

BODEGAS RIOJANAS S.A.

Información previa a la Junta General de Accionistas del 5 de junio de 2009.

- 1. Examen y aprobación, si procede, de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Balance y Memoria del ejercicio 2008, 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 produjeren.**

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 14.933 miles de Euros frente a los 17.062 lo que supone un descenso del 12,47%. Con un Beneficio Neto del Ejercicio de 809 miles de Euros, con un descenso del 39,45% respecto a 2007. El Resultado de Explotación alcanzó los 2.181 miles de Euros, lo que supone una reducción del 23,58%.

Si nos centramos en el resultado individual de la sociedad el Importe Neto de la Cifra de negocio se situó en 14.838 miles de Euros, frente a los 16.964 miles de Euros, esto supuso un 12,53% respecto a 2007, el Beneficio Neto se situó en 835 miles de Euros, frente a los 1.345 miles de Euros lo que supuso un descenso del 37,92%.

Se propone repartir 0,10 Euros brutos por acción, lo que supone un total de 544 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 42 miles de Euros, a lo que hay que añadir unas dietas que alcanzaron los 21 miles de Euros.

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

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

En este punto se procederá a la renovación y/o nombramiento de Consejeros.

- 3. Informe del Sr. Presidente del Consejo de Administración.**

El Informe Anual de Bodegas Riojanas S.A. correspondiente al ejercicio 2008, dadas las circunstancias de la economía general que ciertamente le han marcado, hace aún más

necesario que ustedes conozcan, a través de esta memoria, la mayor información posible sobre la marcha de nuestra sociedad y sus perspectivas de evolución.

Si los Informes de los diferentes Ejercicios me brindan la ocasión de dirigirme a ustedes, lo que siempre es para mi una satisfacción y un honor, espero y confío que, en esta ocasión, pueda servir principalmente para reafirmar su confianza en el futuro de nuestra sociedad.

En condiciones normales, para analizar convenientemente los resultados de Bodegas Riojanas y sus posibilidades venideras, hay que tener en cuenta el contexto del sector vinícola general. Pero dadas las condiciones actuales de la Economía Mundial y las de España en particular, resulta hoy totalmente imprescindible su conocimiento.

La situación económica y el Sector Vinícola mundial

Si en la Economía Mundial es elemento fundamental la globalización, tanto Financiera como Productiva y Comercial, y la influencia de estos factores entre si, también en el sector Vinícola Mundial esa principal característica se manifiesta plenamente.

El crecimiento productivo de los Países “Nuevos”, la liberalización creciente del Mercado del Vino, en el que siguen siendo Francia, Italia y España los principales exportadores, la influencia generalizada sobre el consumo, de la crisis económica, son claras manifestaciones de dicha globalización.

La tendencia de las últimas décadas del sector a nivel mundial se caracterizaba por el retroceso de los vinos “básicos” y el crecimiento de los vinos de “calidad” (Premium y Super-Premium) en particular), el retroceso del consumo global en los países productores (aunque con crecimiento en los vinos de mayor calidad) y el crecimiento del mismo en los no productores, arrojando el cómputo total un signo positivo, en parte debido a las fuertes evoluciones favorables de países como USA, Rusia, China, etc.

Sin embargo, la actual “crisis económica” causa un descenso importante del consumo en general y del vino en particular. En el caso del Sector Vinícola esa disminución se caracteriza, no por un cambio sustancial en el producto consumido, que sigue apostando por los vinos de “calidad”, pero sí por un mayor retroceso en los segmentos superiores del mismo

El sector Vinícola Español

En el caso del sector español, los comportamientos coinciden con lo expuesto, si se traduce en vinos básicos por vinos de mesa y vinos de calidad por vinos con Denominación de Origen, representando estos últimos el 60% en volumen del consumo total, cuando hace algunas décadas solo alcanzaban el 30%. Tal tendencia había desencadenado, tanto un crecimiento importante del número de Denominaciones de Origen, como de bodegas implantadas en las mismas y en consecuencia un aumento de la competencia, en bastantes casos ejercida por bodegas que no respondían a criterios puramente empresariales, sino a motivaciones de índole personal.

Pero no todas las 64 Denominaciones de Origen existentes alcanzan valores cualitativos y cuantitativos similares. Existe un claro liderazgo de la D.O.C. Rioja en ambos aspectos que acaparan el 40% del consumo de esos vinos, con claro crecimiento mantenido hasta el año 2007, suponiendo, hasta ese ejercicio, un incremento en 10 años del 40%.

Si la crisis económica ha afectado, en el ejercicio 2008, al consumo vinícola mundial, igualmente se ha visto influenciado fuertemente el mismo, en el mercado español. Tomando como ejemplo los datos D.O.C. Rioja, sus ventas en el Mercado Interno descendieron un 50% más, que en la Exportación y en conjunto, se vio más afectadas la venta de Reservas que la de Crianzas y Jóvenes.

La situación de los Mercados agrava la Sobreproducción, ya anteriormente existente, de los vinos básicos y de mesa, pero además, el comportamiento negativo de las ventas determina un crecimiento generalizado de las existencias, que en varias bodegas da lugar a problemas de liquidez, que algunos pretenden resolver con una política de reducción de calidad y precios, que les está llevando a una situación de gravedad crítica, causando además un perjuicio a las empresas con políticas sanas.

También, como ya se ha indicado, la crisis actual ha provocado un retroceso en la segmentación al afectar más frecuentemente al segmento anterior, que deberá corregirse posteriormente.

Bodegas Riojanas S.A. (Su Política)

Dada la crisis económica existente y la debilidad consecuente de los mercados, la política de Bodegas Riojanas más acorde con la situación debe basarse principalmente en:

- La mejora continua de la calidad de nuestros vinos y su adaptación permanente a los gustos y necesidades de los clientes (Fidelización y conquista)
- Incrementar el número de clientes en todos los canales de venta del Mercado Español (Conquista)
- Aumentar nuestro potencial en el área de exportación a países no productores en claro crecimiento del consumo (Incluyendo a USA entre los mismos)
- Reducción de los gastos, que no produzca efectos negativos en la consecución de los otros tres objetivos

A continuación intento informarles de cómo nuestra gestión empresarial se está llevando a cabo a base de estos principios

El Producto

Durante el Ejercicio 2008, nuestros productos acogidos a la D.O.C. Rioja se han caracterizado por una consolidación de los lanzados en los últimos años (Monte Real Crianza y Artacho 4m), por una evolución general de la calidad de todos ellos, junto con una mejor adaptación de las crianzas y Jóvenes a los gustos cambiantes, en esos segmentos, de los clientes.

En cuanto a los productos de Bodegas Torredueiro (con D.O. Toro), destaca especialmente la aceptación creciente de sus Crianzas y de sus Blancos (Peñamonte y Quinta Refugio) lo que ha conducido, además, a la obtención de varias medallas de Oro y Plata por parte de los mismos, así como las recibidas por el Marqués de Piamonte (Reserva y Crianza) tanto en España, como en otros países (Reino Unido, Alemania, etc.)

El tercer elemento a destacar en el área del Producto es la incorporación a nuestra gama comercial de una serie de vinos de otras Denominaciones, que complementan el muestrario a ofrecer a nuestros clientes. Durante las últimas semanas del 2008, a los productos Riojanos y Toresanos de nuestras bodegas, se unen para su distribución de las marcas:

- Veiga Naúm y Cruceiro Vello (de la D.O. Rías Baixas)
- Viore (de la D.O. Rueda)
- Azuel (de la D.O. Ribera de Duero)
- Conca de Barbera (Cava y Tinto)
- Y el Champagne francés Pierrel

Que tendrán ya efecto inmediato en las ventas del 2009.

La creación, por parte del Plan Estratégico, 2004-2009, del Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación ha contribuido al desarrollo de la política del Producto indicada, que ha tenido continuidad durante el año 2008, tanto en el área de la viticultura como en la de la Enología, con trabajos que están reflejados en los “Informes de Gestión” que acompañan a esta memoria. Como ejemplo se puede destacar, el proyecto “Desarrollo de un vino Funcional” que tiene un importante objetivo de salud (el incremento de Reservatrol poliferol que es causa de reducción importante de las enfermedades cardiovasculares) y de los proyectos a llevar a cabo en 2009 destacan: la participación en el proyecto europeo DEMYBE, financiado por la U.E. y en el proyecto IBEROEKA, junto con el liderazgo, en colaboración con otra bodega de Rioja del estudio para compensar los posibles riesgos del “cambio climático”

El Comercio del Ejercicio

Como consecuencia del retroceso generalizado del consumo y en mayor incidencia en el segmento superior, nuestras ventas del Ejercicio experimentaron un retroceso en valor del 12,48%. Tal disminución se debió. En nuestro caso, principalmente al fuerte retroceso de ventas de la campaña de Navidad, que tradicionalmente se centraba en el segmento superior, y en consecuencia fue el más afectado tanto en nuestro caso, como en el de la D.O.C. Rioja en su conjunto.

Tal evolución cualitativa ha determinado una modificación del Mix de ambos.

La situación por segmentos del ejercicio 2008 ha sido:

- Reservas y Grandes Reservas:	49.59%
- Crianzas:	38.98%
- Sin Crianza	<u>11.43%</u>
	100%

Lo que representa una evolución del segmento Reservas que ha pasado de representar el 52% para nosotros en el 2007 a 49.59% en el 2008, es decir, un retraso del 5%, igual al experimentado por el conjunto de la D.O.C. Rioja al cambiar del 19% en 2007 al 18% actual, es decir, también un 5% inferior.

En cuanto a nuestros vinos de Torreduero, el retroceso en volumen representó un 4%, pero la clara mejoría en la composición de las ventas, debida al incremento de las ventas de los Crianzas en un 41%, ha conducido a una cifra en Euros favorable de 1,5%.

En cuanto a nuestras Exportaciones, los resultados han sido muy dispares, positivos los correspondientes a los países de la Unión Europea y negativos en el resto, lo que confirma la necesidad de potenciar nuestra estructura comercial.

Como elemento positivo de esas exportaciones hay que destacar su evolución cualitativa, ya que en los vinos acogidos a la D.O.C. Rioja nuestros Reservas alcanzaron el 41,6% del total exportado en 2008 (frente al 39,5% del 2007) y el precio medio por botella se incrementó en un 16.6%, con lo que a pesar de la pérdida en volumen, en valor esta fue solamente de un 1%

El Plan Estratégico 2004-2009

Aunque el Ejercicio 2008 ha representado un retroceso, debido a la crisis existente, sin embargo todas las acciones llevadas a cabo con el Plan 2004 2009, conducen a evoluciones positivas:

- Las ventas en volumen del año 2008 (3,743 millones de botellas) suponen un incremento del 17% con respecto al 2003.
- El Mix de los vinos acogidos a la D.O.C. Rioja ha mejorado al representar los Reservas el 49,59% frente al 40,5 del año 2003.
- Las ventas de nuestros vinos de la D.O. Toro se han incrementado el 106%

Pero además, nuestra acción comercial aporta otros rasgos positivos cara al futuro:

- El incremento de nuestra Red de Distribución en un 21% en los dos últimos años
- El incremento de las Cadenas Comerciales, en las que se han introducido nuestros productos
- La ampliación de nuestra ganancia de productos comerciales, con la incorporación de los vinos de Rías Baixas, Rueda, etc.
- El incremento previsto para el 2009 del Potencial en el Área de la Exportación

Son signos claramente positivos de mejora del nivel competitivo que deben conducirnos a ocupar nuevas cuotas de los mercados

Consideración final

Creo que para todos nosotros resultará evidente que nuestra situación actual está marcada por dos elementos antagónicos: un mercado fuertemente afectado por la “crisis económica general” y un nivel competitivo de nuestra sociedad en claro avance gracias a la política implantada con nuestro Plan Estratégico.

Nivel competitivo superior, que se ha obtenido por la mejora cualitativa de nuestros productos y la amplitud de la gama de productos distribuidos, por el avance tecnológico continuado llevado a cabo, por la apuesta firme en un Potencial Humano acrecentado en cualidades y funciones desarrolladas, que ha demostrado su dedicación, profesionalismo y eficacia.

Y ese “nivel competitivo” acrecentado debe abrirnos perspectivas de futuro positivas, al permitirnos, no solo mantener la fidelidad a nuestros productos, sino también, conquistar nuevas partes de Mercado para los mismos.

Espero y confío que Uds., Accionistas de Bodegas Riojanas S.A., sigan compartiendo nuestra visión de futuro y la confianza en nuestra sociedad, que han demostrado al formar parte de la misma, que el futuro demostrará su plena justificación.

4. Autorización al Consejo de Administración para la adquisición y venta 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 solicitará a la Junta General la autorización para la adquisición y venta de acciones propias por parte del Consejo de Administración, según los límites establecidos por la Ley. Se solicitará esta autorización hasta la siguiente Junta General, dentro siempre de los límites establecidos por la ley.

5. Ruegos y preguntas.

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