

INFORME DE GESTIÓN DE BODEGAS RIOJANAS S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES EJERCICIO 2011

Las ventas que alcanzaron los 16,1 millones de Euros se incrementan en un 5,3 % gracias tanto al incremento de Rioja como de Toro

Los vinos de alto valor añadido de rioja como son reservas y grandes reservas suponen el 62.0% al crecer un 23,5%, en el mercado nacional nuestras ventas de reservas y grandes reservas alcanzan el 8,5% de cuota de mercado.

Prometedor arranque de nuestra sociedad comercializadora Bodegas Riojanas USA Corporation. donde en su segundo año hemos alcanzado un resultado después de impuestos positivo.

El Resultado de Explotación crece un 21,5 %.

El Beneficio neto al final del período se sitúa en 730 miles de euros lo que supone un 4,2 % más que el ejercicio anterior.

INFORME DE GESTIÓN DEL EJERCICIO 2011

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 la Federación Española del Vino indican un crecimiento de los volúmenes de exportación tanto en graneles como en botellas:

a) La Globalización del sector,

Tanto en el aspecto productivo como en el comercial, el sector ha estado influido por los siguientes factores:

- La superficie mundial de viñedo continuó descendiendo en 2010 y la previsión para 2011 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 en Europa cayó ligeramente pero con grandes diferencias entre países con fuertes crecimientos en Francia y fuertes caídas en Italia, en el resto de países productores la tendencia generalizada es al alza en las producciones salvo en EEUU donde cayó cerca de un 10%.
- Las exportaciones Europeas han obtenido unos muy buenos resultados especialmente en volumen en países como Francia, Italia y España ayudados sin duda por la debilidad del Euro frente a otras monedas no solo del dólar sino también frente a otras monedas de países productores como pueden ser Australia y Sudáfrica.

b) La evolución del consumo

En términos cualitativos y geográficos que se manifiesta en:

- Se mantenía, salvo en 2010, 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". Los primeros indicadores de este año parecen mostrar que se vuelve a esta tendencia a nivel mundial, tras el paréntesis del año pasado.

- Los datos con que contamos en la actualidad indican que frente al ligero retroceso del año pasado en el 2011 nos encontramos con un ligero incremento en el consumo mundial de vino.
- El consumo de vino en EEUU ha venido marcando a lo largo de todo el 2011 una tendencia de crecimiento, en volumen (+4%) y mucho mayor en valor (+13%). Crecimiento que también se ha dado en China.

-

c) La sobreproducción.

Los esfuerzos que, a nivel mundial y especialmente en la Unión Europea, se han llevado a cabo para reducir la capacidad productiva mediante los arranques de viñedo, no se han traducido en una reducción significativa de los excedentes al reducirse en una medida similar el consumo per cápita en Europa.

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

Los esfuerzos por parte de los productores europeos, apoyados por las ayudas a la reconversión ofrecidas por la Unión Europea y las perspectivas favorables para los vinos de calidad, acompañadas por la globalización creciente, han conducido a un crecimiento de la competencia en dichos segmentos, a lo largo de este ejercicio 2011, al igual que en 2010. El descenso del consumo junto con el exceso de producción ha motivado tensiones a la baja en los precios a nivel internacional.

2. El Mercado de España

La evolución de consumo de vino en España mantiene la tónica de los últimos años, con un descenso en torno al 2,0% (todavía no hay datos definitivos) en volumen y una mayor caída en valor 6,0%, esta caída afecta en mayor medida a los vinos sin Denominación que a los de Denominación de Origen. Si nos centramos en la evolución de Hostelería versus alimentación es de destacar la nueva caída de la hostelería -4,5% aprox. frente a la relativa estabilidad de la alimentación -0,5%.

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 este ejercicio, al igual que el año pasado, el mercado de exportación se ha comportado mejor que el nacional (+7,0% frente a -2,4%) y dentro del nacional se han comportado peor los vinos de reserva (-6,6%) que los jóvenes y crianzas (-2,3% y -1,5% respectivamente), comportamiento que se repite en exportación (-1,0 frente a 13,7% y 4,3% respectivamente) . Todo ello deja la estructura de ventas de la D.O.C Rioja o mix de ventas de la siguiente manera:

Grandes Reservas: 2,11%

Reservas: 15,64%

Crianzas: 39,04%

Jóvenes: 43,22%

El resto de denominaciones han tenido comportamientos dispares en lo referente a los volúmenes, D.O. Toro (+10,0%), D.O. Ribera de Duero (+0,6%), D.O. Rueda (+13,4%) y Rias Baixas (+8,5%), pero con una tendencia general a reducción de márgenes.

II. Bodegas Riojanas

1. El producto

A lo largo de 2011, hemos adecuado nuestra gama de vinos a las necesidades de los diferentes países y canales comerciales, así dentro de España hemos lanzado un crianza exclusivo para HORECA, que es el Puerta Vieja Crianza Selección, también hemos procedido a actualizar toda la línea de productos Peñamonte.

Podemos destacar una serie de premios y medallas:

- Monte Real Gran Reserva 2004 con una medalla de Oro en el concurso internacional tempranillos al mundo 2011 celebrado en Nueva York.
- Puerta Vieja Crianza Selección 2009 obtuvo una medalla de Oro en el Concurso Internacional CINVE 2011
- En ese mismo concurso el Peñamonte cosecha 2010 obtuvo una medalla de plata.
- Peñamonte cinco meses de barrica obtuvo el Gran Oro en el Concurso Internacional CINVE 2011
- Nuestro Quinta Refugio Crianza 2008 obtuvo el Oro en el Somellier Wine Awards 2011 junto a una medalla de plata en el Decanter Wine Challenge 2011 y en el Decanter World Wine Awards 2011.
- Nuestro Quinta Refugio Blanco 2010 obtuvo por su parte una medalla de Plata en el Somellier Wine Awards 2011.

2. Los resultados comerciales

Durante el ejercicio 2011, las ventas totales alcanzaron los 3,68 millones de litros, equivalentes a 4,91 millones de botellas, lo que representan un incremento del 14,0%, mientras que en valor el incremento supuso un 4,9 %.

En la D.O.Ca. Rioja los mayores incrementos se han producido en jóvenes 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: 62,0% (frente al 17,7% para D.O.Ca Rioja)
Crianzas: 30,1% (frente al 39,0% para D.O.Ca Rioja)
Sin Crianza: 7,9% (frente al 43,3% para D.O.Ca Rioja)

Respecto a Bodegas Torredueiro y la comercialización de los vinos acogidos a la D.O.Toro, se ha producido un fuerte incremento tanto en volumen (+18,5) como en valor (+14,8), que nos llevan a unas ventas como siguen:

Reservas y Grandes Reservas: 4,5% (frente al 1,7% para D.O.Toro)
Crianzas: 14,9% (frente al 18,3% para D.O.Toro)
Sin Crianza: 80,6% (frente al 80,0% para D.O.Toro)

Estos incrementos en ventas nos han generado una mejora en el margen de contribución, consolidando unos resultados positivos pese a la delicada situación del mercado.

En el resto de denominaciones las ventas han evolucionado muy favorablemente pero aún son cifras muy pequeñas al suponer menos del 10% de las ventas.

La evolución en las ventas de Bodegas Riojanas USA Corporation ha sido muy positiva con un crecimiento en facturación del 60%, la apertura de varios estados en las zonas de mayor consumo del país, la consolidación de otros mercados y la obtención de un resultado positivo después de impuestos.

3. Las Existencias

La valoración de las existencias al finalizar el año 2010 alcanzaba la cifra de 29.289 miles de euros y a 31 de diciembre de 2011, esta cifra se ha situado en 28.408 miles de euros.

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

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 mayor fortaleza de las denominaciones con más reconocimiento de marca.
- d) Una fuerte tendencia exportadora en los vinos y bodegas españolas para compensar la atonía del mercado interior.

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

Dentro de nuestras líneas estratégicas el 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.
- La existencia de una presencia internacional constante que facilite la apertura de nuevos mercados y la consolidación de los ya existentes.
- El relanzamiento del potencial comercial y de Marketing y de su acción.

Todo ello nos ha conducido a diferentes avances

En el Área del Producto y de la Tecnología de Producción

La creación del Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), ha permitido además del lanzamiento de nuevos productos, como el Puerta Vieja Crianza, la mejora de toda nuestra gama de vinos al aplicar las más modernas técnicas de vinificación.

En el capítulo V se indican las actividades desarrolladas por ese Departamento durante el ejercicio 2011, 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

En esta área los esfuerzos han estado orientados por un lado a la adecuación y modernización de diversas presentaciones, y por otro a la optimización del trabajo del equipo comercial, dotándoles de las herramientas necesarias para maximizar el trabajo de los mismos.

Otra línea de trabajo muy importante ha sido la apertura de nuevos mercados y canales a nivel internacional.

La sociedad de Estados Unidos, Bodegas Riojanas USA Corporation ha continuado su labor de apertura de nuevos clientes y consolidación de nuestra presencia en dicho mercado.

En el área de Recursos Humanos.

En el área de recursos humanos nos encontramos en la actualidad consolidando e integrando al equipo comercial con el que contamos en nuestros principales mercados internacionales.

IV. Balance y Cuenta de Perdidas y Ganancias de Bodegas Riojanas

Todos los datos facilitados en este punto corresponden al ejercicio 2011 y su comparativa con el 2010, salvo que se indique expresamente lo contrario.

1º Balance

- El total del Activo asciende 52.867 miles de euros, frente a los 53.677 miles de euros del ejercicio 2010.
- Las existencias representan 28.408 miles de euros frente a los 29.289 miles de Euros de 2010, ésto es un -3,00%.
- El activo circulante asciende a 39.490 miles de euros mientras que en 2010 ascendía a 39.774 miles de euros.
- Las deudas con entidades de crédito a corto y largo plazo alcanzan los 22.025 miles de euros.
- El Patrimonio Neto representa 24.691 miles de euros, frente a los 24.669 miles de euros del ejercicio 2010.
- El Beneficio neto del ejercicio supone 731 miles de euros.
- Los acreedores a largo y a corto plazo suponen 28.176 miles de euros, frente a 29.008 miles de euros del ejercicio 2010

2º Cuenta de Pérdidas y Ganancias

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

- Las operaciones continuadas alcanzaron los 16.105 miles de euros, con un incremento del 5,3%.
- El Resultado de Explotación alcanzó los 1.940 miles de Euros un 21% más que el ejercicio anterior.
- Un Resultado Financiero de -1.015 miles de euros, con un incremento del 47%.
- Un Resultado antes de Impuestos de 925 miles de euros.
- Un Resultado después de Impuestos de 731 miles de euros, que representa un incremento del 3 %, respecto a los 711 miles de euros del ejercicio anterior.

V. Actividades en materia de investigación y desarrollo

Durante el año 2011, en el Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación, se han realizado las siguientes actividades que se describen a continuación.

Dentro del 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 calidad de los vinos. Se describen las principales actividades desarrolladas:

Mediante la utilización de un GIS se ha empezado a controlar de una manera más eficaz las diferentes parcelas de los viticultores. Esto nos permitirá en un futuro realizar una vendimia selectiva, separando por la calidad del viñedo.

Participación en la recién creada Plataforma Tecnológica del Vino, dentro del Grupo de Trabajo de Sostenibilidad Medioambiental y Cambio Climático.

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.

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.

A su vez se están desarrollando los distintos proyectos, la mayoría en colaboración con otras empresas del sector.

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 ha finalizado el Proyecto "VINTTLE" Calidad Integral de la Cepa a la Botella, en donde se han desarrollado 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 esta formado por instituciones tan relevantes como la Universidad Católica de Lovaina o el Instituto Francés de la Viña y del Vino.

Se ha comenzado el proyecto "Estabilización tartárica de los vinos mediante un nuevo sistema basado en la utilización de Resinas". Es un proyecto en colaboración con la mayor empresa Española dedicada a la fabricación y distribución de productos enológicos. Con un presupuesto que supera el millón de euros, durante los años 2011 y 2012. Este proyecto se va a realizar en las Denominaciones de Rioja, Ribera y Toro.

Se ha empezado a trabajar en la segunda parte del proyecto de investigación cuyo título es: "El Vino como alimento Funcional: Aumento del contenido en resveratrol en vino mediante nuevos tratamientos y técnicas de elaboración". Teniendo como finalidad poder obtener un vino con alto contenido en resveratrol, lo que nos permita diferenciarnos del resto de la competencia.

VI. Principales riesgos a los que se enfrenta Bodegas Riojanas

Debemos destacar el esfuerzo que ha realizado la compañía en la gestión de riesgos al reelaborar un mapa de riesgos global de la compañía, y que se revisa y analiza periódicamente.

Los principales riesgos a los que se enfrenta la sociedad son:

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 2011 se liquida en 2012, 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 mercados y 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 2011, el número de acciones de autocartera ascendía a 36.233, lo que representa el 0,7% 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.....10,204%
- Frimón Inversiones y Asesoramiento, S.L. 8,382%
- Previsión Mallorquina de Seguros, S.A.6,36 %

- Infazar, S.L.6,290%

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 16 de junio de 2011 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 se situará en más o menos un 15% sobre el cambio medio de los tres meses anteriores, hasta un límite máximo del 10%.

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.