

REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA N° 115

Fecha: 18 de septiembre de 2019.

Lugar: La Enoteca (Av. Peltier 611, Ciudad de Mendoza).

Hora: 10hs.

Asistentes:

Miembros integrantes de la Comisión Directiva: Rafael Calderón (Valentín Bianchi S.A.C.I.F.); Sol Asencio (La Rural ByV S.A.); Hervé Birnie Scott (Bodegas Chandon S.A.); Sofía Pescarmona (Lagarde S.A.); Pablo Silvestre (Viña Las Perdices S.A.); Patricia Freuler de Ortiz (Fincas Patagónicas S.A.); Alfredo Matilla (Finca Agostino S.A.); Jimena Molina (Bodega Nieto Senetiner – Grupo Molinos) y Juan Caiti (ByV Pascual Toso S.A.). También asistieron Juan Molina (MP-Wines); José Asensio (Familia Zuccardi); Federico Lardone (Andeluna Cellars S.R.L.); Carla Martínez y Agustina Lencinas (COVIAR). Por parte del equipo de Wines of Argentina estuvieron presentes: Mario Giordano, Magdalena Pesce, Soledad Juncosa, Sofía Brazzolotto, Paula Valle, Analía Lucero, Romina Ruiz, Carolina Tonnelier, Natalia Oviedo, Viviana Leyes y Juan Pablo Sandoni.

Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
 2. Estados Unidos & Canadá:
 - Resultados de actividades y acciones derivadas.
 - Avances con Monopolios canadienses.
 3. Acciones de promoción conjunta WofA-IPCVA.
 4. Avances Plan de Comunicación China 2024.
 5. Adecuación del BO a la ley GDPR.
 6. Informe de Tesorería & Cobranzas.
 7. Varios.
 - Programa “Nuevos Masters of Wine de Argentina”
-

1. Se llevó a cabo la lectura del Acta de la reunión anterior, que se dio por aprobada por unanimidad.
2. Se realizó una presentación integrada de las actividades desarrolladas en dos de los principales mercados foco de la estrategia de WofA: Estados Unidos y Canadá, detallando la naturaleza de las acciones y los resultados alcanzados:

- Reportes de Stephen Tanzer (Vinous.com) y Luis Gutiérrez (The Wine Advocate – Robert Parker). Específicamente en relación a la degustación de Vinous.com, se comunicó que Joaquín Hidalgo es el nuevo degustador para Argentina y Chile, logrando de este modo el posicionamiento de un referente de nuestro país en el prestigioso medio.
 - Degustación de vinos argentinos en TEXSOM.
 - Seminarios educativos para Wine Managers junto a Spec's Fine Wine & Spirits y Pennsylvania Liquor Board.
 - Masterclass y degustación en Full Circle BEVCON.
 - Participación en la degustación anual para consumidores de Binny's Beverage Depot.
 - En lo que respecta a Canadá se explicitaron los avances con los monopolios (SAQ & LCBO), así como las acciones y programas derivados para implementar a futuro.
3. Se hizo referencia a las primeras acciones de cooperación que Wines of Argentina se encuentra realizando con el Instituto de la Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) tanto en Estados Unidos como en China. Se mencionó que estas iniciativas aún no se enmarcan en un programa de carácter formal, sino que se trata de acciones que sentarán las bases para su futura implementación, marcando el inicio de un posicionamiento conjunto de dos de los principales productos de exportación de Argentina: vino y carne.
 4. En términos de la estrategia China 2024, se expusieron los avances del trabajo con la agencia Labbrand, con quien se elaboró un tagline específico para Argentina: *"Let us celebrate your moment and spice up your life"*, que involucra diferentes rasgos de la idiosincrasia y la cultura argentinas fuertemente valoradas en China que permite una identificación con los consumidores en ese mercado. Este *tagline* se sintetiza en el entusiasmo, la pasión y el disfrute como rasgos y experiencias directamente asociadas al consumo de Vino Argentino, proponiendo a su vez una fuerte vinculación al Malbec, insignia de Argentina (con sus notas particulares) y la gastronomía (carne argentina).

De acuerdo al plan de trabajo, se está trabajando en los lineamientos generales para construir el brand story que sustente este concepto, así como dos posibles líneas de acción para plasmar la historia. Este plan cuenta con la participación de un grupo específico de bodegas y el asesoramiento de Sherry Pei (representante de WofA en China).

Se adelantó que, tras la finalización de esta instancia, la siguiente etapa involucrará el desarrollo de la identidad visual. Se prevé que el proyecto completo esté concluido para finales del mes de octubre e incluirá el plan específico de comunicación que deberá aplicarse en 2020.

5. Se mencionó la necesidad de adecuar el manejo de datos de la institución a través del Back Office al Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), que cuenta con plena vigencia en Europa y tendrá marcado impacto también en Estados Unidos. Se hizo hincapié en la necesidad de alinearse con esta tendencia mundial que se orienta hacia la transparencia institucional, como modo de generar confianza y garantizar la confidencialidad en el tratamiento y control de la información de los asociados e integrantes de la base de datos. Se mencionaron los beneficios de la aplicación de esta medida, contribuyendo a agregar valor y prestigio a cualquier institución en un contexto cada vez más digital en el que la información es poder.
6. Se expusieron los informes de tesorería y cobranzas y fueron aprobados por unanimidad.

7. Se puso a consideración de la Comisión Directiva una nueva iniciativa de Wines of Argentina que involucra el apoyo y acompañamiento a tres nuevos candidatos argentinos aceptados por el Instituto de Masters of Wine para obtener la máxima titulación del mundo del vino: Flavia Rizzuto, Victoria Mingo y Martín Bruno, que contará con el asesoramiento y training gratuitos de la MW argentina Marina Gayán.

Se comunicaron los objetivos del programa:

- Elevar la discusión sobre Argentina a través de influenciadores propios.
- Aumentar el número de líderes de opinión argentinos a través de sus credenciales académicas.
- Generar nuevos voceros autorizados para Argentina frente a diferentes audiencias internacionales.

Se mencionó que el costo del curso por candidato es de USD 24.490 (Y1 + Y2), siempre y cuando se aprueben ambos exámenes en primera vuelta. Caso contrario, deberá sumarse USD 12.323 para repetir el Y2. Asimismo, a este valor se debe sumar un costo aproximado de USD 18.000 que corresponde a las muestras de vinos internacionales necesarios para las instancias prácticas de degustación exigidas por el Instituto de MW. En términos numéricos representan 600 botellas en total y el programa contempla la centralización de la compra de estos vinos en Inglaterra.

Se destacó el rol estratégico que podría asumir Wines of Argentina en las gestiones para obtener la exención de impuestos a estas muestras a través del apoyo del Instituto Nacional de Vitivinicultura y han comenzado las negociaciones con el courier internacional FedEx (socio estratégico de WofA) para lograr la disminución de costos logísticos de traslado.

En cuanto al financiamiento, se está trabajando en diferentes líneas de acción. Se sugirió la posibilidad de traer más muestras de las requeridas para organizar capacitaciones con costo y así obtener fondos adicionales para volcar a esta iniciativa. Asimismo, se propuso asignar un porcentaje de la recaudación del programa de MW que integra la agenda de WofA (noviembre de 2020).

En función de la propuesta, diferentes miembros de la Comisión Directiva ofrecieron la posibilidad de poner a disposición vinos de sus cavas personales o conseguirlos a través de sus bodegas en el caso de grupos de bodegas de alcance internacional.

Siendo las 11:15hs. se da por finalizada la reunión.