

Una nueva etapa para el sector de las pequeñas bodegas

ABRAk fase berri bat ireki du ardogintzaren eta mahastizaintzaren sektorean, arazoa lantzeko eta konponbideak bilatzeko

El sector vitivinícola de la comarca se encuentra en un punto de inflexión, enfrentando desafíos sin precedentes y, al mismo tiempo, trazando un futuro prometedor. En los últimos meses, las bodegas alavesas han atravesado una de las peores crisis de las últimas décadas. Sin embargo, la Asociación de Bodegas de Rioja Alavesa (ABRA) ha dado un paso firme para salir adelante con la presentación de un proyecto que busca diferenciar los vinos alaveses y revalorizar su identidad.

Este nuevo plan gira en torno a un emblema distintivo: la letra "A", un símbolo que será clave para destacar la singularidad y la calidad de los vinos de la región. Este símbolo, que se verá en las etiquetas de las botellas de vino alavés, representa más que un origen geográfico. La "A" encapsula la tradición, el esfuerzo y



los valores que definen la producción vitivinícola local.

El desafío es enorme, pero con esta nueva etapa se espera no solo asegurar la supervivencia del sector vitivinícola y de la comarca, sino también proyectar los vinos alaveses

hacia un futuro más brillante. En un momento en el que las pequeñas bodegas luchan por sobrevivir y por encontrar su lugar, esta campaña refuerza la importancia del trabajo conjunto y la unión del sector para garantizar su sostenibilidad.



Editoriala
Etorkizun berria
2. orr



ABRAren ikerketa
Krisia ulertzeko
4. orr



Elkarrizketak:
Upategiak... bizirik!
8. orr



"A" proiektuaren
aurkezpenak
12. orr

EDITORIAL

Nos enfrentamos a una crisis que redefine nuestro futuro



El sector vitivinícola de Rioja Alavesa se encuentra en una encrucijada que podría definir su futuro. Durante siglos, los vinos alaveses han sido un emblema de tradición y calidad, respaldados por generaciones de viticultores que han perfeccionado sus técnicas. Sin embargo, los desafíos actuales, como la falta de relevo generacional, la disminución de la rentabilidad y la confusión en torno a su identidad dentro de la DOCa Rioja, han generado una crisis sin precedentes.

La Asociación de Bodegas de Rioja Alavesa (ABRA), consciente de esta situación crítica, ha lanzado una campaña audaz para diferenciar los vinos de la región, destacando su singularidad. La introducción del símbolo "A" como distintivo de los vinos 100% alaveses es una respuesta a la necesidad urgente de competir en un mercado saturado y confuso. Este esfuerzo busca educar a los consumidores y posicionar a Rioja Alavesa como una marca que evoca autenticidad, calidad y tradición.

ABRA no solo promueve la diferenciación como una estrategia de marketing o comunicación, sino como una necesidad para la supervivencia de un sector que

Arabako Errioxako mahastizaintza eta ardogintza sektorea bere etorkizuna itxura dezakeen bidegurutzet batean dago. Mendeetan, Arabako Errioxako ardoak tradizioaren eta kalitatearen ikur izan dira, eta ardogintzaren teknikak hobetu dituzten ardogileen belaunaldi askoren babesa izan dute. Hala ere, gaur egungo erronkek, hala nola belaunaldien arteko erreleborik ezak, errentagarritasunaren galerak eta Errioxa Jatorri Deitura kalifikatuaren barruan duen identitatearen inguruko nahasteak aurrekaririk ez duen krisialdia eragin dute.

Arabako Errioxako Upategien Elkarteak, ABRAk, egoera kritiko honetaz jabetuta, kanpaina ausart bati ekin dio eskualdeko ardoak bereizteko eta haien berezitasunak nabarmentzeko. "A" ikurra txertatu du % 100 Arabakoak diren ardoak bereizteko, merkatu ase eta nahasi honetan lehiatzeko premiari erantzun nahian. Kontsumitzaileak heztea eta Arabako Errioxa benetakotasuna, kalitatea eta tradizioa gogorarazten dituen marka gisa posizionatzea ditu helburu ahalegin horrek.

ABRAk bultzatzen duen bereizketa ez da marketin

“La campaña de ABRA busca posicionar el vino alavés como sinónimo de autenticidad y calidad.”

“ABRAren kanpainak Arabako ardoak benetakotasun eta kalitatearen ikur gisa posizionatzea du helburu”

ha visto cerrar casi un tercio de sus bodegas en la última década. Con su nuevo manifiesto, la asociación propone una ruta clara: potenciar las prácticas artesanales, apostar por la sostenibilidad y unir a los productores bajo una misma visión; es decir, formar unión y familia entre los diferentes productores de Rioja Alavesa.

Hoy más que nunca, los vinos alaveses necesitan destacar no solo por su calidad, sino por su historia y carácter único. La campaña de ABRA es una llamada a la acción para preservar el legado vitivinícola de Álava y garantizar que, pese a las adversidades, sus vinos continúen brillando en el escenario global.

“La diferenciación no es solo una estrategia de marketing; es una cuestión de supervivencia para los vinos de Rioja Alavesa, que buscan destacar su autenticidad en un mercado global saturado y cada vez más competitivo.”

edo komunikazio estrategia soila, baizik eta azkeneko hamarkadan upategien ia herena ixten ikusi duen sektore baten iraupenerako premiazko ekintza. Adierazpen berriarekin, elkarteak norabidea zehatza proposatu du: artisau jardunbideak sustatzea, jasangarritasunaren alde egitea eta ekoizleak ikuspegi bakarraren pean batzea, hau da, Arabako Errioxako ekoizleek bat egin eta familia gisa jardutea.

Gaur egun bereziki, Arabako ardoek nabarmentzea behar dute, kalitatean ez ezik historian eta izaera paregabearen ere bai. ABRAren kanpaina ekintzarako deia da, Arabako ardogintza eta mahastizantzaren ondarea zaintzeko eta, ezin ezin, bertako ardoek mundu mailan distira egiten jarraituko dutela bermatzeko.

“Bereiztea ez da marketin estrategia hutsa; Arabako Errioxako ardoentzat iraupen kontua da, gero eta aseago eta gero eta lehiakorragoa den merkatu global batean benetakotasuna nabarmentzea baitute helburu.”



Krisia ulertzeko gakoak: sektorearen ikerketa eta ABRAren dosierraren irakurketa

En este informe exploramos el estado del sector, las dificultades que enfrentan las bodegas alavesas y las iniciativas que se están implementando para garantizar su viabilidad a largo plazo.



El pasado 11 de septiembre, ABRA presentó un detallado dossier titulado “Análisis del sector vitivinícola en Álava y plan estratégico para la comarca de Rioja Alavesa”. En este documento se realiza un análisis exhaustivo sobre la situación actual del sector, abordando desafíos clave como la crisis que afecta a las bodegas, la falta de relevo generacional, así como la pérdida de empleo o el cierre de bodegas en Rioja Alavesa.



Caída del 26.8% en las bodegas de Rioja Alavesa en los últimos 8 años

La reducción del número de bodegas refleja una crisis estructural en el sector vitivinícola, y como consecuencia de ello, muchos productores están abandonando la actividad debido a la falta de rentabilidad y relevo generacional.

Aunque 2017 fue un año de precios elevados para el vino, los precios han descendido, afectando a la rentabilidad de los viticultores y poniendo en riesgo la sostenibilidad del sector a largo plazo.

Precio medio de la Uva 2015-2022

Precio medio del vino 2015-2022

	Uva Tinta	Uva Blanca		Vino Tinto	Vino Blanco	Vino Rosado
2015	0,87 €/kg	0,59 €/kg	2015	1,41 €/L	0,99 €/L	1,37 €/L
2016	0,91 €/kg	0,73 €/kg	2016	1,53 €/L	1,35 €/L	1,47 €/L
2017	1,19 €/kg	0,98 €/kg	2017	2,40 €/L	2,26 €/L	2,32 €/L
2018	0,95 €/kg	0,79 €/kg	2018	1,42 €/L	1,19 €/L	1,34 €/L
2019	0,85 €/kg	0,64 €/kg	2019	1,29 €/L	1,14 €/L	1,31 €/L
2020	0,63 €/kg	0,52 €/kg	2020	0,97 €/L	0,80 €/L	0,91 €/L
2021	0,70 €/kg	0,58 €/kg	2021	1,19 €/L	1,08 €/L	1,06 €/L
2022	0,71 €/kg	0,63 €/kg	2022	1,10 €/L	1,14 €/L	1,08 €/L

*Consejo Regulador de Origen Rioja

2017. urteaz geroztik gertatzen ari den ardoaren prezioaren jaitsierak ziurgabetasuna eragiten du sektorean.

El sector vitivinícola de Rioja Alavesa enfrenta una profunda crisis marcada por la disminución del número de bodegas, la caída en los precios de la uva y el vino y la falta de relevo generacional. Entre 2015 y 2023, el número de bodegas ha caído un 26.8%, mientras que los viticultores se han reducido un 7.7%. A pesar de estos desafíos, el turismo enológico ha experimentado un repunte, alcanzando en 2023 niveles superiores a los previos a la pandemia.

El precio del vino ha mostrado fluctuaciones, con un pico en 2017 seguido por una caída, lo que plantea preguntas sobre la sostenibilidad a largo plazo del sector. A nivel de mercado, se requiere una mayor diferenciación de los vinos de Rioja Alavesa para competir y destacar en un mercado global saturado.

Bodegas que hay en Rioja Alavesa dentro de la DOCa

	Bodegas	Nº Viticultores	Bod Registro Embotellador
2015	358	2.688	
2016	355	2.625	
2017	353	2.574	
2018	340	2.482	
2019	308		
2020	306		237
2021	295		232
2022	262		231
2023	262		233
TOTAL	-96	-206	-4

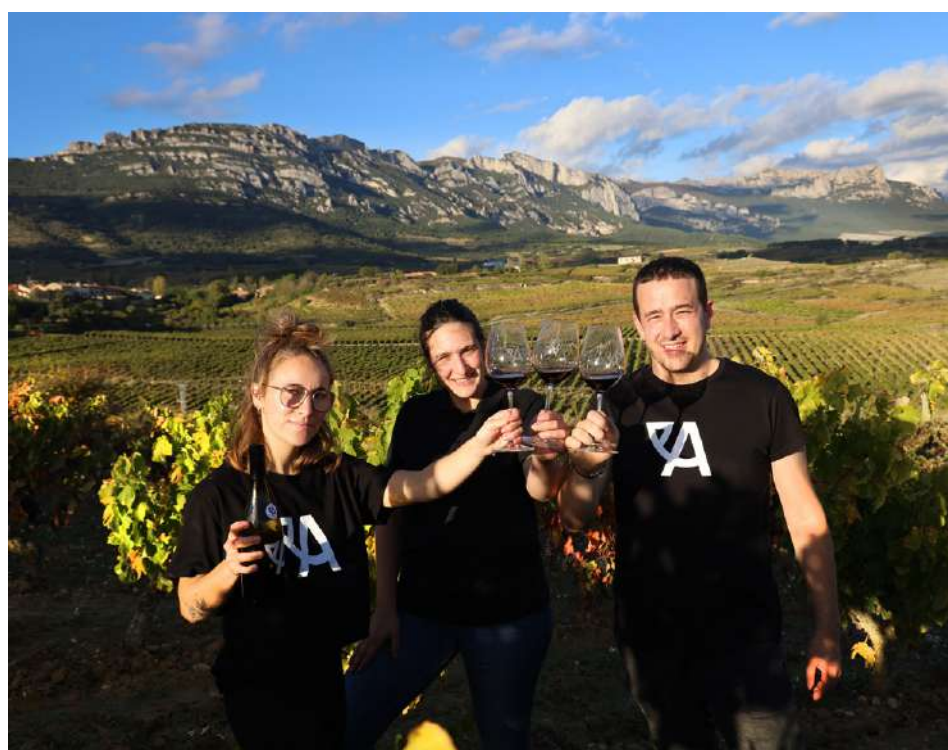
*Memorias Anuales del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Rioja, 2015-2023

“Ardogintzaren eta mahasti-zaintzaren sektoreko krisia upategien eta mahastizainen kopurua murrizteak eta ardoaren eta mahatsaren prezioaren jaitsierak markatu dute”

Precio medio de la hectárea de viñedo en el País Vasco dentro de la DOC (€/ha)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
EUS	55.150 €/ha	50.150 €/ha	49.950 €/ha	51.850 €/ha	51.849 €/ha	48.914 €/ha	47.859 €/ha	51.686 €/ha
LaRi	30.685 €/ha	31.250 €/ha	33.960 €/ha	37.915 €/ha	39.170 €/ha	40.915 €/ha	41.315 €/ha	41.165 €/ha

*Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación



El turismo enológico recupera fuerza con un incremento del 27% en 2023

Pandemiaren ondoren, Arabako Errioxako turismo enologikoa nabarmen suspertu da, eta bisitari kopuruan errekorrak lortu ditu. Horrek sektorearen diru-sarrerak dibertsifikatzeko itzaropena ematen du.



ARABAKO ARDOA

100% vino, 100% alavés

ABRAk, Arabako Errioxako Upategien Elkarteak, bertako ardoak bereizteko urrats garrantzitsua egin du "A" letrarekin identifikatzen den marka berria aurkeztuta. Ikur horrek Arabako ardoen jatorri geografikoa baino gehiago adierazten du: Arabako Errioxa eskualdean ezaugarri diren tradizioa, jarduna eta kalitatea islatzen ditu.

"A" letra horrek, bertako mahastizainek, belaunaldiz belaunaldi transmititu duten historia, ahalegina eta grina islatzen ditu, bai eta ardo ekoizpenaren fase bakoitzeko kalitatearekiko konpromisoa ere.

La "A" no es solo un símbolo visual, sino un estandarte que refleja el compromiso de los viticultores alaveses con su tierra, su tradición y la excelencia en la producción. Así, cada botella con este distintivo será sinónimo de 100% vino, 100% alavés.

Esta "A" la encontraremos en forma de pegatina que se colocará en las botellas de vino alavés y estará presente en las próximas añadas como parte de la etiqueta, garantizando a los consumidores que se trata de vino 100% alavés. ABRA aprovecha la ocasión para hacer un llamamiento a la unión del sector, invitando a nuevos socios y bodegas a sumarse a este proyecto común.



La nueva marca fomenta la colaboración entre bodegas y productores locales, promoviendo una identidad única bajo el lema "100% vino, 100% alavés", asegurando que cada botella con la "A" sea un símbolo de calidad y tradición.

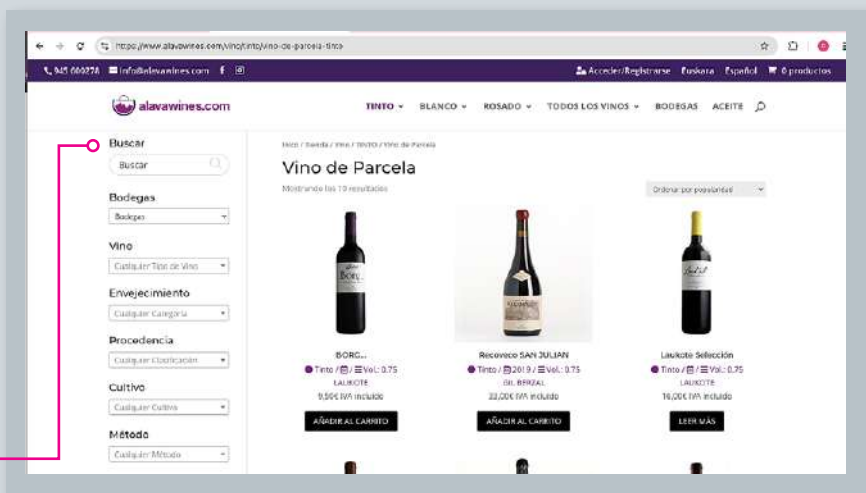


La presentación de la marca en Gasteiz el pasado 26 de septiembre generó gran interés mediático y social, en las imágenes, diferentes momentos de la rueda de prensa. / ABRA



Entra en la web www.alavawines.com y podrás comprar nuestros vinos.

A partir del 10 de noviembre tendrás a tu disposición nuestra merchandising que podrás recibir en casa.



Sar zaitetz www.alavawines.com webgunean eta gure ardoak erosi ahal izango dituzu.

Azaroaren 10etik aurrera, gainera, gure merchandisinga ere eskura izango duzu, eta etxean bertan jaso ahal izango duzu.

Upategiak... bizirik!

Conversamos con las y los bodegueros de Abra para conocer sus situaciones y opiniones sobre el sector y el nuevo símbolo "A"



Miguel Angel Muro
BODEGAS MURO
Lapuebla de Labarca

¿Qué importancia tienen estas bodegas en la comarca?

La comarca es un puzzle, y nosotros somos una pieza importante. Nosotros, como bodega pequeña y productores de vino que llevamos muchas generaciones trabajando en el sector, somos una bodega que incorpora ideas y personal, por eso somos importantes y pretendemos que en el futuro siga siendo así.

¿Con qué problemas os encontraréis para desarrollar vuestro trabajo?

Están siendo años muy problemáticos y pensamos que seguirá siendo así en los próximos años, hay poco personal y el cambio climático nos está afectando.

¿Qué necesitáis para desarrollar vuestro trabajo?

La administración nos tiene que escuchar y hacer un plan estratégico e ir todos a una, todos en la misma línea y no que vayamos todos por separados, todo tiene que enfocarse en una reunión del sector urgente.

¿Qué te parece la nueva marca de ABRA?

Me parece una marca muy interesante, esto hace que la gente que consume estos vinos sepa lo que hay detrás de cada vino y apuesta por nuestras bodegas y filosofía de futuro. A ver si la gente del País Vasco se da cuenta de dónde es el vino que consume.



Nagore Etxebarriarteun
BODEGAS GARCIA DE OLANO
Párganos (Laguardia)

Zer azaldu zenuten irailaren 11n prentsaurrekoan?

Arabar Errioxa eskualdea oso egoera zailan dagoela; hau da, mahastizaintza eta ardogintza sektore osoa dagoela krisian. Hori da azaldu genuena Laguardiako prentsaurrekoan. Orain ikusi dugu instituzioak, upategiak eta eskualde osoa laguntzeko prest eta pozik daudela egindako lanarekin.

Zer iruditzen zaizu ABRAren marka berria eta zer helburu dauka?

"A" hau aurkeztu nahi dugu eskualdeko batura lortzeko, hau da, upategien batura, gure ardoa, Arabako ardoa, kalitateko ardoa dela identifikatzeko eta kontsumitzaileak jakin dezan "A" daramaten ardo horiek Arabako ardoak direla eta botila horren atzean ez dagoela bakarrik ardoa, baizik eta familia bat dagoela, tradizio bat, eskualde bat eta eskualde horrekiko maitasuna. Helburua da jendeak botila horien jatorria identifikatzea marka berri horren bitartez.

Miren Martínez
BODEGAS LUBERRI
Elciego

¿Qué importancia tienen estas bodegas en la comarca?

Nosotros le damos mucha importancia, pero ahora las grandes nos están comiendo y tenemos que dar guerra, mucha guerra para intentar que no desaparezcan estas bodegas que son muy importantes.

¿Qué dificultades y necesidades tenéis?

Cada día nos imponen más papeleo y todo es un problema, antes una bodega se llevaba bien entre los de casa y hoy en día hay que poner más personal y más papeleo, hay impedimentos por todas partes.



¿Qué te parece “A” que acaba de presentar ABRA?

Me parece muy bien, de alguna manera nos tendremos que diferenciar del resto de vinos, aunque seamos todos de rioja en

tema de vinos, nos tenemos que diferenciar, lo que somos y lo que hacemos y de alguna manera habrá que hacerlo y está muy bien.

Angela Bello
BODEGAS BELLO BERGANZO
Samaniego

¿Qué importancia tienen estas bodegas en Rioja Alavesa?

Estas bodegas pequeñas son muy importantes, intentamos trasladar con nuestra bodega, la cultura y filosofía de Rioja Alavesa; además, damos trabajo en la comarca e intentamos trasladar tanto en el País Vasco como en España y también en el resto del mundo lo que es Rioja Alavesa y que estamos trabajando de generación en generación en nuestras bodegas.

¿Qué te parece que algunos jóvenes sigan con los proyectos de sus antepasados?

Que las nuevas generaciones sigan en las bodegas es muy importante,



ya que nosotros como jóvenes apostamos por ideas nuevas. Aquí en Samaniego somos muchos los que estamos como 3 y 4 generaciones.

Es muy importante que los jóvenes nos quedemos en el campo y en las bodegas para seguir haciendo vinos de calidad.

¿Qué te parece “A” que acaba de presentar ABRA?

La nueva marca me parece muy interesante, ya que la “A” dice muchas cosas, es muy importante que con esta nueva marca lleguemos a más sitios para potenciar Rioja Alavesa.



historia kopa bakoitzean

Descubre y únete a ABRA

abra@riojalavesa.com 945 600 278

Representación sectorial e institucional

Creación de proyectos estratégicos

Comunicación y promoción

Acciones Comerciales

Asesoramiento

Formación

I+D+i



PRESENTACIONES

urriak **31** jueves

Bastida Plazan | Goiz eta arratsaldez
Mañana y tarde

azaroak **1** viernes

Laguardia Frente al Frontón viejo | Goiz eta arratsaldez
Mañana y tarde

azaroak **2** sábado

Lapuebla Udaletxeko Plazan | Goiz eta arratsaldez
Mañana y tarde

azaroak **8** viernes

Lantziago El Coso Plazan | Goiz eta arratsaldez
Mañana y tarde

azaroak **9** sábado

Samaniego La Bolera | Goiz eta arratsaldez
Mañana y tarde

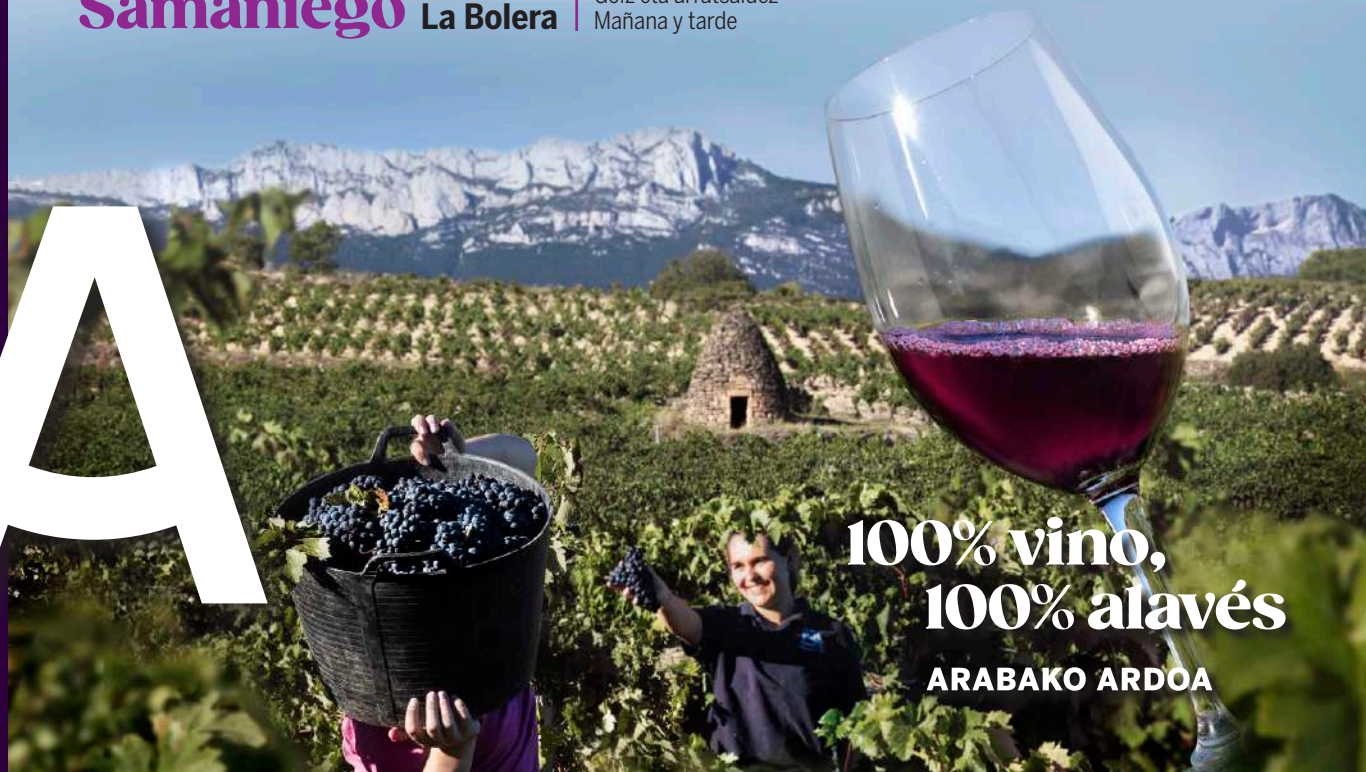
**Zatoz ABRAren
proiektu
berria
ezagutzera!**

*Ven y conoce de
primera mano el
nuevo proyecto de
ABRA.*

*En un glamoroso
vagón podrás
degustar los vinos
de la comarca,
picar algo e
informarte de la
iniciativa.*

ABRA

AURKEZPENAK



**100% vino,
100% alavés**

ARABAKO ARDOA

azaroak **11** noviembre / BILBAO
Euskalduna Jauregia

Presentación en Bilbao de la nueva
marca y Showroom con los vinos de
Abra para el sector especializado.

