

Roa, 3 de octubre de 2012

## DESPUÉS DE TRES AÑOS DE CAMPAÑA, ESTADOS UNIDOS SE CONVIERTE EN EL PRIMER MERCADO EXTERIOR DE LOS VINOS DE RIBERA DEL DUERO.

*La marca Ribera del Duero consolida su notoriedad entre los profesionales del mundo del vino y los consumidores americanos, apenas tres años después de la puesta en marcha de la campaña Drink Ribera, Drink Spain por parte del Consejo Regulador.*

El Consejo Regulador de Ribera del Duero inicia las acciones de la cuarta anualidad de la campaña *Drink Ribera, Drink Spain*, tras haber clausurado con éxito la tercera del Plan USA. La Denominación de Origen comenzó a desarrollar la agenda prevista para el tercer año de campaña en agosto de 2011. Hasta julio de 2012 los vinos de la Ribera del Duero protagonizaron más de 300 acciones en quince estados distintos. El balance de resultados de la tercera anualidad confirma la gran aceptación de los vinos de la Ribera del Duero por parte de los consumidores estadounidenses y el incremento del volumen de vino exportado en estos tres últimos años.

### RIBERA DEL DUERO, "VINOS QUE GUSTAN"

El consumo de vino en Estados Unidos, que en los últimos años había experimentado un importante descenso, se ha recuperado muy tímidamente en los pasados doce meses. Aunque esta recuperación no es generalizada para todas las regiones productoras del mundo, sino que se trata de casos aislados, como el de España. Así lo recoge el informe de resultados de la tercera anualidad de la campaña *Drink Ribera, Drink Spain* elaborado por la consultora británica independiente Wine Intelligence para medir el impacto de las acciones que ha llevado a cabo en Estados Unidos el Consejo Regulador de Ribera del Duero.

De este informe se extrae que los americanos consumen más vinos de la variedad tempranillo y que conocen la Denominación de Origen Ribera del Duero. Es más, aquellos que alguna vez degustan un vino ribereño suelen repetir la experiencia y se convierten en compradores asiduos.



El Corazón del Duero

---

Es decir, las acciones llevadas a cabo han conseguido fidelizar a los consumidores quienes, cómo señala el informe de Wine Intelligence, consideran que los Ribera son “vinos que gustan” y valoran su “buena relación calidad/precio”.

### MAYOR OFERTA DE VINOS DE RIBERA DEL DUERO

El aumento del consumo y la compra de vinos de Ribera del Duero no es casual, sino que resulta del incremento de la oferta de referencias de la Denominación de Origen. Así lo recoge el informe elaborado por *Wine Intelligence*, que señala que el cuarenta y tres por ciento de los profesionales de la importación, distribución y venta han incorporado nuevos vinos de la Ribera del Duero a sus listas tras haber participado en algunas de las acciones de la campaña *Drink Ribera, Drink Spain*. Además, el cuarenta y ocho por ciento de los distribuidores, importadores, sumilleres, hosteleros y responsables de ventas señala que el Plan USA ha tenido un impacto positivo en su negocio. Una afirmación que confirman los propios consumidores, que aseguran haber comenzado a familiarizarse con los vinos de Ribera del Duero tras verlos en las estanterías de las tiendas y superficies de venta, en las cartas de los restaurantes y bares, o tras degustarlos en una cata.

Del mismo modo, el setenta y cuatro por ciento de los profesionales asistentes a alguna de las citas convocadas confiesan estar satisfechos con el Plan USA y un ochenta y seis por ciento asegura sentirse optimista sobre el potencial de los vinos de la Ribera del Duero en Estados Unidos.

Por su parte, los periodistas y responsables de medios de comunicación valoran también muy altamente la campaña *Drink Ribera, Drink Spain*: el setenta y seis por ciento de los periodistas participantes en alguna de las acciones reconoce que el Plan USA ha propiciado un mayor y mejor conocimiento de la Denominación de Origen, sus vinos, sus bodega, la cultura y la tradición vitivinícola de la Ribera.



El Corazón del Duero

---

## RIBERA DEL DUERO NOMINADA DE NUEVO COMO REGIÓN VITIVINÍCOLA DEL AÑO

Por tercer año consecutivo la Ribera del Duero ha sido nominada al Premio de Mejor Región Vinícola del Año de los Wine Star Awards que concede la revista Wine Enthusiast. Considerados “los Óscar del mundo del vino” reconocen “la excelencia en todos y cada uno de los niveles de la industria, desde la elaboración, distribución y comercialización de vinos y bebidas espirituosas”. Junto a Ribera del Duero, han sido nominadas y optan también a este galardón las Denominaciones de Origen Cape Winelands (South Africa), Loire Valley (Francia), Napa Valley (California, USA) y Walla Walla Valley (Washington, USA).

Los finalistas de los Wine Star Awards son elegidos por los editores de Wine Enthusiast en base a “su contribución a la industria del vino”. Los ganadores de cada una de las categorías se anunciarán en el número de diciembre de la revista que se publicará en el mes de noviembre. Los premiados recogerán sus galardones el 28 de Enero de 2013 en el transcurso de una cena de gala que se celebrará en la New York Public Library de esta ciudad.

## AUMENTA EL VOLUMEN DE VINO EXPORTADO POR LAS BODEGAS

El balance de resultados elaborado por *Wine Intelligence* recoge también la satisfacción de las bodegas participantes en la campaña *Drink Ribera, Drink Spain*. Casi la mitad de las elaboradoras han aumentado durante el último año el valor y el volumen del vino exportado a los Estados Unidos, que se sitúa como el primer mercado para la Denominación de Origen. En los últimos tres años las bodegas de Ribera del Duero han incrementado en más de un 50% las exportaciones a Estados Unidos, pasando las ventas a este país de un 11 al 17 por ciento del total de las exportaciones.

Además, según recoge el estudio realizado por *Wine Intelligence*, desde que el Consejo Regulador puso en marcha la campaña *Drink Ribera, Drink Spain*, en el año 2009, hasta la actualidad, cuando acaba de concluir el tercer año de desarrollo, se ha duplicado el número de importadores que comercializan vino de bodegas de Ribera del Duero en Estados Unidos.



El Corazón del Duero

## TERCERA ANUALIDAD: QUINCE ESTADOS Y DOSCIENTAS TREINTA Y CINCO BODEGAS

Durante campaña 2011/2012 se celebraron acciones en Seattle, Las Vegas, San Francisco, Los Ángeles, Aspen, Denver, Dallas, Austin, Houston, Chicago, Atlanta, Tampa, Miami, Virginia, Maryland, Washington D.C., Nueva York, Nueva Jersey, Boston, Pennsylvania. Veinte ciudades de quince Estados en las que, a través de presentaciones, seminarios, workshops, talleres, eventos, degustaciones en tiendas y participación en ferias, el Consejo Regulador presentó los vinos de Ribera del Duero, tanto los que ya se comercializan en Estados Unidos como los de las bodegas que buscan importador, para las que también se programaron acciones en exclusiva.

El Consejo Regulador ha diseñado en cada anualidad una agenda específica de actuaciones para cumplir los objetivos marcados para esos doce meses, de manera que la imagen de Ribera del Duero y los vinos elaborados por las bodegas logren posicionarse firmemente en el mercado americano. Así, en la primera anualidad, la 2009/2010, se celebraron doce presentaciones en cuatro estados distintos, aquellos en los que existe un mayor número de consumidores de vino y más apertura a los vinos elaborados en otros países. El número de destinos de las acciones se ha ido incrementando cada año, hasta alcanzarse los quince Estados en los que en esta tercera anualidad se desarrollaron veintitrés presentaciones.

La presencia de vinos y bodegas de la Ribera del Duero ha ido aumentando también tras el desarrollo de cada una de las anualidades. En 2009, cuando el Consejo Regulador puso en marcha la campaña, eran 145 bodegas las que participaban en *Drink Ribera, Drink Spain*. En la actualidad, concluida la campaña 2011/2012, son 235 las bodegas participantes.

## LA GRAN CATA DE NUEVA YORK

Una de las acciones desarrolladas durante la pasada anualidad destaca sobre las demás, por su magnitud e importancia, y por ser el acto que centra el resto de la actividad programada por el Consejo Regulador. Se trata de la Gran Cata de Ribera del Duero, un evento exclusivo para bodegas de la Denominación de Origen que en esta tercera anualidad se celebró en Nueva York el pasado 12 de marzo.



El Corazón del Duero



---

El Trump Soho Hotel, edificio situado en el corazón del distrito neoyorkino de Manhattan, fue el escenario de la que es, hasta el momento, la mayor misión comercial directa de bodegas españolas en Estados Unidos, con la participación de ciento veintiocho elaboradoras que presentaron más de trescientos vinos de la Denominación de Origen.

En la III Gran Cata de Ribera del Duero se dieron cita más de cuatrocientos profesionales (periodistas, distribuidores, educadores, prescriptores, críticos, propietarios de vinotecas y grandes superficies, restauradores, sumilleres e importadores), que tienen un contacto directo con el consumidor y que influyen de manera decisiva en la demanda de vinos en el mercado americano. Todos los asistentes valoraron la alta participación de las bodegas ribereñas y reconocieron las posibilidades de la Ribera del Duero para hacerse un hueco en el mercado americano, puesto que los vinos de la Denominación de Origen son competitivos dentro de la oferta de vinos de alta gama, teniendo en cuenta los factores calidad y precio.

### MISIÓN INVERSA DE PROFESIONALES EN LA RIBERA DEL DUERO

La campaña *Drink Ribera, Drink Spain* incluye, además de las acciones y presentaciones, otras propuestas dirigidas específicamente a los profesionales del sector del vino o a los medios de comunicación. Así, a lo largo de la anualidad se han celebrado seminarios formativos. Y ha tenido lugar también una misión inversa de profesionales americanos a la Ribera del Duero. Diecinueve prestigiosos profesionales americanos, importadores, distribuidores y compradores de algunas de las principales empresas de comercialización de vino de Estados Unidos y sumilleres que desempeñan su actividad en restaurantes de gran popularidad de distintas capitales, visitaron el pasado mes de mayo la Ribera del Duero en el marco de una de las misiones inversas que incluye la campaña Drink Ribera, Drink Spain. Los profesionales visitaron once bodegas de la Denominación y cataron más de cien vinos de la Ribera del Duero.



El Corazón del Duero



## ***DRINK RIBERA, DRINK SPAIN 2012/2013***

El Consejo Regulador de la Ribera del Duero emprende ahora la cuarta anualidad de la campaña *Drink Ribera, Drink Spain*. Talleres, seminarios, conferencias, catas y acciones formativas... en total, más de 300 acciones de promoción de la marca y de los vinos de Ribera del Duero. A las ciudades que en los pasados años han sido escenario de alguna de las acciones se suman en esta anualidad capitales como Denver, Austin o Portland y nuevos Estados como Oregón, Missouri, Ohio, Pennsylvania, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Rhode Island. Además de los actos, talleres, y presentaciones protagonizados por Ribera del Duero, y de las ferias o eventos a los que asistirá la marca, a lo largo de estos próximos meses los vinos de las bodegas de la Denominación de Origen podrán ser degustados en las tiendas de algunas de las más importantes cadenas de venta del país. En esta cuarta anualidad se celebrarán 350 degustaciones en los establecimientos de Whole Foods, Binny's, Specs y, por primera vez, también en los de Total Wine, una cadena con presencia en prácticamente todo el territorio estadounidense. De esta manera la campaña *Drink Ribera, Drink Spain* llegará en 2012/2013 a treinta Estados, frente a los quince de la anualidad anterior. Como en las anteriores anualidades, el Consejo Regulador ha establecido en New Jersey un banco de vinos donde las bodegas depositan las muestras que se destinan a las acciones programadas durante un determinado periodo. Igualmente, desde la Denominación de Origen se ha realizado el envío de los vinos, un total de 3072 botellas de aquellas bodegas que no disponen de importador en el país y, por tanto, no pueden introducir el producto de otra manera.

Fotografías en: <http://www.flickr.com/photos/drinkriberawine/sets/>

Rebeca Ruano García  
Dpto. de Comunicación y Promoción  
Consejo Regulador de la Denominación de Origen Ribera del Duero  
947 54 12 21  
[rruano.comunicacion@riberadelduero.es](mailto:rruano.comunicacion@riberadelduero.es)



El Corazón del Duero