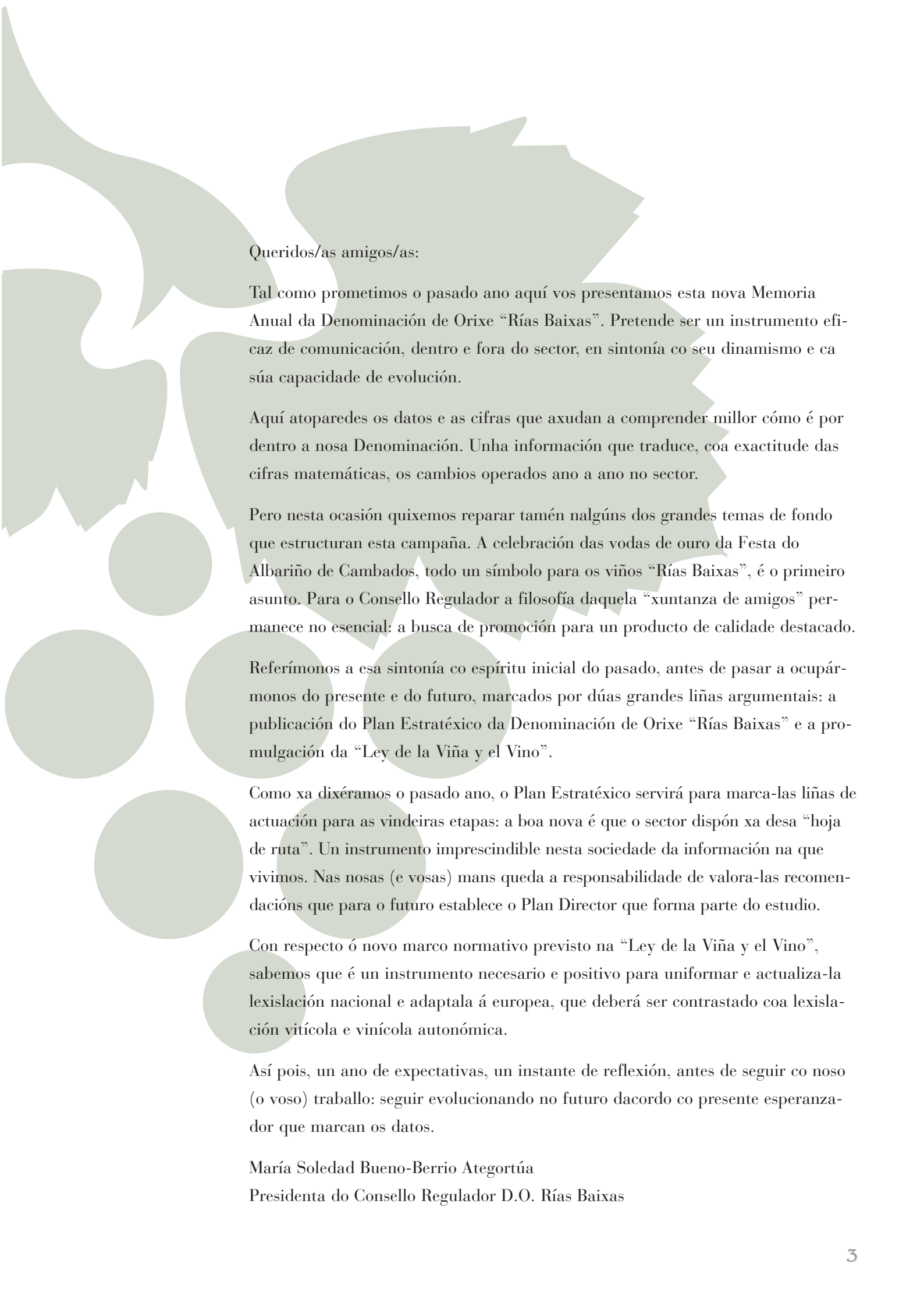


Rioa Baixa

m e m o r i a e x e r c i c i o 2 0 0 2



Queridos/as amigos/as:

Tal como prometimos o pasado ano aquí vos presentamos esta nova Memoria Anual da Denominación de Orixe “Rías Baixas”. Pretende ser un instrumento eficaz de comunicación, dentro e fora do sector, en sintonía co seu dinamismo e coa súa capacidade de evolución.

Aquí atoparedes os datos e as cifras que axudan a comprender millor cómo é por dentro a nosa Denominación. Unha información que traduce, coa exactitude das cifras matemáticas, os cambios operados ano a ano no sector.

Pero nesta ocasión quixemos reparar tamén nalgúns dos grandes temas de fondo que estruturan esta campaña. A celebración das vodas de ouro da Festa do Albariño de Cambados, todo un símbolo para os viños “Rías Baixas”, é o primeiro asunto. Para o Consello Regulador a filosofía daquela “xuntanza de amigos” permanece no esencial: a busca de promoción para un produto de calidade destacado.

Referímonos a esa sintonía co espírito inicial do pasado, antes de pasar a ocupármonos do presente e do futuro, marcados por dúas grandes liñas argumentais: a publicación do Plan Estratéxico da Denominación de Orixe “Rías Baixas” e a promulgación da “Ley de la Viña y el Vino”.

Como xa dixéramos o pasado ano, o Plan Estratéxico servirá para marcar as liñas de actuación para as vindeiras etapas: a boa nova é que o sector dispón xa desa “hoja de ruta”. Un instrumento imprescindible nesta sociedade da información na que vivimos. Nas nosas (e vosas) mans queda a responsabilidade de valorar as recomendacións que para o futuro establece o Plan Director que forma parte do estudio.

Con respecto ó novo marco normativo previsto na “Ley de la Viña y el Vino”, sabemos que é un instrumento necesario e positivo para uniformar e actualizar a lexislación nacional e adaptala á europea, que deberá ser contrastado coa lexislación vitícola e vinícola autonómica.

Así pois, un ano de expectativas, un instante de reflexión, antes de seguir co noso (o voso) traballo: seguir evolucionando no futuro dacordo co presente esperanzador que marcan os datos.

María Soledad Bueno-Berrio Ategortúa
Presidenta do Consello Regulador D.O. Rías Baixas

CONSELLO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN RÍAS BAIXAS

PRESIDENTE

Dña. María Soledad Bueno-Berrio Ategortúa

Presidenta Consello Regulador D.O. Rías Baixas

VICEPRESIDENTE

D. José Manuel Cores Tourís

Vicepresidente Consello Regulador D.O. Rías Baixas

VOCALIS TÉCNICOS

D. José Ramón Meiriño González

D. Gerardo Zugasti Enrique

Vocais Técnicos do Consello Regulador D.O. Rías Baixas

SECTOR VITICULTOR

D. José Araujo Peña

D. José Arosa Castro

D. José Antonio Domínguez Padín

D. Jorge Valentín Freijanes Morales

D. Francisco Javier Martínez Serantes

D. José Manuel Ruibal Martínez

D. Angel Suárez Vicente

Compoñentes sector viticultor Consello Regulador D.O. Rías Baixas

SECTOR VINÍCOLA

D. Fernando Bandeira García

D. Xosé Ramón Durán Martínez

D. Juan Gil González de Careaga

D. Juan Narvaiza Echaurre

D. Luis Rodríguez Balsa

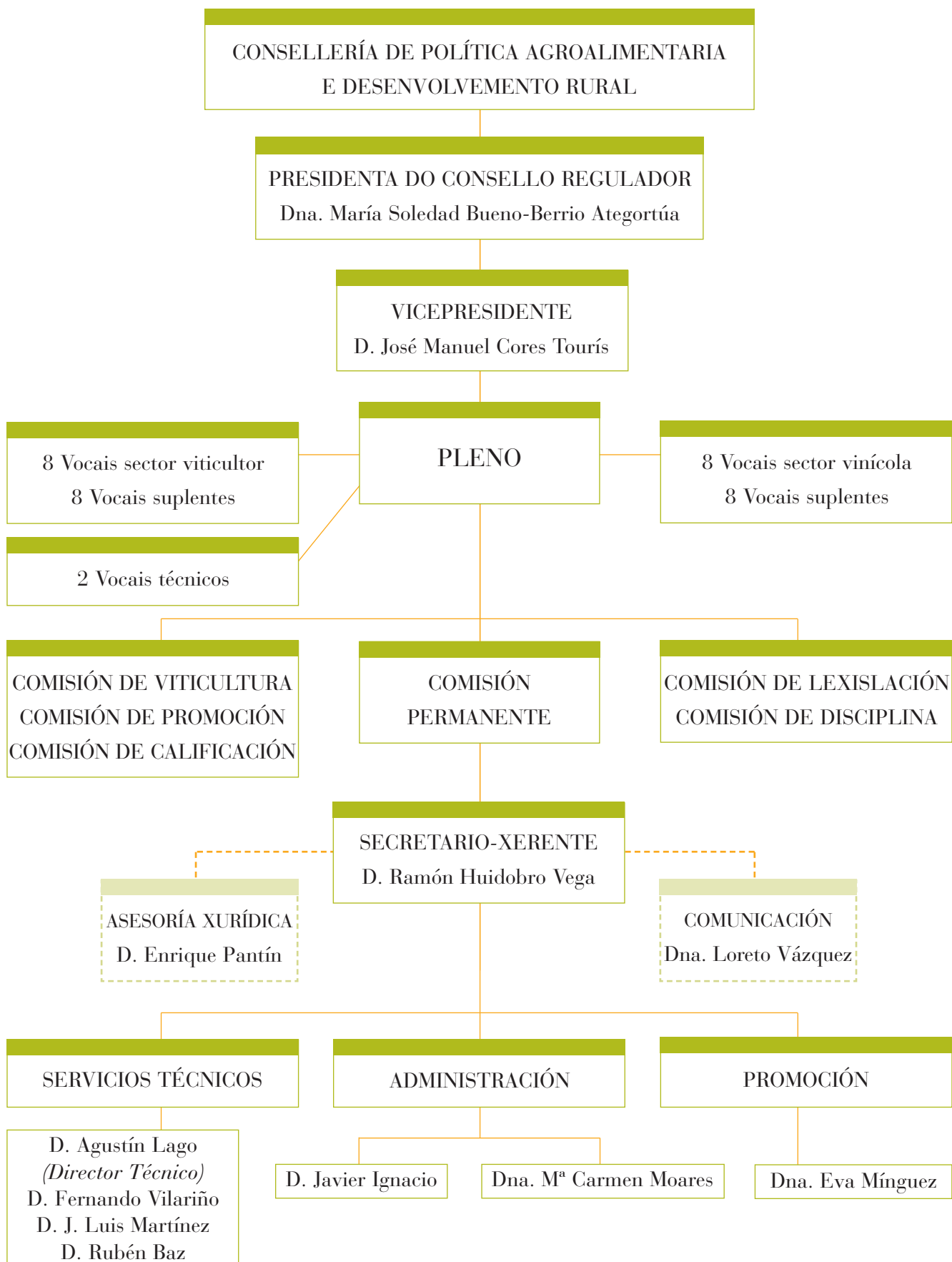
D. Isidoro Serantes Serantes

D. José Simón Ferro

D. Juan A. Vázquez Ganced

Compoñentes sector vinícola Consello Regulador D.O. Rías Baixas

ORGANIGRAMA DO CONSELLO REGULADOR D.O. RÍAS BAIXAS





Campaña 2002

Andando o camiño

Pasado, presente e futuro na Denominación de Orixe “Rías Baixas”

P

oucas veces podemoslle aplicar o apelativo de “histórica” a unha campaña. A de 2002 merece ese calificativo por ser das mellores no que respecta á cantidade de uva recollida e o viño comercializado, pero tamén pola coincidencia de tres acontecementos fundamentais para o sector.

O primeiro é unha conmemoración: os cincuenta anos da Festa do Albariño de Cambados. Unha ocasión para recuperar-la historia do máis importante certame de promoción dos viños de “Rías Baixas”.

No aspecto lexislativo, a publicación da nova “Ley de la Viña y el Vino”, aprobada no mes de xuño de 2003 no Congreso dos Diputados, remata cunha longa tempada de debates e discusións normativas e inaugura un presente de cambios e non poucas incertezas.

Por último, neste mesmo período 2002-2003, faise realidade o “Plan Estratégico de la Denominación de Origen Rías Baixas”, elaborado pola Escola de Negocios Caixanova, documento fundamental que analiza desde unha perspectiva global a realidade do sector e traza as súas liñas de futuro, o que se cadra ten máis importancia.

Vexamos agora en detalle algúns trazos fundamentais, que sosteñen ese retrato pasado, presente e futuro do sector “Rías Baixas”.

O Pasado

Cambian as palabras dos defensores do “príncipe

As nostálxicas fotografías da fermosa edición conmemorativa do cincuenta aniversario da Festa do Albariño feita polo concello de Cambados, permítenos volver ó pasado para comprobar, ¡oh sorpresa!, “que o tempo pasa... pero non tanto”, como diría o poeta.

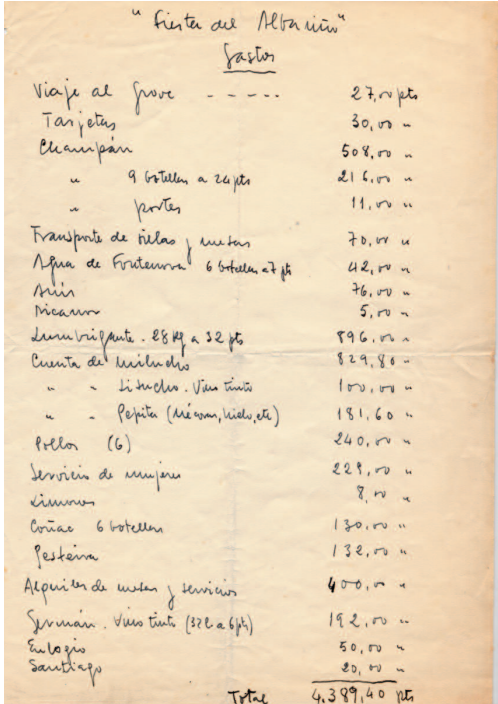
Porque son as palabras as que cambian, e seguro que hoxe soan moi lonxanas as sabias voces dos Cunqueiro,

Castroviejo ou calquera dos defensores do “príncipe dourado”. Pero permanecen no fondo os valores daquel produto “artesanal e minoritario”, dese “Albariño” que loita no presente polos mercados mundiais.

Na segunda edición da “Festa”, Bernardino Quintanilla, un dos fundadores, pedía a colaboración do Concello, consciente da importancia que a celebración tiña para a vila. Apenas unha década despois, a “Festa do Albariño” era xa unha xuntanza “de visitantes y amistades de toda Galicia, de turistas nacionales y extranjeros” como rezaban as crónicas da época.

A década dos 60-70 viviu o despegue do “Albariño” como o que hoxe é: un factor de promoción decisivo no desenvolvemento dun territorio. O vintecinco aniversario da “Festa” celebrouse coa concesión da máxima categoría de promoción estatal: “Fiesta de Interés Turístico”.

Quedaba claro daquela que Galicia “vendía” ben: nos seten-



A handwritten list of expenses for the 'Fiesta del Albariño'. The list is written in ink on aged paper and includes various items with their corresponding costs in pesetas (pts) and reales (rs). The total amount is calculated at the bottom.

"Fiesta del Albariño"	
<u>Gastos</u>	
Viaje al Grove - - - -	27,00 pts
Tarjetas	30,00 "
Champán	508,00 "
" 9 botellas a 24 pts	216,00 "
" portos	11,00 "
Transporte de sillas y sillas	70,00 "
Agua de Fontecueva 6 botellas a 7 pts	42,00 "
Mis	76,00 "
Moceros	5,00 "
Luminaria - 28 # a 32 pts	896,00 "
Cuenta del barilindio	829,80 "
" - Libros - Vaso tinto	100,00 "
" - Pepita (Mármol, hielo, etc)	131,60 "
Pollo (6)	240,00 "
Servicio de limpieza	229,00 "
Cinco	8,00 "
Cóncas 6 botellas	130,00 "
Pestana	132,00 "
Alquiler de sillas y servicios	400,00 "
Servicio - Vaso tinto (32 # a 6 pts)	192,00 "
Enlago	50,00 "
Santiago	20,00 "
Total	4.389,40 pts

A célebre nota de “gastos”, manuscrita por Bernardino Quintanilla para a primeira festa do Albariño, en 1953.

dourado”, pero permanecen os valores dun produto de calidade



Un animado momento da “xuntanza de amigos”, nos primeiros días da festa

ta, as enxebres melodías de Andrés Dobarro competían nas listas cos éxitos máis rechamantes do novo “desarrollismo”. Fronte o eslogan oficial, cantado por Los Mismos, “será maravilloso viaxar ata Mallorca”, había quen prefería toma-lo tren que o levaba “pola beira do Miño”. Folclores aparte, os 80 foron os anos decisivos para o despegue “técnico”, coa aparición en escena da “Denominación Específica do Albariño”, que abría paso ó actual Consello Regulador da Denominación de Orixe “Rías Baixas”. En poucos anos a xeografía do “Rías Baixas” cambiou, pero o esencial permanece: un produto de calidade, vinculado a unha cultura e a unha xeografía específica. Un produto con boas perspectivas comerciais. Así que sabemos que vender (un produto de calidade e diferenciado) e como conseguilo (control e garantías do Consello Regulador). Quedaba por saber a quen destinar ese produto: como son os consumidores potenciais do “Rías Baixas” no mundo e cal é o entorno de competitividade dos nosos viños.

O Presente

Os consumidores dan preferencia ós aspectos de presen

O "Plan Estratégico de la Denominación de Origen Rías Baixas" marca un antes e un despois nos estudos sectoriais. Ata agora, os estudos sobre o viño na nosa Denominación tiveran un carácter máis descriptivo que prospectivo e adoitaban ser máis parciais que globais. As ferramentas de análise estaban supeditadas ó manexo e interpretación dos datos obxectivos.

Nesta ocasión sumouse a toda a información existente un amplo espectro de técnicas para a recollida de datos en tódalas áreas, para medir o estado actual de competitividade dos "Rías Baixas". Examináronse desde as perspectivas de exportación ata o desenvolvemento de novos produtos, pasando polas expectativas dos distribuidores e a opinión dos consumidores. O resultado é como unha macrofotografía de satélite: podemos ve-la paisaxe aérea, pero tamén descender ó detalle case microscópico.

O "Plan Director" que acompaña a este importante estudio estratéxico confirma algunhas impresións xa asumidas e plantexa novos retos de futuro, un futuro que segue a ser unha liña no horizonte, un territorio por explorar... pero agora hai un mapa para percorrelo.

As conclusións do "Plan Director", incluído no estudio, son o resultado do análise dunha intensa cantidade de datos recollidos no entorno de viticultores, adegueiros,

Internacionalización: un mundo á medida

O Plan Director incide, non podía ser doutro xeito, nas circunstancias da internacionalización. Por unha banda, para confirmar que a porcentaxe de exportación das adegas de "Rías Baixas" (un 11% de media) segue sendo moi inferior ó das denominacións competidoras no mercado (sobre o 30%).

Sen embargo hai que ter presente un dato significativo: o crecemento das exportacións de viños de calidade é un 1% a nivel nacional, mentres que para a

tación, imaxe e sensacións, sen entrar en valoracións de “gusto”

consumidores, hosteleiros e distribuidores.

En primeiro lugar, o estudio constata que distribuidores, hosteleiros e consumidores milloraron a percepción dos nosos viños nestes últimos anos. E que os criterios de valoración xiran máis arredor dos aspectos de presentación e imaxe, a sensación que xenera e o concepto que transmite o viño, antes mesmo que o seu gusto específico.

A MARCA: BUSCANDO A IDENTIDADE

O informe revela tamén algunhas paradoxas dos viños “Rías Baixas”. Na medida en que o consumidor valora a diferenciación como criterio de calidade, fronte a uniformidade de tantos produtos similares, as posibilidades dos plurivarietales seguen sendo moitas.

A este respecto é útil consulta-las táboas que se ofrecen na sección de “Datos” desta Memoria, onde queda claro o crecemento experimentado na prantación de variedades autóctonas máis comúns nos viños da D.O.

Pero simultáneamente ponse tamén de manifesto que o “Albariño” é o corazón dos viños da Denominación. En poucos anos os viños “Rías Baixas” conseguiron unha enorme notoriedade, pero insuficiente desde o estricto punto de vista da valoración de marca. Porque segundo o estudio, só un de cada dous consumidores foráneos que coñecen o concepto

Denominación “Rías Baixas” é do 12%.

Unha boa noticia que ven a ratificar que o mercado exterior ofrece moitas oportunidades para produtos de calidade.

Para poñer as exportacións en cifras do 15 ou 20% nos vindeiros cinco anos, como propón o Plan Estratéxico, será esencial a participación das adegas en proxectos de cooperación e buscando alternativas de internacionalización, como a asociación con empresas doutros sectores, nun futuro inmediato.

Os traballos de investigación xenética actualmente en marcha

“Albariño” o reconece como “Rías Baixas”. En cambio o “Albariño” ocupa o posto 79 entre as 100 primeiras marcas recoñecidas polos consumidores. E hai que ter en conta que entre esas 100 marcas só hai catro relacionadas co viño. A aspiración a curto e medio prazo é acadala mesma notoriedade para o “Rías Baixas”, asociando ámbalas dúas “marcas” na estratexia de comunicación.

DIFERENCIACIÓN: PORTAS ABERTAS

Na medida en que no mercado global diminúe o consumo de viño de mesa pero aumenta o dos viños de calidade, a aposta pola calidade tradúcese nun dobre movemento: reforza-la posición dos viños "Rías Baixas" e incrementa-la diferenciación, sobre todo nun momento como o actual, no que o propio crecemento vexetativo das plantacións aumentará tamén os volumes de produción nos vindeiros anos.

Entre os factores que poden contruibuir a esa diferenciación están as investigacións que desenvolven os centros públicos ou tamén, a nivel privado, as adegas.

Destacamos aquí os traballos do centro da Misión Biolóxica de Pontevedra (CSIC) sobre selección clonal de variedades autóctonas con vistas a millora-la súa resistencia ás enfermidades.

Distribución: o reto

Tendo en conta as diferentes dimensións das adegas no sector "Rías Baixas", está claro que as alternativas dependerán en cada caso concreto de factores distintos. Unhas poden competir por volume, outras pola marca. Pero cada unha das adegas debe identificar o seu espacio "natural", no mercado internacional ou no área local.

E sobre todo, hai que contar coa distribución e comercialización. Porque os aspectos loxísticos son cada vez máis importantes para chegar a consumidor, que ten cambiado de perfil nos últimos anos.

O consumo de viños de calidade no fogar é cada vez maior; a incorporación da muller ós hábitos de consumo de viños de calidade é outro feito incontestable, e todo eso convirte á distribución alimenta-

poden facilitar no futuro a diversificación dos viños “Rías Baixas”

ria nunha das claves do incremento de vendas.

Facilita-lo acceso ós viños "Rías Baixas" supón reorientar ó sector cara a distribución, porque, guste ou non, a distribución alimentaria ten cada vez máis peso.

A este respecto cabe cita-los datos do prestixioso "Estudio Nielsen 2002", que cuantifica o crecemento medio dos viños de calidade en España nun 12%, sendo dun 18,5 % para o "Rías Baixas". Resulta significativo o reparto dese incremento: un 13% en Hostalería e un 35 % en Distribución.

O dato é importante porque manifesta un cambio de tendencias, reforzando a entrada do "Rías Baixas" no sector da Distribución alimentaria, como propón o Plan Director.

Tamén as recentes investigacións sobre modificación xenética de lévedos, da investigadora Mar Vilanova, que mereceron o Premio de Investigación Agraria de Galicia 2003.

O Consello Regulador considera fundamental o apoio desas investigacións que poden ser moi beneficiosas para o sector. Ademáis das inciativas especificamente "enolóxicas" (pluri-varietales, diversificación de marcas, investigación aplicada á elaboración) no concepto de diferenciación inclúense as novas estratexias comerciais: asociación da oferta ó turismo rural e iniciativas de ocio en xeral, busca de canles específicas (tendas "delicatessen").

En resume, así son os feitos que se desprenden do intenso traballo de recollida de datos. E o obxectivo é que as recomendacións do "Plan Estratégico" pasen a ser as liñas de acción no futuro.

Un obxectivo no que o Consello Regulador da Denominación de Orixe "Rías Baixas" estará empeñado. Impulsando directrices e proxectos conxuntos naqueles casos (áreas de I+D+I por exemplo), onde as pequenas adegas non dispoñen de grandes medios.

Capitaneando as accións necesarias nas áreas que precisan dunha orientación global, máis alá das funcións específicas de control de calidade e calificación. Respondendo ás necesidades do sector.

O Futuro

As Administracións públicas poderán financiar campañas de in

Precisamente é o último dos grandes temas do ano afecta de cheo na definición do papel que o Consello quere adoptar. Porque a denominada "Ley de la Viña y el Vino" establece, entre outras cousas, o marco normativo no que se desenvolverán as actividades dos Consellos Reguladores.

Unha lei que nace para adaptar e actualizar a lexislación española, con respecto ás leis comunitarias que serven de marco de referencia ó sector vitivinícola. Marco normativo que a necesaria lexislación autonómica tamén debe contribuir a definir, incorporando as características propias de cada comunidade.

En Galicia, continúan os traballos sobre o anteproxecto da "Lei de Ordenación Vitivinícola de Galicia", que será remitido en breve ós Consellos Reguladores.

Tamén está prevista unha lei de "Calidade Agroalimentaria de Galicia", que regulará os aspectos relacionados coas Denominacións de Orixe, a estrutura dos Consellos Reguladores e as nomenclaturas aplicables ós viños, entre outros aspectos.

CHOQUE COMPETENCIAL

Os expertos consideran inevitable o "choque competencial" entre a lei nacional recén aprobada e a lexislación autonómica correspondente, tal como está a suceder nas Comunidades

Cambios no sistema de protección, control e xestión

O principal punto de fricción está na modificación que a "Ley de la Viña y el Vino" plantexa no papel dos Consellos Reguladores. A lei busca a separación dos órganos de xestión –o propio Consello– e de control –que agora poden ser organismos públicos ou privados–.

Polo que se desprende da última redacción dispoñible do texto legal, trataríase dun cambio estrutural, un cambio de orientación radical nas actuais funcións dos Consellos Reguladores.

O sistema de protección da calidade dos viños, tamén resulta polémico e pode causar gran confusión no consumidor, polo gran número de niveis e subniveis de protección e normativas establecidos.

formación, difusión e promoción do consumo moderado de viño

Un exceso de regulamentos que ademáis (no caso concreto dos agora denominados "Vinos de Calidad con Indicación Geográfica"), parece chocar co propósito inicial das Denominacións de Orixe.

Estas naceron para protexe-los sectores de cada zona concreta onde se elaboran viños de calidade e característicos desa zona, coa súa conxunción de factores naturais e humanos, entendidos como unha unidade xeográfica indivisible. A referencia a "Indicación Geográfica" permite trasladar parte do ciclo productivo fora das zonas concretas de produción, co perxuício conseguinte para viticultores e adegueiros das Denominacións de Orixe.

(Cataluña, Castela-A Mancha, A Ríoxa) que dispoñen xa dunha lexislación específica.

Por outra banda, a creación de sistemas de control a cargo de órganos privados pode supoñer un novo factor de confusión para o consumidor, fronte as garantías de calidade que representan hoxe os Consellos Reguladores, tras o camiño percorrido ó longo de varias décadas.

Entre os aspectos positivos da "Ley de la Viña y el Vino" destaca a capacidade das Administracións públicas para financiar campañas de información, difusión e promoción específicas, tras o cambio de consideración dos viños de calidade.

Un aspecto importante, que abre novas posibilidades para o sector, unha vez superados no trámite parlamentario os obstáculos de partida para establecer o carácter benéfico do consumo moderado de viño, fronte ó resto de bebidas alcohólicas.

É de agardar que a próxima lexislación autonómica recolla estes cambios de concepción, en coherencia con estas medidas. Tamén queda aberta a posibilidade de cambios no tipo de IVE a aplicar, xa que este é do 7% para os produtos alimentarios, mentres que no caso de bebidas alcohólicas víñase aplicando o 16%.



Campaña 2002

Os datos

Cifras que traducen o presente da D.O.

dito de que unha imaxe vale máis que mil palabras pode ser aplicado tamén as cifras, que “ilustran” o estado actual do sector. A sección que segue traduce en imaxes numéricas a actividade global da nosa denominación.

Para seguir unha orde “natural” arrancamos cos datos catastrais, é decir, coa información sobre a “Superficie” da D.O. “Rías Baixas” e a súa distribución.

Centrámonos logo no exame da “Producción” nun sentido estático (cantidades brutas vendimadas), pero tamén cunha visión dinámica (uva producida ou vinificada, importada ou exportada entre subzonas), que permite observa-la circulación interna da materia prima na nosa D.O., e tamén os rendimentos medios.

Tras un repaso ó “Mercado”, para notifica-la evolución do sector e o irresistible impulso por saír ós mercados exteriores dos nosos viños, chega a hora dos balanzos.

O capítulo de “Orzamentos” presenta, capítulo a capítulo, os datos finais de ingresos e gastos do Consello Regulador para o exercicio 2002.

Agardamos que estas “imaxes numéricas” amplíen e reforcen a visión que temos do sector.

Superficie



OS CONCELLOS DA DENOMINACIÓN RÍAS BAIXAS

Cambados *
Meaño *
Sanxenxo *
Ribadumia *
Meis *
Vilanova de Arousa *
Portas *
Caldas de Reis *
Vilagarcía de Arousa *
Barro *
O Grove *

A Estrada
Silleda
Viladecrues
Vedra
Padrón
Teo
Boqueixón
Touro

RIBEIRA DO ULLA



VAL DO SALNÉS



Soutomaior *

SOUTOMAIOR



Salvaterra do Miño *
As Neves *
Arbo *
Crecente *
Salceda de Caselas *
Ponteareas *
A Cañiza
Tui **
Mos

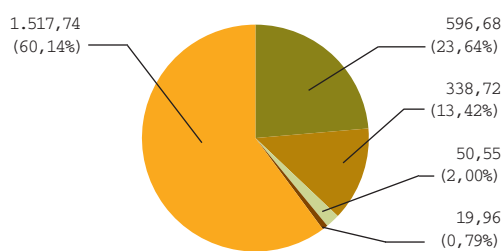
CONDADO DO TEA

O Rosal *
Tomiño *
A Guarda *
Tui **
Gondomar

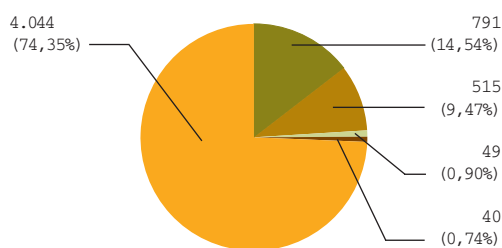
O ROSAL

- * Todas as parroquias deste Concello están inscritas na Denominación de Orixe Rías Baixas
- ** As parroquias deste Concello están rexistradas en dúas subzonas según a súa localización xeográfica.

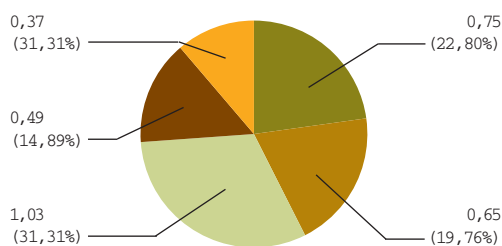
SUPERFICIE (HA) CULTIVADA POR SUBZONAS



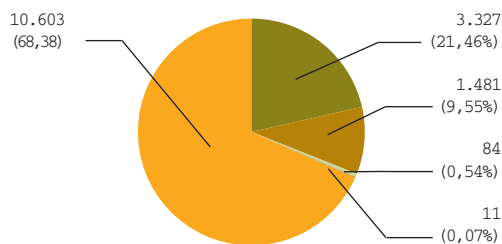
Nº DE VITICULTORES POR SUBZONAS



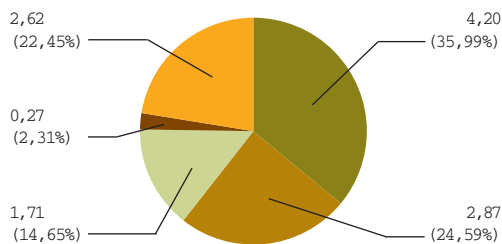
SUPERFICIE/VITICULTOR POR SUBZONAS



Nº DE PARCELAS POR SUBZONAS

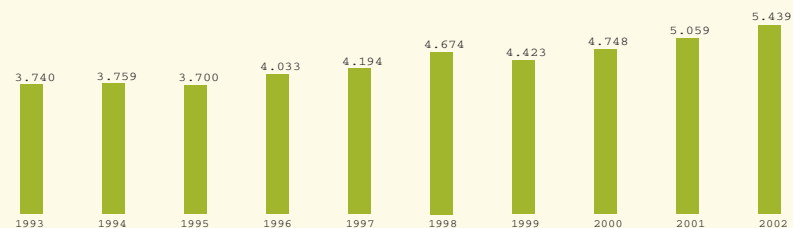


PARCELAS/VITICULTOR POR SUBZONAS

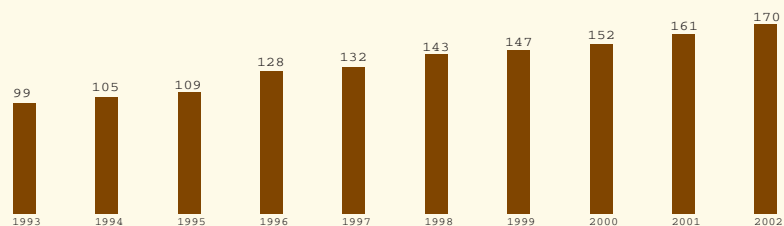


DATOS DOS ÚLTIMOS DEZ AÑOS

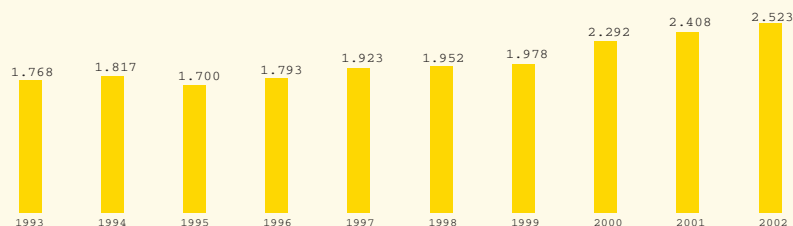
Nº DE VITICULTORES



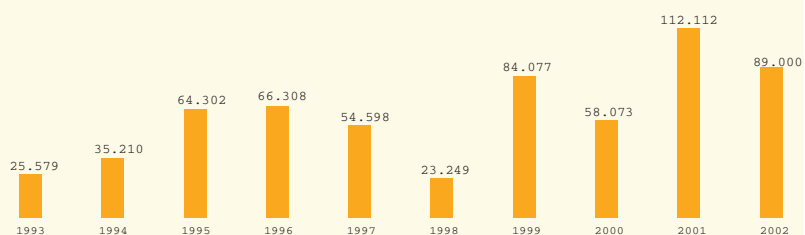
Nº DE ADEGAS



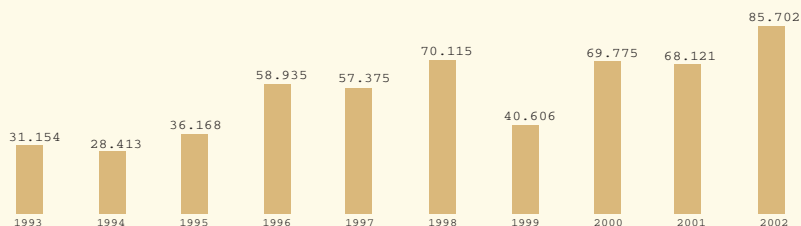
SUPERFICIE (HAS.) DE VIÑEDOS



CANTIDADE (HL.) DE VIÑO ELABORADO



CANTIDADE (HL.) DE VIÑO COMERCIALIZADO (AÑO NATURAL)

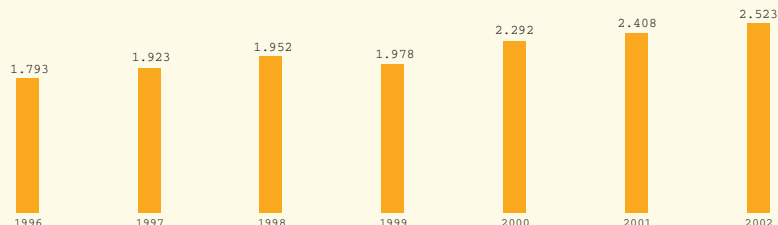


Vendima

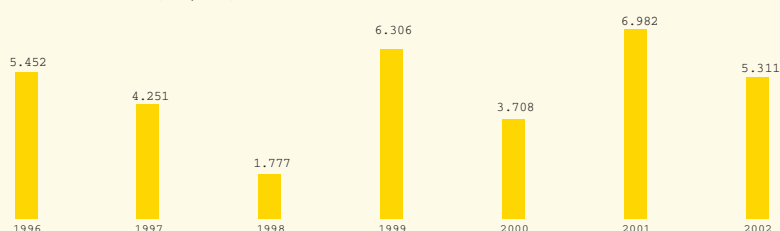


RENDEMENTOS

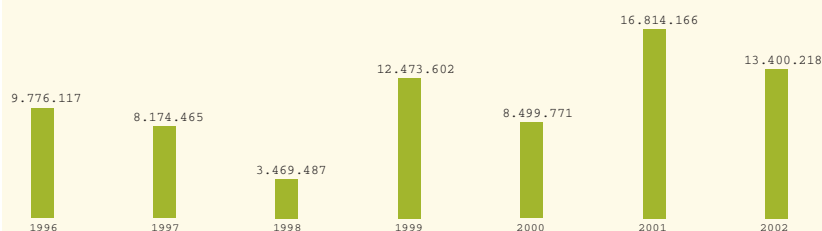
SUPERFICIE (HAS)



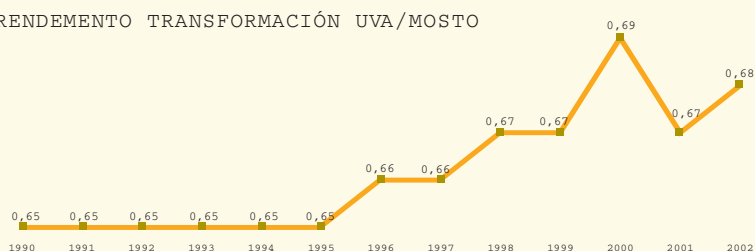
RENDEMENTO (KG/HA)



VENDIMA (KG)

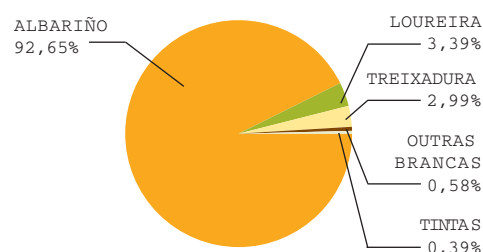


RENDEMENTO TRANSFORMACIÓN UVA/MOSTO

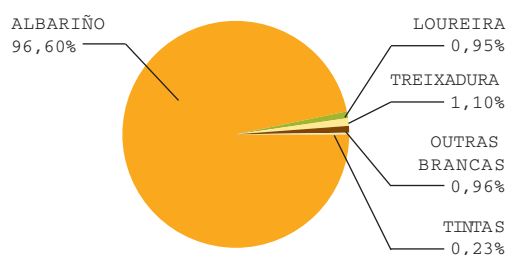


PORCENTAXES POR CASTES NOS ÚLTIMOS SETE ANOS

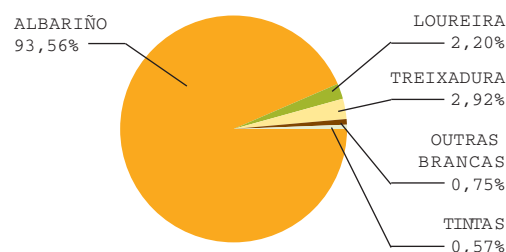
1996



1998



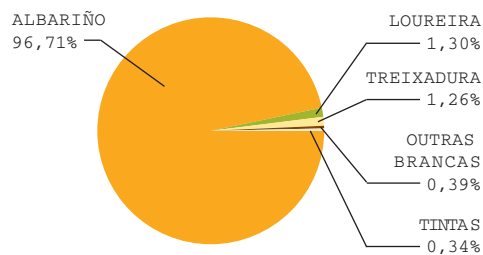
2000



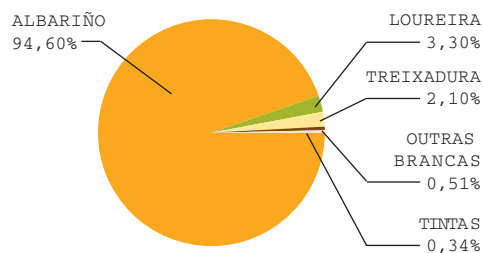
VOLUME DE UVA VENDIMADA (KG)

SUBZONA	Uva vendimada	Uva importada de outras subzonas	Uva exportada a outras subzonas	Uva vinificada en cada subzona
VAL DO SALNÉS	8.459.954,9	36.663	650.550,2	7.846.067,7
O ROSAL	1.726.215,6	1.030.704	131.843	2.625.076,6
CONDADO DO TEA	3.001.771	378.481	688.781,1	2.691.470,9
SOUTOMAIOR	25.772	17.143,5	3.004,2	39.911,5
RIBEIRA DO ULLA	186.505	33.964	22.777	197.692
TOTAL	13.400.218,7	1.496.955,5	1.496.955,5	13.400.218,7

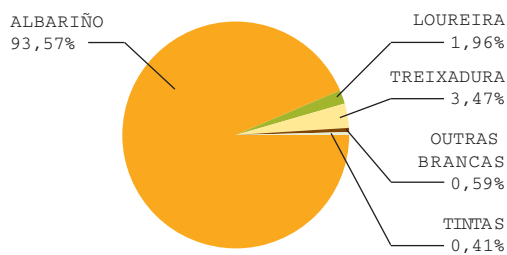
1997



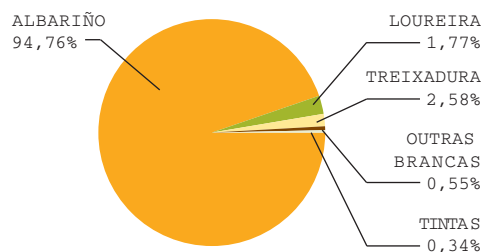
1999



2001

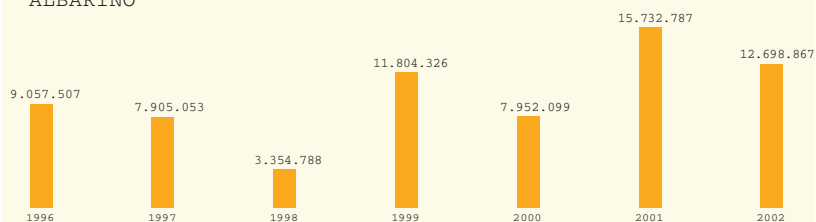


2002

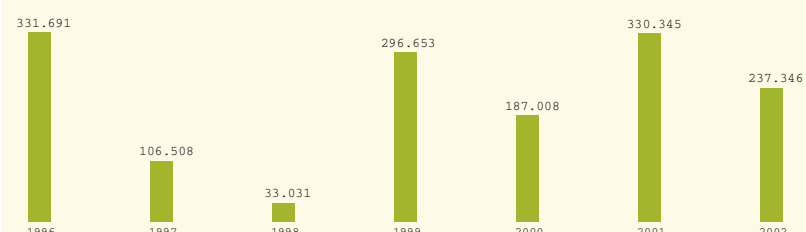


PRODUCCIÓN POR VARIEDADES NOS ÚLTIMOS SETE ANOS (KG.)

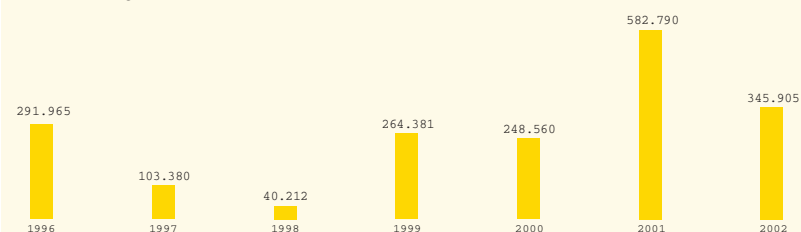
ALBARIÑO



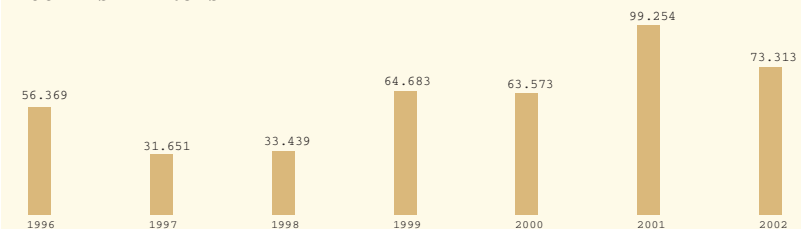
LOUREIRA



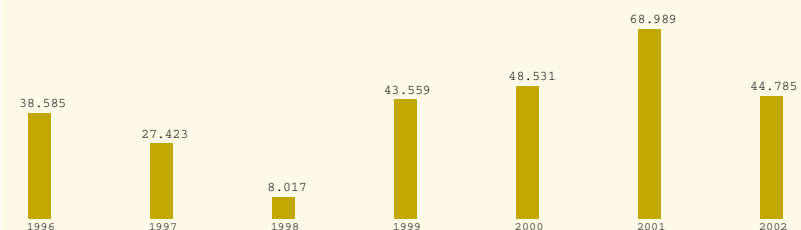
TREIXADURA



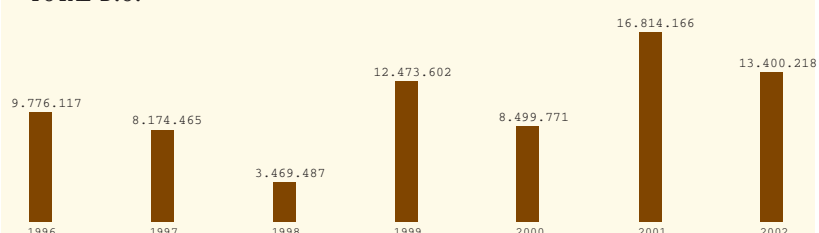
OUTRAS BRANCAS



TINTAS



TOTAL D.O.



Producción



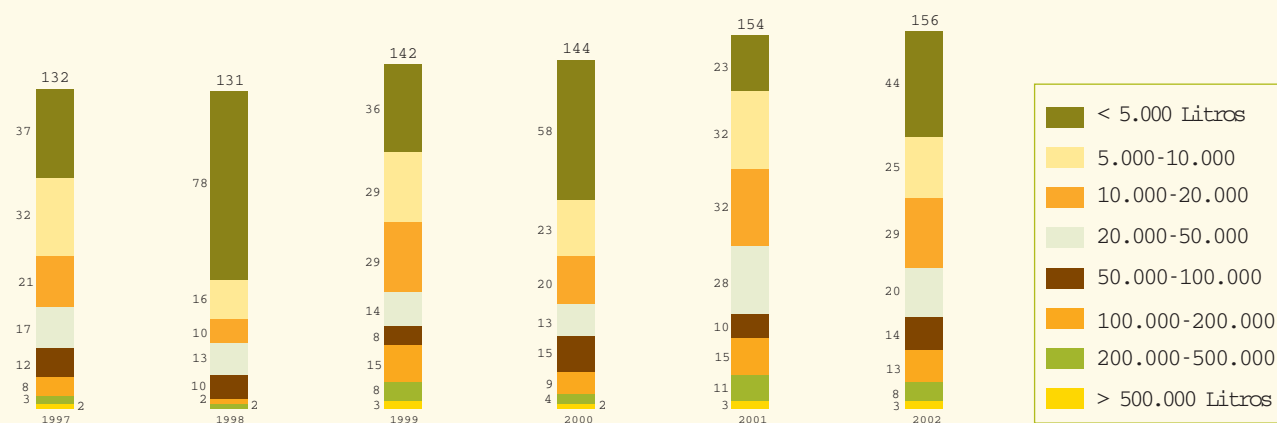
UVA EXPORTADA A OUTRAS ZONAS DA D.O. (KG.)

SUBZONA	1997	1998	1999	2000	2001	2002
VAL DO SALNÉS	421.218	218.048	733.109	476.260	791.641	650.550
O ROSAL	45.000	17.448	97.652	71.379	128.158	117.387
CONDADO DO TEA	115.221	145.381	552.509	376.249	1.017.815	688.781
SOUTOMAIOR	-	-	3.360	1.993	4.139	3.004
RIBEIRA DO ULLA	-	-	-	14.596	24.285	22.777

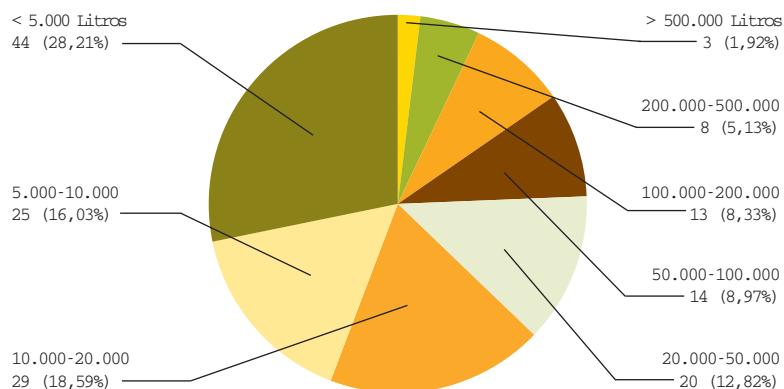
UVA IMPORTADA DOUTRAS ZONAS DA D.O. (KG.)

SUBZONA	1997	1998	1999	2000	2001	2002
VAL DO SALNÉS	-	-	60.701	114.624	176.362	36.663
O ROSAL	282.045	237.438	843.561	526.390	1.359.947	1.030.704
CONDADO DO TEA	287.205	128.735	478.717	285.873	351.626	364.025
SOUTOMAIOR	12.189	14.704	3.951	13.589	22.203	17.143
RIBEIRA DO ULLA	-	-	-	-	55.899	33.964

COMPARATIVA DE Nº DE ADEGAS CON VINIFICACIÓN 1997-2002

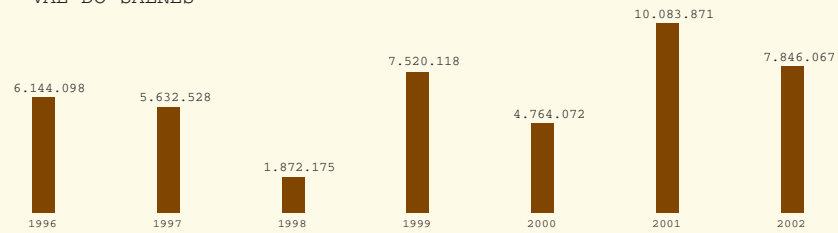


PROPORCIÓN DE ADEGAS CON VINIFICACIÓN EN 2002

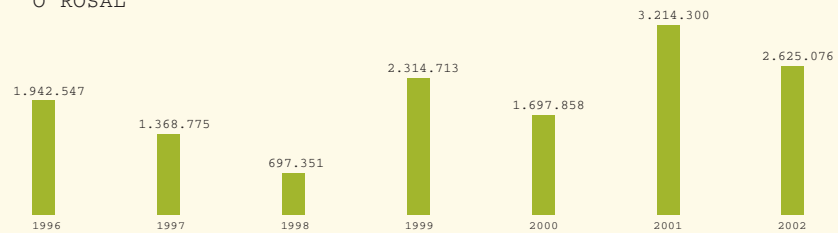


U VA VINIFICADA POR ZONAS NOS ÚLTIMOS SETE ANOS (KG.)

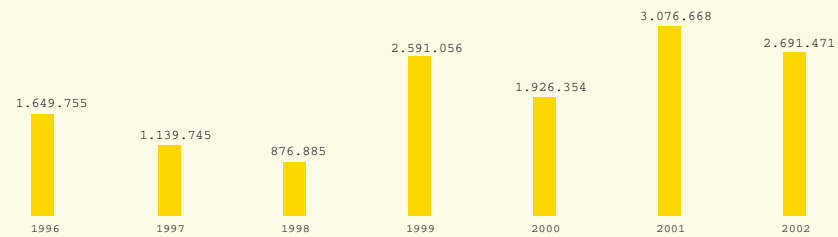
VAL DO SALNÉS



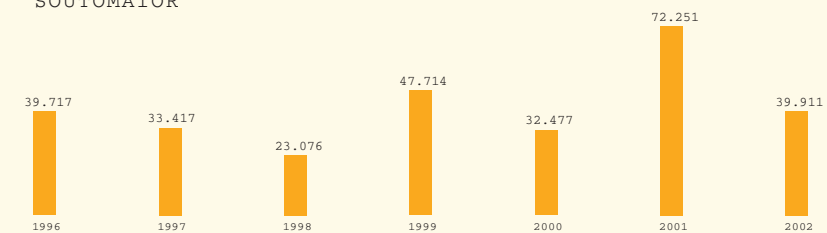
O ROSAL



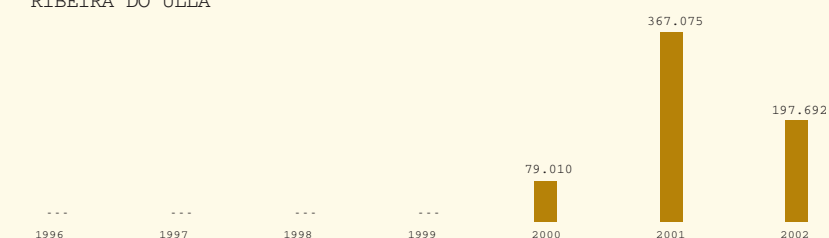
CONDADO DO TEA



SOUTOMAIOR



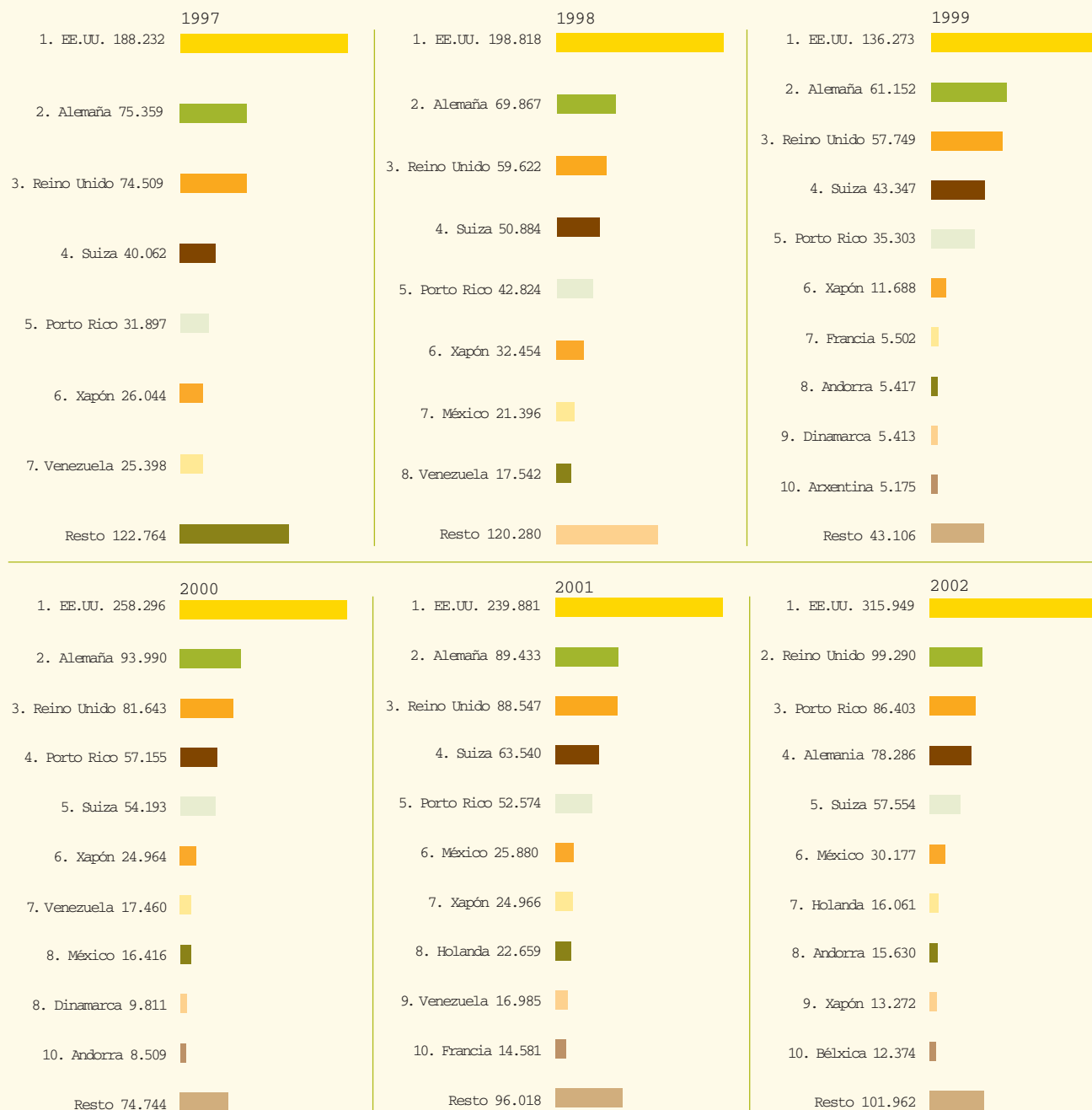
RIBEIRA DO ULLA



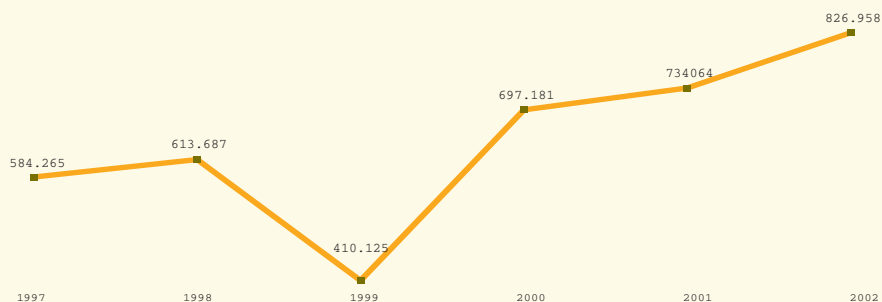
Mercado



EXPORTACIONES 1997-2002 (Volume en litros)



EVOLUCIÓN DO TOTAL DAS EXPORTACIONES 1997-2002 (Volume en litros)



EXPORTACIÓNS 2002 (Distribución por países)

UNIÓN EUROPEA			RESTO DE EUROPA			AMÉRICA		
DESTINO	LITROS	EUROS	DESTINO	LITROS	EUROS	DESTINO	LITROS	EUROS
Reino Unido	99.290	679.620	Suiza	57.554	346.115	EE.UU.	315.949	2.191.256
Alemaña	78.286	523.985	Andorra	15.630	111.014	Porto Rico	86.403	648.598
Holanda	16.061	108.840	Noruega	9.803	77.505	México	30.177	213.119
Bélxica	12.374	106.652	Rusia	2.151	47.232	Rep. Dominicana	9.282	64.285
Suecia	11.816	54.094	Outros	991	6.649	Venezuela	9.189	57.710
Dinamarca	9.525	46.128	TOTAL	86.129	588.515	Brasil	5.598	34.652
Francia	8.842	59.277				Canadá	5.549	35.274
Irlanda	6.993	27.177				Panamá	3.413	25.234
Finlandia	2.682	19.695				Arxentina	1.332	8.977
Austria	1.496	9.242				Costa Rica	1.170	8.285
Italia	862	5.925				O Salvador	990	6.881
Luxemburgo	747	5.195				Cuba	900	7.398
Portugal	563	4.037				Perú	675	5.800
Grecia	207	1.543				Colombia	225	2.296
TOTAL	249.744	1.651.411				Outros	1.787	12.497
						TOTAL	472.638	3.322.261



ASIA			OCEANÍA			TOTAL MUNDIAL		
DESTINO	LITROS	EUROS	DESTINO	LITROS	EUROS	DESTINO	LITROS	EUROS
Xapón	13.272	82.063	Australia	954	5.982	Unión Europea	249.744	1.651.411
China	3.456	21.427	TOTAL	954	5.982	Resto de Europa	86.129	588.515
Singapur	360	2.117				América	472.638	3.322.261
Outros	405	3.873				Asia	17.493	109.480
TOTAL	17.493	109.480				Oceanía	954	5.982
						TOTAL	826.958	5.677.649

Orzamentos 2002



INGRESOS ORDINARIOS

CAPÍTULO 3 - TAXAS, PREZOS PÚBLICOS, OUTROS INGRESOS	924.056,11
ARTIGO 33 - TAXAS PARAFISCAIS	836.909,35
01 - EXACCIÓN S/PLANTACIÓNS INSCRITAS (CANON VIÑEDO)	119.300,90
02 - EXACCIÓN S/PRODUCTOS AMPARADOS (CANON VIÑO)	579.375,67
04 - EXACCIÓN POR VENTA DE CONTRAETIQUETAS	138.232,78
ARTIGO 39 - OUTROS INGRESOS	87.146,76
CAPÍTULO 4 - TRANSFERENCIAS CORRENTES	312.526,30
ARTIGO 45 - DE COMUNIDADES AUTÓNOMAS	300.506,06
ARTIGO 46 - DE CORPORACIÓNS LOCAIS E PROVINCIAIS	0,00
ARTIGO 47 - DE EMPRESAS PRIVADAS	12.020,24
CAPÍTULO 5 - INGRESOS PATRIMONIAIS	4.507,59
ARTIGO 52 - XUROS DE DEPÓSITOS	
CAPÍTULO 8 - ACTIVOS FINANECIEIROS	240.404,84
ARTIGO 87 - REMANENTE DE TESOURERÍA	
TOTAL INGRESOS	1.481.494,84

GASTOS ORDINARIOS

GASTOS DE FUNCIONAMENTO

CAPÍTULO 1 - GASTOS DE PERSOAL	104.516,00
ARTIGO 13 - LABORAIS	80.475,52
ARTIGO 16 - COTAS SOCIAIS	24.040,48
CAPÍTULO 2 - BENS CORRENTES E SERVICIOS	118.699,89
ARTIGO 21 - REPARACIÓNS, MANTENEMENTO E CONSERVACIÓN	9.315,68
ARTIGO 22 - MATERIAL, SUMINISTRACIÓNS, OUTROS	81.136,64
ARTIGO 23 - INDEMNIZACIÓNS RAZÓNS SERVICIO	28.247,57
CAPÍTULO 3 - GASTOS FINANECIEIROS	
ARTIGO 34 - DEPÓSITOS, FIANZAS E OUTROS	2.103,54
CAPÍTULO 6 - INVERSIÓNS REAIS	
ARTIGO 62 - PROXECTOS DE INVESTIMENTO NOVO	0,00
TOTAL GASTOS FUNCIONAMENTO	225.319,43

CONTROL DE CALIDADE

CAPÍTULO 1 - GASTOS DE PERSOAL	166.780,85
ARTIGO 13 - LABORAIS	61.904,25
ARTIGO 16 - COTAS SOCIAIS	19.532,89
ARTIGO 14 - OUTRO PERSOAL (VEEDORES)	85.343,71
CAPÍTULO 2 - BENS CORRENTES E SERVICIOS	
ARTIGO 22 - MATERIAL, SUMINISTRACIÓNS, OUTROS	154.460,10
CAPÍTULO 6 - INVERSIÓNS REAIS	
ARTIGO 62 - PROXECTOS DE INVERSIÓN NOVA	18.030,36
TOTAL CONTROL CALIDADE	339.271,31

CAMPAÑA DE PUBLICIDADE

CAPÍTULO 2 - BENS CORRENTES E SERVICIOS	
ARTIGO 22 - MATERIAL, SUMINISTRACIÓNS, OUTROS	590.223,92
TOTAL CAMPAÑA DE PUBLICIDADE	590.223,92

PROMOCIÓN

CAPÍTULO 2 - BENS CORRENTES E SERVICIOS	
ARTIGO 22 - MATERIAL, SUMINISTRACIÓNS, OUTROS	326.680,18
TOTAL PROMOCIÓN	326.680,18

TOTAL GASTOS **1.481.494,84**

RESUMO DE INGRESOS

CANON E CONTRAETIQUETAS	836.909,35
INGRESOS EXTRAORDINARIOS E REMANENTE	332.059,19
SUBVENCIONES	312.526,30

TOTAL **1.481.494,84**

RESUMO DE GASTOS

GASTOS DE FUNCIONAMENTO	225.319,43
CONTROL DE CALIDADE	339.271,31
CAMPAÑA DE PUBLICIDADE	590.223,92
PROMOCIÓN	326.680,18

TOTAL **1.481.494,84**

INGRESOS - GASTOS **0,00**



Feiras no exterior

Prowein (marzo)

Na novena edición da feira alemaña por excelencia, celebrada en Dusseldorf, déronse cita máis de 1.000 expositores de vinte-sete países.

London Wine (maio)

O certame máis importante do Reino Unido celebrou a vixésimo terceira edición no novo recinto feiral de EXCEL, que ofrece máis capacidade ós máis de trinta países participantes.

Minifeira en Alemaña

Organizadas pola Oficina Comercial do ICEX para reunir a xomalistas especializados e importadores, e contando coa presenza de unha ou varias Denominacións, segundo os casos. Celebradas no mes de maio e xuño en Hamburgo e Franckfurt, contaron coa colaboración de vinte-dous adegas.

Minifeira en EE.UU.

En EEUU destacou a participación

nos "great match" (ferias) de San Francisco e no Aspen Foot and Wine Classics, en Aspen (Colorado), ambas dúas no mes de xuño. Trece adegas da Denominación participaron nestes eventos.

Minifeira en Dinamarca

A Oficina Comercial de Dinamarca organizou o "Salón del Vino Español", nun antigo mercado de Copenhague. Dúas adegas participaron nesta minifeira.

Feiras Nacionais

Club Gourmets (Madrid)

O Consello Regulador do Rías Baixas estivo representado no estand insitucional instalado pola Xunta de Galicia no XVI Salón Internacional Club Gourmets, prestigiosa feira profesional de produtos gastronómicos e enolóxicos de calidade de España, celebrada en abril.

Alimentaria (Barcelona)

A máis importante feira nacional, dos produtos alimen-

tarios en xeral tivo lugar no mes de marzo, coa presenza do Consello Regulador da D.O. Rías Baixas.

Festas do Viño

En Galicia celebráronse a X Feira do Viño do Rosal (xullo), a Festa do Albariño de Cambados (agosto), a XLIII Festa do Viño do Condado (agosto), a XLII Festa do Viño e a Lamprea-Arboreira (abril) e a Mostra dos Viños da D.O. Rías Baixas Subzona Ribeira do Ulla, en S. Miguel de Sarandón.

Premios

XIV Cata dos Viños de Galicia (Sanxenxo)

Nos mes de xuño tivo lugar a XIV edición do certame organizado pola Consellería de Política Agroalimentaria e Desenvolvemento Rural, en colaboración cos Consellos Reguladores das Denominacións de Orixe.

Premios Deseño e Presentación

En paralelo co premio anterior celebrouse, tamén en Sanxenxo, a correspondente edición

deste concurso que premia a faceta de imaxe dos viños.

Desafío AUDI

Aproveitando a grande afluencia turística nas Rías Baixas, Sanxenxo convértese nunha das capitais da vendiza. O "Desafío AUDI" é un mellorable marco de promoción para os nosos viños.

Premios

"Gallaecia"

No mes de agosto, os premios "Distinguidos Gallaecia" son un novo

espacio de promoción organizado pola asociación de sumilleres de Galicia.

Están incluídos a partir de 2002 na "Guía de Vinos de España".

Concursos

Internacionais

- Concurso Mundial de Bruselas (dúas medallas de prata).
- Premios Bacchus da Unión Española de Catadores (Baco de Oro, Medalla de Bronce).
- London Wine Challenge (tres

medallas de Prata, unha de Bronce, dúas Mencións).

- Japan Wine Challenge (Mención)
- "Viniales Internacionales" (Paris): medalla de Prata.
- 48 Foro Internacional Lubiaina (Lituania) medalla de Ouro.
- Les Citadelles du Vin (Bourg - Francia) Trofeo "Excellence".
- Concurso Internacional de Vinos Ciudad de Oporto (Medalla de Prata).

Medios

Nova web

A nova web do CRDO "Rías Baixas", totalmente renovada, cumpre coa misión precisa de ofrecer unha información actualizada e completa sobre o sector.

Cambios no Boletín

O "Boletín de Viticultura e Enoloxía" foi renovado, ampliando o número de páxinas, A publicación trimestral aporta información precisa sobre a actividade vitivinícola.



Promoción

Campaña Nadal

"Elegante no Nadal" foi a Campaña de publicidade específica para a tempada navideña, da axencia Grupo B.A.P. & Conde.

Cun custe de 95.000 euros, a campaña buscaba a motivación de consumidores y provedores nas compras e celebracións de Nadal.

Misións Comerciais

A oficina comercial da Cámara de Comercio de Ourense, dentro das actuacións

previstas no plan sectorial, organizou unha misión de importadores de EEUU (xuño 2002), que visitaron varias Denominacións de Orixe galegas, onde mantiveron charlas e encontros con grupos de adegueiros e participaron en sesións de degustación.

Tamén a Cámara de Comercio de Vigo organizaou unha misión específica en Canadá, que serviu de marco para presentar produtos típicos galegos.

Visitas de Promoción

Entre as visitas de periodistas especializados destacan as de Andrew Catchpole do "Daily Telegraph" inglés e a do xornalista americano Jerry Dawes, que publicou as súas impresións na revista especializada "Santé"

Tamén visitaron a Denominación un grupo de xomalis-tas alemáns de revistas especializadas no viño e na gastronomía, e dirixidas a un público amplo e familiar.

En novembro de 2002, foi o turno dun grupo de xornalistas daneses en sintonía co avance que o "Rías Baixas" empeza a manifestar nos mercados nórdicos.

Visitas de Formación

Visita á zona de Borgoña no mes de maio, con adegas, viticultores e técnicos, dentro dos Programas Agrarios de Mellora Técnica e Desenvolvemento Sostible da Xunta de Galicia.

Formación de Catadores

En xaneiro celebrouse o Curso de Iniciación e Perfeccionamiento do Panel de Cata, en Pontevedra.

A súa primeira parte estivo destinada a técnicos e aspirantes e a segunda, ó panel de cata do CRDO. O curso foi dirixido por José Serrano jefe da Sección de Calidad de Productos de la Viti del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

