEGAS RIOJANAS S.A.

Información previa a la Junta General de Accionistas del 27 de junio de 2008.

- 1. Examen y aprobación, si procede, de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Balance y Memoria del ejercicio 2007, individual y consolidado, así como la propuesta de distribución de resultados y censura de la Gestión Social, facultando a miembros del Consejo de Administración solidariamente para el depósito en el Registro Mercantil de la certificación de la aprobación de la aplicación de resultado y un ejemplar de las cuentas, con facultades para subsanar defectos que se produjeran.**

El resultado consolidado de la sociedad bajo normas internacionales de información financiera ha sido el siguiente, el importe Neto de la Cifra de Negocio alcanzó los 17.062 miles de Euros frente a los 16.610 lo que supone un aumento del 2,7%. Con un Beneficio Neto del Ejercicio de 1.336 miles de Euros, con un incremento del 13,6% respecto a 2007. El Resultado de Explotación alcanzó los 2.854 miles de Euros, lo que supone un incremento del 19,2%.

Si nos centramos en el resultado individual de la sociedad el Importe Neto de la Cifra de negocio se situó en 16.964 miles de Euros, frente a los 16.563 miles de Euros, esto supuso un 2,4 % respecto a 2006, el Beneficio Neto se situó en 1.345 miles de Euros, frente a los 1.174 miles de Euros lo que supuso un incremento del 14,5%.

Se propone repartir 0,17 Euros brutos por acción, lo que supone un total de 925 miles de Euros, reservándose el resto a Reservas de la Compañía.

Se propone una retribución al consejo, conforme a lo estipulado en los estatutos, del 5% de los beneficios líquidos, es decir 67 miles de Euros, a lo que hay que añadir unas dietas que alcanzaron los 18 miles de Euros.

El Consejo propondrá la aprobación de todo ello en la Junta General.

- 2. Propuesta de nombramiento y/o reelección de auditores para el ejercicio 2008.**

Se propone el cambio de auditores a PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. respecto a Deloitte S.L que ha desarrollado su labor de auditoria durante los últimos tres años.

- 3. Propuesta de nombramiento y/o reelección de los miembros del Consejo de Administración.**

Se propone a la Junta General de accionistas la reelección como consejeros de Infazar S.L representada por D. Luis Zapatero Gonzalez, Van Gestión y Asesoramiento empresarial S.L. representada por D. Victor Artacho Nieto, Frimon Inversion y asesoramiento S.L. representada por D. Felipe Frías Echevarría.

4. Informe del Sr. Presidente del Consejo de Administración.

Para analizar convenientemente los resultados obtenidos y las posibilidades futuras, es preciso tener en cuenta el contexto del Sector Vinícola, tanto por su pasado reciente, como por su probable evolución.

El Sector Vinícola Mundial

Se mantiene la tendencia general del Mercado Vinícola, que desde hace años se caracteriza por:

- La globalización creciente
- La Sobreproducción
- La Evolución diferenciada del Consumo

- La Globalización se mantiene tanto en el aspecto productivo (fuertes incrementos de masa vegetal en los Países Nuevos), como en el comercial, con el incremento progresivo del Libre Comercio.

- Con respecto al segundo elemento, la Sobreproducción, está afectando principalmente a aquellos países cuya producción se ha incrementado de forma desmesurada, pero también a sectores concretos de los Países Tradicionales (Francia, Italia, España...), como consecuencia de las evoluciones del consumo.

- Pero para nuestra Sociedad en particular, el factor más importante lo constituye, la evolución del consumo. Con un consumo global, que presenta muy pequeñas variaciones, se vienen produciendo cambios fundamentales en la evolución selectiva del mismo.

Dicha evolución se manifiesta desde hace décadas por el incremento del consumo en los Países no Productores, pero sobre todo por el descenso del consumo en los vinos de menor calidad (llamados “Vinos Básicos”) y por el claro incremento de ventas de los “Vinos de Calidad”, que se manifiesta, tanto en los Países Productores como en los no Productores, ha determinado que en pocas décadas, los vinos de calidad hayan evolucionado, de representar el 30% del total, a superar ya el 60%, provocando además “sobreproducciones” importantes de los vinos básicos.

El Sector Vinícola Español

Todo lo indicado, con respecto al Sector Vinícola Mundial, tiene plena validez también para España, con algunas particularidades:

- La globalización está afectando al Sector Español, principalmente en su vertiente exportadora, ya que las importaciones de España se sitúan aún en cifras reducidas (aproximadamente el 5%), aunque con crecimientos relativos rápidos.

- Pero el factor fundamental, también en el caso español, lo constituye la evolución del consumo. Considerando a los vinos con Denominación de Origen, como los “Vinos de Calidad”, en el caso de España, éstos han incrementado su consumo, en poco más de una década, en un 180%, a pesar de que el consumo total ha retrocedido hasta situarse en los 25 litros per cápita. Tal resultado se obtiene en detrimento de los “Vinos de Mesa”, que experimentan un muy fuerte retroceso.

En cuanto a los “Vinos de Calidad” españoles, la selectividad del consumidor ha conducido a la creación de nuevas Denominaciones de Origen, en zonas antes dedicadas exclusivamente a graneles y vinos de mesa, alcanzándose en 2007 un total de 64 diferentes Denominaciones de Origen, aunque ciertamente no todas ellas presentan niveles similares de exigencia ni sobre todo de calidad. Lo que determina resultados muy diferenciados entre ellas.

En primer lugar destaca claramente la D.O.C. Rioja que acapara de forma continuada el 40% de ese mercado creciente. Durante el año 2007 sus ventas se incrementaron en un 4%, con crecimiento mayor en el segmento superior de Reservas y Grandes Reservas al superarse en éste el 6.5% de variación.

Por su comportamiento desde su creación en 1.998, también es destacable la evolución de la Denominación de Origen de Toro, que en el periodo 1.998 – 2.007 multiplicó por más de 3 sus ventas, al crecer un 211%, y en los dos últimos años su evolución fue del 8% anual.

Lógicamente, el buen comportamiento de ambas Denominaciones, ha determinado un incremento de las empresas ubicadas en las mismas, sea por creación de nuevas empresas o por emigración de otras que ya existían en zonas de vino de menor calidad, con o sin D.O..

En consecuencia de las D.O. importantes y en particular en la DOC Rioja y en la DO Toro en la que estamos implantados, se viene produciendo un incremento de competidores, lo que exige a todas las verdaderas empresas vinícolas a aumentar su nivel de eficacia, de competitividad y de calidad en sus productos y servicios.

A esa necesidad de mejora continuada responde nuestro Plan Estratégico 2.004 – 2.009.

El Plan Estratégico 2.004 – 2.009 de Bodegas Riojanas y Bodegas Torredueiro

El objetivo principal del plan es conseguir niveles competitivos, que tras el fuerte desarrollo del Potencial Productivo llevado a cabo en el plan precedente (1.998 – 2.003), permitieron fuertes crecimientos comerciales para saturar esa capacidad de Producción.

Para ello el Plan 2.004-2.009, que afecta a todos los departamentos de la Empresa ha supuesto:

- En el Área del Producto y de su elaboración, la creación del Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación, cuya acción ha venido aplicando avances importantes en la tecnología de viticultura y de elaboración figurando en los Informes de Gestión, que se adjuntan, algunas de sus realizaciones. En lo que se refiere a nuevos productos, durante la vigencia del mismo se inició la comercialización de: Monte Real Crianza, los blancos y rosados Peñamonte y Quinta Refugio y en el Ejercicio 2.007, la marca Artacho con un vino joven elaborado con uvas tempranillo de San Vicente de la Sonsierra y proceso de fermentación maloláctica en barrica.

- En el Área Comercial las ventas totales en volumen se incrementaron un 6%, alcanzándose la cifra de 4,396 millones de botellas vendidas. Destacando, en los vinos acogidos a la D.O.C. Rioja, el incremento experimentado en las ventas de Reservas y Grandes Reservas de Viña Albina, Gran Albina, y Monte Real, que fue del 7%. Con ese incremento, el Mix de nuestros vinos riojanos, sitúa a los Reservas en un 52,5% del total, mientras que en el caso del conjunto de la D.O.C. Rioja éste segmento representa el 19%.
De los vinos acogidos a la D.O. Toro, la marca Marqués de Peñamonte (Reservas y Crianzas), experimentó un crecimiento del 58% y los Crianzas de Peñamonte y Quinta Refugio un 8%.
En cuanto a Veiga Naum (Rías Baixas) sus ventas se incrementaron un 92%.
Con respecto a las Exportaciones afectadas en nuestros principales mercados (Reino Unido y USA) por el cambio del Euro, aunque con cifras aún no suficientes, el año 2.007 supuso un incremento del valor exportado del 8%.
Con las cifras obtenidas en el Ejercicio Último, durante los 4 años de vigencia del Plan 2.004 – 2.009 se han obtenido:
 - Un incremento del volumen vendido en 2.007 del 38% con respecto al del año 2.003.
 - Un Mix fuertemente mejorado al alcanzar los Reservas Riojanos el 52,5% del total, frente al 40,5% del año 2.003.
 - Unas ventas de Bodegas Torredueiro que crecen el 111% con respecto a las de 2.003.

Consideraciones Finales:

Si el objetivo general de nuestro Plan Estratégico 2.004 – 2.009 era aumentar el nivel competitivo, para incrementar el porcentaje de utilización de nuestro Potencial Productivo, los sistemas principales sobre los que se ha basado el Plan han sido:

- La mejora continua de la calidad de nuestros Productos y Servicios.
- La Evolución Tecnológica permanente.

Los resultados que acabo de indicar del ejercicio 2.007 y del periodo 2.004 – 2.007, tanto a nivel de las Denominaciones en las que se sitúan nuestros productos, como las propias de nuestras Sociedades, creo sinceramente que permiten afirmar:

- La validez de los sistemas y medidas aplicadas en el Plan Estratégico.
- El incremento continuado de nuestro nivel competitivo.

5. Autorización al Consejo de Administración para la adquisición de acciones propias de la entidad, de conformidad con lo dispuesto en los arts. 75 y siguientes de la Ley de Sociedades Anónimas.

De conformidad con la legalidad vigente y al igual que en ejercicios anteriores, se solicita a la Junta General la autorización para 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 entre los 6,5 Euros por acción en el límite inferior y los 12 Euros por acción en el rango superior. Se solicita esta autorización hasta la siguiente Junta General, dentro siempre de los límites establecidos por la ley.

6. Ruegos y preguntas.

7. Lectura y aprobación, si procede, del acta, así como la designación de socios para la firma de la misma.

Se hace constar a los efectos previstos en la ley que cualquier accionista puede obtener de forma inmediata y gratuita el contenido de los documentos que han de ser sometidos a la Junta General.

Conforme a los Estatutos de la Sociedad, tendrán derecho de asistencia aquellos accionistas que, con cinco días de antelación, tengan inscritas en el correspondiente Registro de Anotaciones en cuenta y lo acrediten mediante la tarjeta de asistencia, cincuenta o más acciones a su nombre, pudiendo agruparse entre si los que no alcancen tal cifra.

Cenicero, 28 de marzo de 2008

EL SECRETARIO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
D. Javier Yarza de la Sierra