

## **REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA N° 140**

Fecha: 03 de mayo de 2022.

Lugar: Salón Cruce de los Andes, 1° piso edificio del Centro Cívico (Núcleo 7), Av. Libertador Gral. San Martín 750, provincia de San Juan.

Hora: 11:00 hs.

### **Asistentes:**

Miembros integrantes de la Comisión Directiva:

Alejandro Vigil (Puerto Ancona S.A.), Mauricio Boullade (A16 S.A.); Claudia Piedrahita (Casarena ByV S.A.); Patricia Feurler de Oritz (Fincas Patagónicas S.A.); Pablo Silvestre (Viña Las Perdices S.A.); Diego Levy (Finca Flichman S.A.) y Cristian Herrería (Fecovita Coop.Ltda.).

También participaron presencialmente en representación de bodegas asociadas: Pablo Aranda Hynes (Grupo Avinea S.A.); Daniel Gómez (Tittarelli Vitivinícola y Olivícola S.A.). El encuentro fue además transmitido vía streaming a través de la plataforma virtual Zoom.

Por parte del equipo de WofA estuvieron presentes Magdalena Pesce, Analía Lucero, Sebastián Oviedo y Juan P. Sandoni.

### **Orden del Día:**

- 1) Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
  - 2) Informe de Tesorería y Cobranzas.
  - 3) Malbec World Day. Resultados preliminares.
  - 4) Status Prowein 2022.
  - 5) Status acciones en China.
  - 6) Varios
    - a) Reunión con Inprotur
    - b) Reunión con Coviar.
  - 7) WofA Open House para Bodegas de San Juan.
- 
1. Se procedió a la lectura del acta de la reunión anterior, que fue aprobada por unanimidad por la Comisión.
  2. Dada la naturaleza de los datos y atendiendo al carácter ampliado de la reunión, se compartieron con antelación vía correo electrónico a los miembros del Directorio los informes de Tesorería y Cobranzas para su consideración y análisis. Los mismos fueron aprobados sin observaciones.

3. Se presentaron los resultados preliminares de la campaña Malbec World Day (MWD). Se comunicó que se trabajaron dos assets de base: un video denominado “hero” de campaña, de 30 segundos de duración con diferentes versiones y adaptaciones para la pauta en plataformas digitales, y con el cual se redirigió tráfico a la landing page, que constituye el segundo de los assets de campaña. En términos de performance, la landing page obtuvo las siguientes métricas, superando ampliamente las mediciones del año anterior:

- 74.178 usuarios únicos;
- 93.289 sesiones;
- 38” promedio duración de sesión;
- 76,31% tasa de rebote.

Se ofrecieron detalles del mix de medios para el mercado de Estados Unidos, principal mercado foco de la estrategia, así como de las acciones con influencers, que permitieron una optimización de la inversión. A continuación los resultados de performance en las plataformas digitales:

- 28 MM de impresiones
- 92K clicks
- CTR: 0.40%
- USD 122K importe consumido (sin impuestos).

Se presentó además una síntesis de los principales eventos desarrollados en otros mercados prioritarios, como acciones en Brasil junto a influencers en Sao Paulo (90 influencers) y Río de Janeiro (46 influencers), además de live streamings con enólogos; walk around tasting en Londres; online tasting en Polonia; activaciones online de la mano de Terry Xu en China, entre otros eventos.

En términos de prensa, a nivel global se obtuvo un ROI de USD 6.94 M y un Reach Global de 750M de usuarios alcanzados (fuente MeltWater). En el territorio nacional, gracias al trabajo con la agencia de prensa, se obtuvieron 216 repercusiones totales, con 39 menciones en medios Tier1, alcanzando un VAP total de \$AR 20.541.195,92.

Se señaló que se apoyarán las acciones digitales con el desarrollo de misiones inversas trayendo influencers e importadores al país que permitan apuntalar la distribución de productos en los mercados.

4. Se dio a conocer el estado de situación de la participación en la feria ProWein Düsseldorf 2022, donde Wines of Argentina contará con un stand institucional de 493m2, y la presencia de 71 bodegas de todas las regiones vitivinícolas. Se destacaron los siguientes aspectos inherentes a la organización de la feria:

- Orden de bodegas y diseño de stand correlativo y unificado al CFI, reforzando el trabajo en conjunto con otros organismos del sector;
- Disposiciones sanitarias más flexibles: PCR negativo en caso de no contar con dos dosis de vacunas aprobadas por el gobierno alemán; solo uso de la mascarilla y distanciamiento social serán exigidos dentro de los pabellones. No se requerirá vacunación ni PCR para el ingreso a la feria.
- Realización de 2 seminarios en línea con las temáticas de la estrategia WofA: Vinos blancos a cargo de Phil Crozier y Diversidad de variedades dictado por Matías Prezioso.

5. En relación a las acciones en China, considerando el agravamiento de la situación sanitaria en ese mercado, se realizaron encuentros con la Comisión de China integrada por bodegas socias de WofA orientados a revisar el Plan de Acción. La nueva estrategia se está trabajando conjuntamente con la agencia PLTFRM, ajustada a las nuevas condiciones y será presentada el 24 de mayo próximo. Además, se hizo referencia a las nuevas iniciativas pensadas para el mercado con fuerte componente online para acompañar la situación sanitaria y con foco en PyMES (Meet the Wineries - Capítulo China y website).
6. Varios. Se hizo mención al trabajo que viene llevando adelante la institución con otros organismos que permitan potenciar la promoción del Vino Argentino. Se comunicó que se han mantenido reuniones clave con COVIAR e INPROTUR para acercar puntos en común y determinar lineamientos de trabajo conjuntos que serán dados a conocer en los próximos encuentros.
7. En el marco de “WofA Open House - Edición PyMEs San Juan” se ofreció una caracterización general de la actividad que desarrolla Wines of Argentina, con un recorrido por los pilares institucionales de la entidad. Asimismo, se hizo mención las campañas específicas diferenciadas por mercados foco de la estrategia; detalle del abanico de acciones mediante las cuales WofA crea valor, con especial foco en el diseño de instancias exclusivas para pequeñas y medianas bodegas; mención a los beneficios de ser parte de la institución en calidad de asociados, entre otros puntos destacados. Para finalizar, se presentó un “leading case” de la mano de Mauricio Boullaud (CEO de Barbarians Wine Group) que permitió conocer de primera mano cómo un proyecto de pequeña escala puede capitalizar su participación en WofA.

Siendo las 12.10hs. se dio por finalizada la reunión.