

REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA Nro. 127

Fecha: 17 de marzo de 2021.

Lugar: Modalidad virtual a través de la Plataforma digital Zoom, con base en Ciudad de Mendoza.

Hora: 10:00 hs.

Asistentes:

Miembros integrantes de la Comisión Directiva: Maximiliano Hernandez Toso (WHT S.A.); Víctor Marcantoni (Pernod-Ricard Argentina S.A.); Mauricio Boullaud (Barbarians S.A.); Sol Asensio (La Rural Bod. y Viñedos S.A.); Hervé-Birnie Scott (Chandon S.A.); Ramiro Barrios (Clos de los Siete S.A.); Pablo Silvestre (Viña Las Perdices); Mónica Caamaño (Trivento Bod. y Viñedos S.A.); Alberto Arizu (Leoncio Arizu); Rafael Calderón (Valentín Bianchi SACIF); Jimena Molina (Molinos Río de la Plata S.A.); Patricia Ortiz (Fincas Patagónicas S.A.); Francisco Do Pico (Grupo Peñaflor); Ignacio Squassini (Bodega Dante Robino); Diego Levy (Finca Flichman S.A.); Celeste Pesce (Establecimientos Vitivinícolas Escorihuela); Marcelo Burgos (Andeluna Cellars SRL); Roberto Luka (Finca Sophenia S.A.); Luis García Bes (Secretaría de Comercio, Mipyme y Desarrollo Local, Provincia de Salta); Dirk Trotteyn (Instituto Desarrollo Productivo, Tucumán). También estuvieron presentes: Alessandra Cartoni (Bodega Antigal); Ana Viola (Viñedos de la Patagonia); Ángeles Nogues (Viñas en Flor); Claudia Piedrahita (Casarena); Eduardo Suárez (Mendoza Vineyards); Federico Boxaca (Familia Schroeder); Gastón Caltabiano (Bodega Luigi Bosca); José Asensio (La Agrícola S.A.); Juan Cruz Morales (Humberto Canale); Lara Correa (Susana Balbo Wines); Julianne Pons (Diamandes); Sebastián Barboza (Lagarde); Carlos Fiocchetta, Agustina Lencinas y Carla Martínez en representación de COVIAR; Javier Merino, Natalia Solar y Guillermo Beuchat (Transforme Consultores); Carina Macagno, Celeste Lang, Elena Paoloni, Gabriel Valles, Melanie Miserendino y María Lafita (Globant).

Por parte de Wines of Argentina estuvieron presentes: Magdalena Pesce, Soledad Juncosa, Paula Valle, Sofía Brazzolotto, Natalia Oviedo, Carolina Tonnelier, Sebastian Oviedo, Gisela Giordano, Romina Ruiz, Analía Lucero, Verónica Kathuria, Mabel Sánchez, Viviana Leyes, Mario Giordano y Juan Pablo Sandoni.

Orden del Día

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
2. Cambios en la estructura de Wines of Argentina.
3. Tratamiento de la documentación contable del ejercicio económico finalizado el 31/12/2020: Memoria, Balance, Inventario, Cuentas de Gastos y Recursos e Informes del Órgano de Fiscalización.
4. Convocatoria a Asamblea General Ordinaria para el 14 de abril de 2021, correspondiente al ejercicio finalizado el 31/12/20, para el tratamiento del siguiente orden del día:
 - A. Elección de 2 personas para firmar el acta junto con el Presidente y el Secretario.

- B. Tratamiento de la documentación contable del ejercicio económico finalizado el 31/12/2020: Memoria, Balance, Inventario, Cuentas de Gastos y Recursos e Informes de Órgano de Fiscalización.
 - C. Elección de los miembros de la Comisión Directiva y de la Comisión Revisora de Cuentas, cuyos mandatos finalizaron el 31/12/2020.
 - D. Aprobación del presupuesto y plan de actividades para el ejercicio 2021.
- 5. Informe de Tesorería y Cobranzas.
 - 6. USA: Reporte Preliminar Campaña Globant #VinoArgentino, presentación Digital Marketing Training Program y avances Malbec World Day.
 - 7. Mercado Libre: Tienda online en Brasil, México y Argentina. Avances.
 - 8. Desafío WofA Innova. Avances.
 - 9. Varios
-
- 1. Se procedió a la lectura del acta de la reunión anterior, que fue aprobada por unanimidad por la Comisión.
 - 2. Se comunicó la nueva estructura de la organización en línea con el nuevo plan de negocios implementado por WofA, reorganizando los recursos humanos en función de las siguientes áreas:
 - a. Marketing Digital: Creación, difusión y control de campañas.
 - b. Relaciones Institucionales: Fortalecer las relaciones con los socios, otras instituciones, empresas y organismos públicos y privados.
 - c. Market Liaison: Asistencia y control de acciones en los mercados.
 - d. Hospitalidad + IMO (Innovation Management Office): Planeamiento, ejecución, control de acciones de Hospitality + Programas de innovación abierta.
 - e. Regiones: área managers con base en los mercados.
 - 3. Se dio tratamiento específico a la documentación contable del ejercicio económico finalizado el 31 de diciembre de 2020. Se señaló que los estados se encuentran ajustados por inflación y que la asociación registró un superávit debido a una disminución en algunas líneas de gastos ordinarios derivada de la situación pandémica. Tras un intercambio de ideas se dio por aprobada la documentación para su remisión a los socios de cara a la próxima Asamblea.
 - 4. Se procedió a repasar el orden del día de la Asamblea General Ordinaria, a realizarse de manera virtual del 14 de abril de 2021, así como la nómina de directores con mandato vencido al 31/12/2020.

Con anterioridad a esa fecha Wines of Argentina remitirá las notas para postularse a ocupar las vacantes, que serán recepcionadas hasta el 07 de abril de 2021.

5. Se presentaron los informes de tesorería y cobranzas, que fueron aprobados sin observaciones. Se destacó el gran porcentaje de cobranzas de cuotas sociales alcanzado a la fecha, reflejando la confianza de los socios en la entidad.
6. En relación al mercado de Estados Unidos se presentó un reporte preliminar del primer mes de performance de la Campaña digital #VinoArgentino desarrollada en el marco del plan de marketing digital llevado a cabo junto a Globant. Se recordó el objetivo principal de la campaña orientado a lograr awareness, obteniendo los siguientes resultados y conclusiones:
 - a. Impresiones totales (8 de febrero al 15 de marzo): 30.944.660
 - b. El segmento 21-35 años fue el que obtuvo la mayor cantidad de impresiones en todos los medios pagados.
 - c. La audiencia 35-45 años fue la que más interactuó con los contenidos (ER/CTR).
 - d. Social Media (Facebook | Instagram) es la plataforma que mejor performance tuvo en todos los KPIS de campaña para US.
 - e. Si bien la campaña no tenía un objetivo primario de venta, se sumó la sección “Where to buy” dirigiendo tráfico a los sitios de ecommerce partners para testear el interés a la compra y obtuvimos un ratio de conversión de 1.5%
 - f. Texas fue el estado que mayor interacción tuvo con los contenidos.
 - g. La audiencia fue impactada 80% en mobile.

Asimismo, se dieron a conocer los lineamientos y contenidos del nuevo programa de capacitación en marketing digital exclusivo para bodegas socias de Wines of Argentina, que busca transmitir una base de conocimientos sobre marketing digital a los socios de la organización de manera que cada uno pueda llevar estos conceptos a sus equipos de trabajo y potenciar así nuevos canales de comunicación online.

En relación al Malbec World Day, se comunicaron los lineamientos de campaña para la edición 2021 de la celebración, con las correspondientes referencias visuales que serán tomadas como base para el desarrollo de las diferentes piezas.

7. Se compartieron avances del proyecto de tienda oficial de Vino Argentino en mercado Mercado Libre para los mercados de Brasil, México, ofreciendo un panorama de las diferentes modalidades de operación y funcionamiento. Se brindaron detalles de la situación específica de los e-commerce en cada uno de estos mercados y los beneficios de la activación de estos canales para potenciar las ventas de la categoría. También se comentaron las reuniones exploratorias que se han mantenido para entender el potencial de MeLi Argentina, destacando que dicha acción si bien está fuera del scope de

trabajo de WofA, esta podría ceder y colaborar con la entidad que sí lo ejecute en Argentina, fortaleciendo el trabajo conjunto y la creación de más y mejores oportunidades para las bodegas en su conjunto.

8. Se hizo un repaso por los lineamientos del Desafío de innovación WofA Innova, a cargo de Guillermo Beuchat (Transforme Consultores), invitando a las bodegas a sumarse activamente para subir ideas a la plataforma y enriquecer el proyecto. Se comunicó que, a la fecha, se han propuesto 28 ideas distribuidas en las 5 categorías participantes según el siguiente detalle:

- Activación de canales: 2 ideas
- Branding no tradicional: 8 ideas
- Creación y difusión de contenidos: 12 ideas
- Digital networking: 3 ideas
- Eventos: 3 ideas

9. Varios

- a. **Muestras ProWein 2020**

Se evaluarán alternativas para hacer uso de las muestras de vinos enviadas en 2020 a Alemania para la feria ProWein Dusseldorf, que quedó suspendida como consecuencia de la situación sanitaria. Considerando que el envío fue canalizado a través de Cancillería Argentina, mediante el Consulado Argentino en Bonn, para ser destinadas exclusivamente al evento en cuestión, se harán las consultas pertinentes para la reutilización de estas muestras afectándolas a otras actividades de promoción.

- b. **Validación acciones COVIAR**

De acuerdo a lo que se desprende de la evaluación de la información complementaria con fecha del 12 de marzo de 2021, posterior al Dictamen Técnico del Área de Monitoreo y Evaluación del PEVI de la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), y a fin de dar cumplimiento a lo solicitado en virtud de la normativa de dicha entidad -Reglamento de Proyectos (Acta de DR 5)-, se procedió a validar por vía formal de la Comisión Directiva de Vinos de Argentina A.C. las modificaciones al plan de trabajo para la realización de las acciones que se detallan a continuación para cada ejercicio económico señalado.

Ejercicio 2018-2019:

- The Drink Business - Partnership (Promoción Barullo Sessions), por un monto de \$871.950,00, consistente en la promoción de las actividades en UK 2019, en específico los 3 eventos de Barullo: Summer Solstice & Barullo The Roadshow. Este medio fue nuestro partner para realizar la promoción específica de todas las sesiones de Barullo del 2019. En concreto con el Roadshow de octubre, no sólo cubrieron los eventos y publicaron una nota, sino que también promocionaron los eventos entre sus lectores, dando gran apoyo a la convocatoria para lograr que KOL asistieran.

- Wofa Canada: Winnipeg Wine Festival 2019, por un monto de \$65.748.- Estos fondos fueron destinados a cubrir gastos de pasaje y viáticos de Dana Lee Harris PR de Canadá, para recibir la mención de Argentina como país tema para la edición 2020. En el ejercicio 19/20 el evento fue postergado por los organizadores debido a la emergencia sanitaria. En su lugar, se realizaron dos acciones, en el marco de la campaña del MWD: "WOFA CANADÁ: ARGENTINA BRAND SPOTLIGHT AT LCBO" y "WINE MUSINGS PANEL DISCUSSION WEBINAR".

Que conste en acta que la Comisión Directiva avala la reasignación de fondos y el consecuente cambio en el plan de trabajo teniendo en cuenta la difícil situación planteada por la pandemia.

Ejercicio 2019-2020

Se otorgó de manera unánime la respectiva validación que sustenta la realización de las siguientes acciones, que supusieron la modificación del plan de trabajo como consecuencia de la situación sanitaria internacional:

- WOFA CANADA: ARGENTINA BRAND SPOTLIGHT AT LCBO y WOFA CANADÁ: PANEL DISCUSSION - MAY 2020, que recibió el nombre de "WINE MUSINGS PANEL DISCUSSION WEBINAR", únicas actividades que se llevaron a cabo en el mercado de Canadá con motivo del Malbec World Day. Como se mencionó en el detalle del ejercicio 2018-2019, estas acciones reemplazaron la actividad "WofA Canadá: Winnipeg Wine Festival 2020", cancelada con motivo de la pandemia.
- WOFA MKT: ESPECIAL DECANTER VINOS PREMIUM PROWEIN 2020. Dada la cancelación por parte de los organizadores de la feria Prowein, quedaron sin efecto las actividades previstas de carácter presencial en el marco de esta acción (evento presentación del especial durante la feria, distribución de ejemplares de la revista durante la misma y envío a KOL). Se convalidó la realización de acciones digitales junto al medio Decanter, condensadas en el especial "South America", logrando además negociar la incorporación de posteos adicionales sin costo en el marco de la campaña MWD, no incluidos en el acuerdo original.
- Se asignaron fondos COVIAR para el desarrollo de la CAMPAÑA WINE ENTHUSIAST / JUNIO. Edición especial junto al medio Wine Enthusiast correspondiente al mes de Junio/Julio con foco en Argentina. El contenido fue elaborado por Michael Schachner y giró en torno a la frescura como elemento diferenciador del Vino Argentino.
- Se avalaron las siguientes acciones que también fueron alcanzadas por los cambios en el plan de trabajo e involucraron la asignación de fondos COVIAR:
 - o DRINKS ONTARIO ANNUAL & IWTCC MEMBERSHIP FEES 2020.
 - o WOFA LATAM: EXPEDICIÓN ENOGASTRONÓMICA 2019 - DEL 06 AL 15 SEPTIEMBRE.
 - o WOFA CANADA: GASTOS Y FEE OFICINA MONTREAL - 1ER SEMESTRE



Wines of Argentina – Vinos de Argentina A.C
Paseo Sarmiento 212, 2° Piso, Mendoza, Argentina
info@winesofargentina.com - www.winesofargentina.com

Por otro lado, se ratificó que el desarrollo de actividades de carácter digital como consecuencia del cambio de modalidad de las actividades conlleva la incorporación y utilización de herramientas y plataformas digitales, las cuales fueron avaladas por la Comisión Directiva, así como de los medios y complementos necesarios para realizar las correspondientes mediciones que permitieran analizar el impacto de las acciones.

Siendo las 12:30hs. se dio por finalizada la reunión.