



WORKSHOP ESTRATÉGICO

*“Envisioning the **future**
scenario for #VinoArgentino”*

Julio 2022
POR ZOOM



LINK GRABACIÓN

Dropbox permite una reproducción limitada del material. Para visualizar el contenido completo deberá descargarlo en su equipo.

AGENDA

SESIÓN 1 | MARTES 05 JULIO

- Introducción: escenario actual y tendencias globales por Juan Park (Wine Intelligence).
- Estados Unidos: Perfil del Consumidor de Vino Argentino por Juan Park (Wine Intelligence).
- Q & A Session: Ante la pérdida de market share a nivel global, ¿qué puede hacer ARG y WofA para recuperar market share? Herramienta MIRO

SESIÓN 2 | MIÉRCOLES 06 JULIO

- Introducción a cargo de Carolina Tonnelier (AM Latam - WofA).
- Warm up: Los mercados de Latam a cargo de Rodrigo Lanari (Wine Intelligence).
- El Ecommerce en Brasil a cargo de la especialista Juliana Bispo de Mercado Livre.
- Q & A Session: Ante la pérdida de market share a nivel global, ¿qué puede hacer ARG y WofA para recuperar market share? Herramienta MIRO

SESIÓN 3 | JUEVES 07 JULIO

- Europa: Tendencias del mercado. Oportunidades para el Vino Argentino, por Phil Crozier (UK & Europe Manager - WofA).
- Q & A Session: Ante la pérdida de market share a nivel global, ¿qué puede hacer ARG y WofA para recuperar market share? Herramienta MIRO
- Conclusiones generales a cargo de Mónica Caamaño (Trivento y Directora de WofA).

2

LATAM Tendencias y oportunidades para ARGENTINA

Presentación de Mercados

IMPORTACIONES	2012	2021	Variación 2021/2012
GLOBAL	U\$S 24.206 M	U\$S 28.482 M	18 %
LATAM	U\$S 742 M	U\$S 1.100 M	48 %
	3,1 % del Comercio Mundial	3,9 % del Comercio Mundial	

PAÍS IMPORTADOR	2012	2021	Variación 2021/2012	Participación 2021
BRASIL	U\$S 278 M	U\$S 449 M	62%	41%
MÉXICO	U\$S 156 M	U\$S 209 M	34%	19%
COLOMBIA	U\$S 44 M	U\$S 65 M	50%	6%
R. DOMINICANA	U\$S 27 M	U\$S 59 M	5%	4%
PARAGUAY	U\$S 39 M	U\$S 41 M	7%	4%
PERÚ	U\$S 27 M	U\$S 33 M	25%	3%
COSTA RICA	U\$S 17 M	U\$S 28 M	66%	3%
PANAMÁ	U\$S 18 M	U\$S 27 M	52%	2%
ECUADOR	U\$S 12 M	U\$S 27 M	121%	2%
URUGUAY	U\$S 9 M	U\$S 27 M	201%	2%

PAÍS EXPORTADOR	2012	2021	Variación 2021/2012	Participación 2021
CHILE	U\$S 259 M	U\$S 334 M	29%	30%
 ARGENTINA	U\$S 146 M	U\$S 180 M	24%	16%
ESPAÑA	U\$S 102 M	U\$S 166 M	62%	15%
ITALIA	U\$S 63 M	U\$S 111 M	77%	10%
U.S.A.	U\$S 50 M	U\$S 92 M	86%	8%
FRANCIA	U\$S 54 M	U\$S 85 M	57%	8%
PORTUGAL	U\$S 42 M	U\$S 79 M	90%	7%
URUGUAY	U\$S 5 M	U\$S 11 M	121%	1%
BRASIL	U\$S 0,2 M	U\$S 9 M	3620%	0,8%

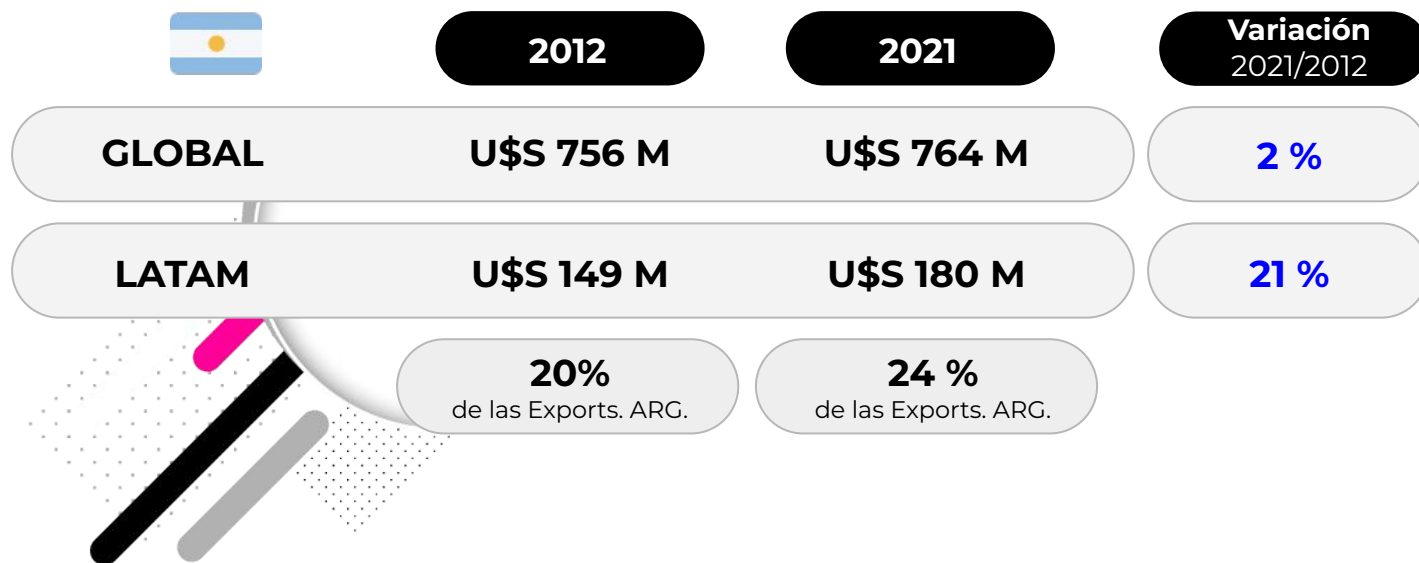
LATAM

PRINCIPALES EXPORTADORES (98% DEL TOTAL)

(Valor – Millones de U\$S)

GRUPO EXPORTADOR	2012	2021	Variación 2021/2012	Participación 2021
INTRA REGIÓN (Chile, Argentina, Brasil, Uruguay)	U\$S 414 M	U\$S 540 M	31 %	50 %
EXTRA REGIÓN (España, Italia, Francia, USA, Portugal)	U\$S 311 M	U\$S 534 M	72 %	50 %





LATAM

EXPORTACIONES ARGENTINAS A LATAM (24% DEL TOTAL)

(Valor – Millones de U\$S)



PAÍS EXPORTADOR	2012	2021	Variación 2021/2012	Participación 2021
BRASIL	U\$S 56 M	U\$S 81 M	47%	45%
MÉXICO	U\$S 17 M	U\$S 23 M	30%	13%
PARAGUAY	U\$S 20 M	U\$S 16 M	-19%	6%
PERÚ	U\$S 12 M	U\$S 13 M	8%	7%
COLOMBIA	U\$S 10 M	U\$S 11 M	7%	6%
URUGUAY	U\$S 6 M	U\$S 10 M	68%	5%



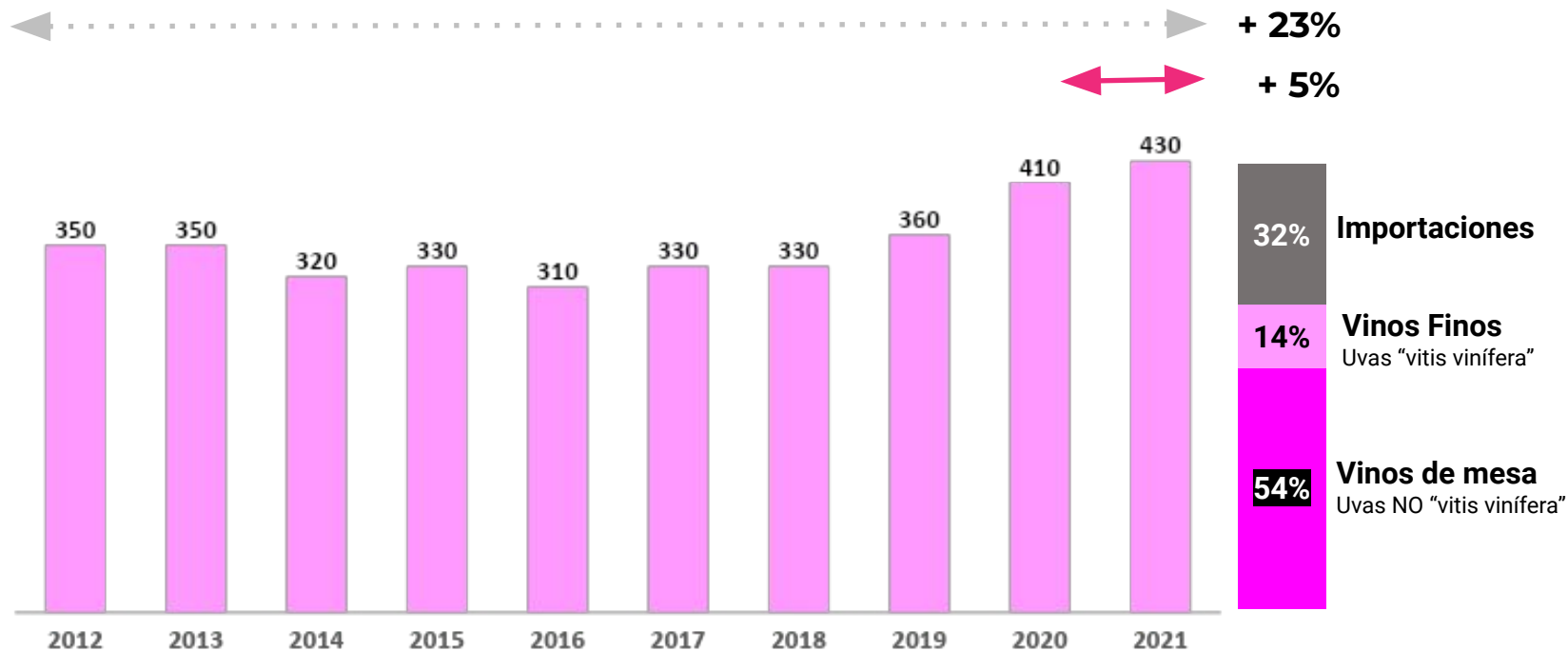


BRASIL



BRASIL CONSUMO DOMÉSTICO DE VINO 2012 - 2021

(Millones de litros)

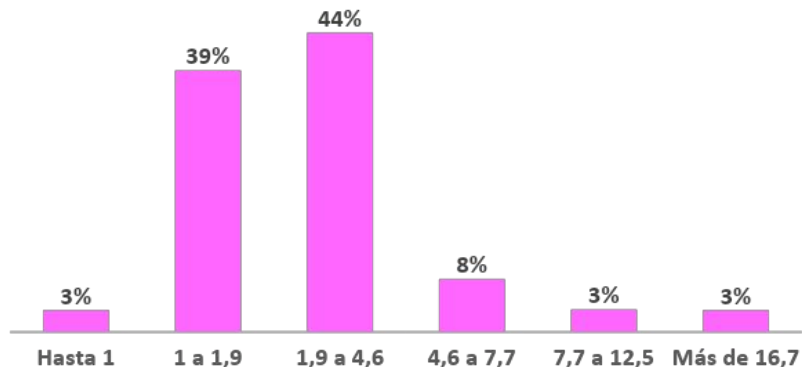




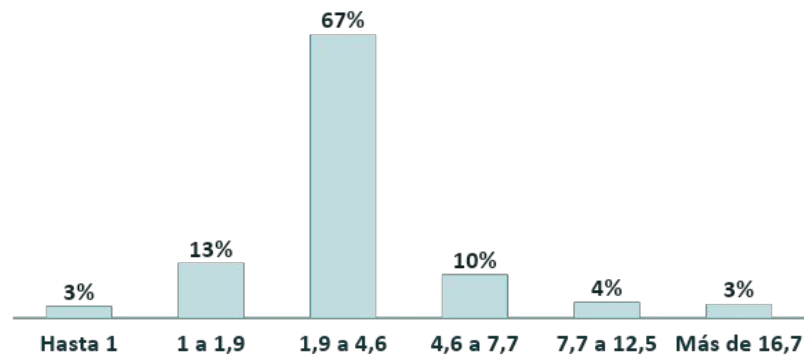
BRASIL CONSUMO DOMÉSTICO DE VINO

Precio Retail 2020

TINTOS (U\$/botella)



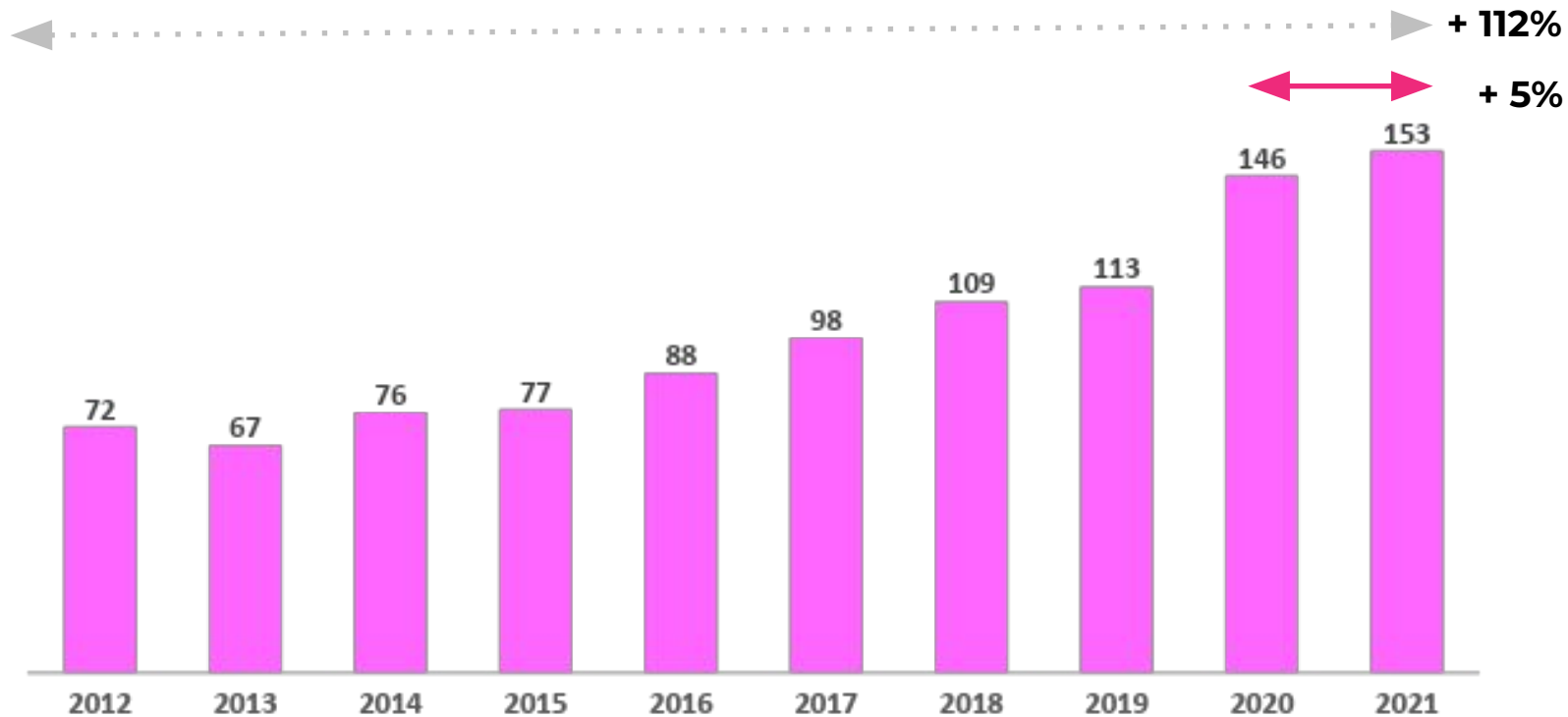
BLANCOS (U\$/botella)





BRASIL IMPORTACIONES DE VINO 2012 - 2021

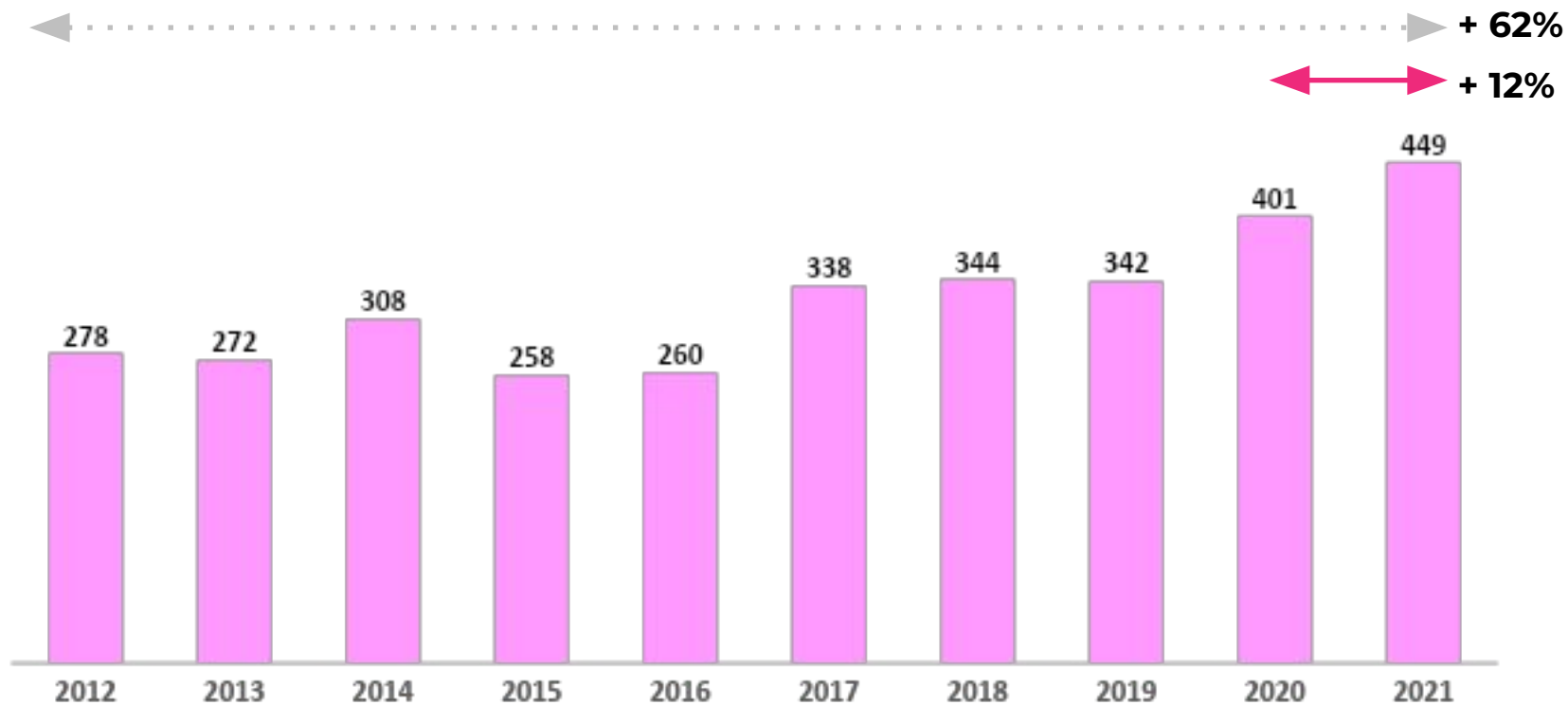
(Millones de litros)





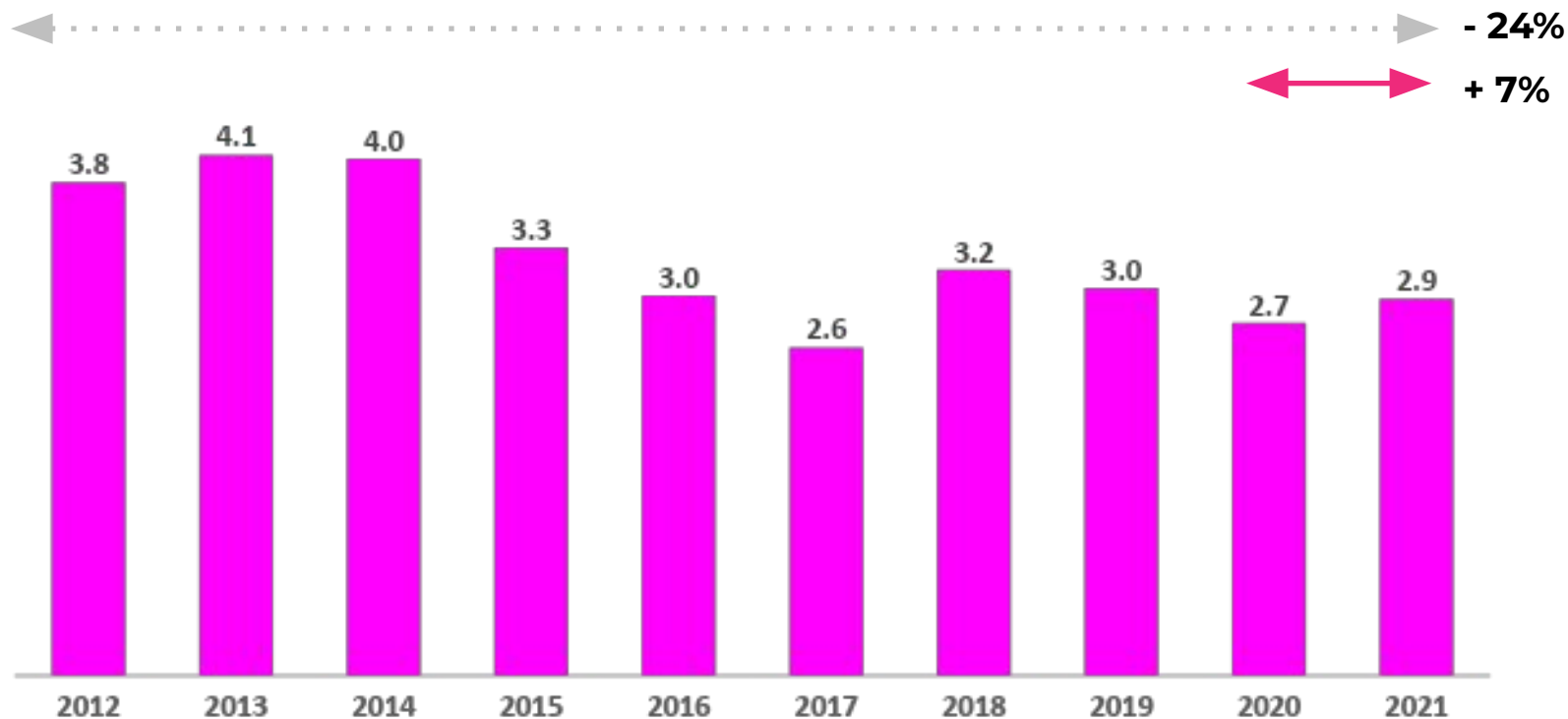
BRASIL IMPORTACIONES DE VINO 2012 - 2021

(Millones de U\$S)





BRASIL
PRECIO PROMEDIO DE IMPORTACIONES DE VINO 2012 - 2021
(U\$/Botella)





BRASIL PRINCIPALES EXPORTADORES A BRASIL 2012 - 2021

(Precio Promedio en U\$S FOB/Botella)

PAÍS EXPORTADOR	2012	2021	Variación 2021/2012
CHILE	U\$S/botella 2,5	U\$S/botella 2,0	- 23%
 ARGENTINA	U\$S/botella 3,0	U\$S/botella 2,2	- 25%
PORTUGAL	U\$S/botella 3,0	U\$S/botella 2,2	- 25%
ITALIA	U\$S/botella 2,5	U\$S/botella 2,7	+ 5%
FRANCIA	U\$S/botella 5,3	U\$S/botella 3,8	- 29%
ESPAÑA	U\$S/botella 3,6	U\$S/botella 2,0	- 44%



BRASIL PRINCIPALES EXPORTADORES A BRASIL 2012 - 2021

(Millones de U\$S FOB)

PAÍS EXPORTADOR	2012	2021	Variación 2021/2012	Participación 2021
CHILE	U\$S 102 M	U\$S 182 M	79%	41%
 ARGENTINA	U\$S 28 M	U\$S 79 M	37%	18%
PORTUGAL	U\$S 37 M	U\$S 74 M	98%	16%
ITALIA	U\$S 32 M	U\$S 40 M	25%	9%
FRANCIA	U\$S 23 M	U\$S 31 M	39%	7%
ESPAÑA	U\$S 12 M	U\$S 24 M	93%	5%

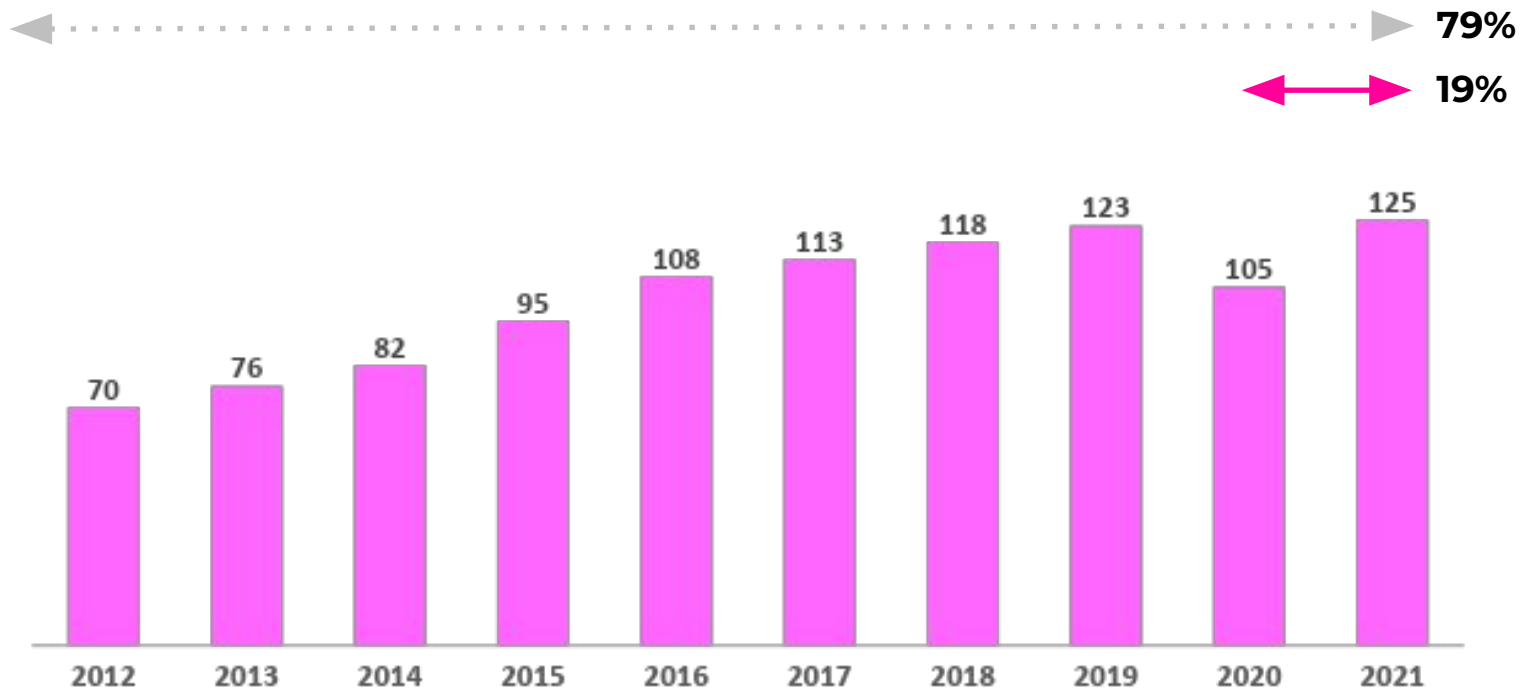


MÉXICO



MÉXICO CONSUMO DOMÉSTICO DE VINO 2012 - 2021

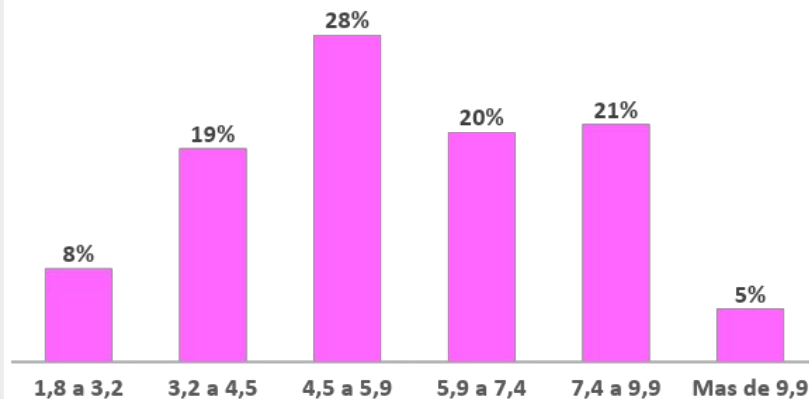
(Millones de litros)



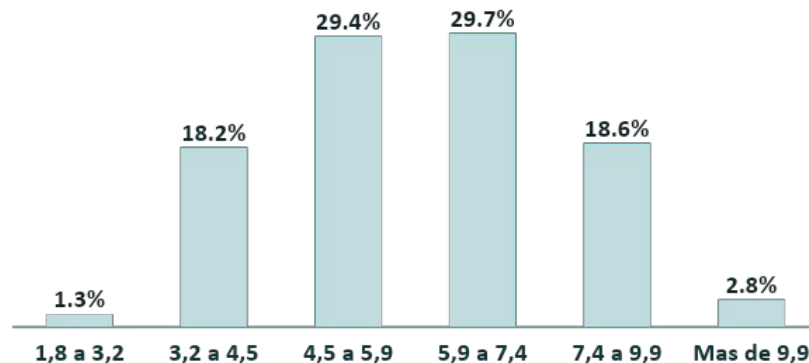


MÉXICO CONSUMO DOMÉSTICO DE VINO 2020

TINTOS (U\$S retail/botella)



BLANCOS (U\$S/botella)

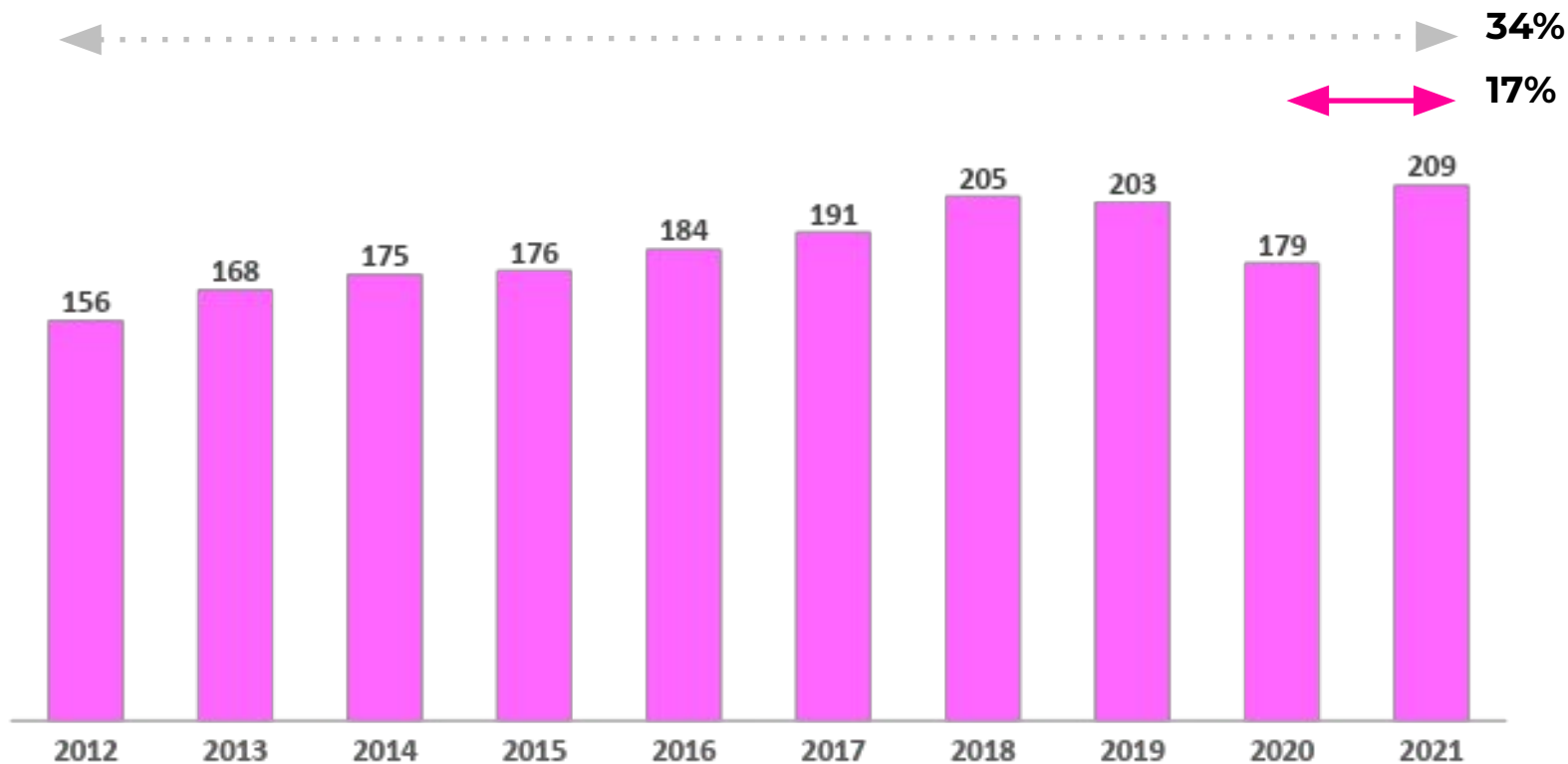


Fuente: Elaboración Observatorio Vitivinícola Argentino en base a datos de: ICEX.



MÉXICO IMPORTACIONES DE VINO 2012 - 2021

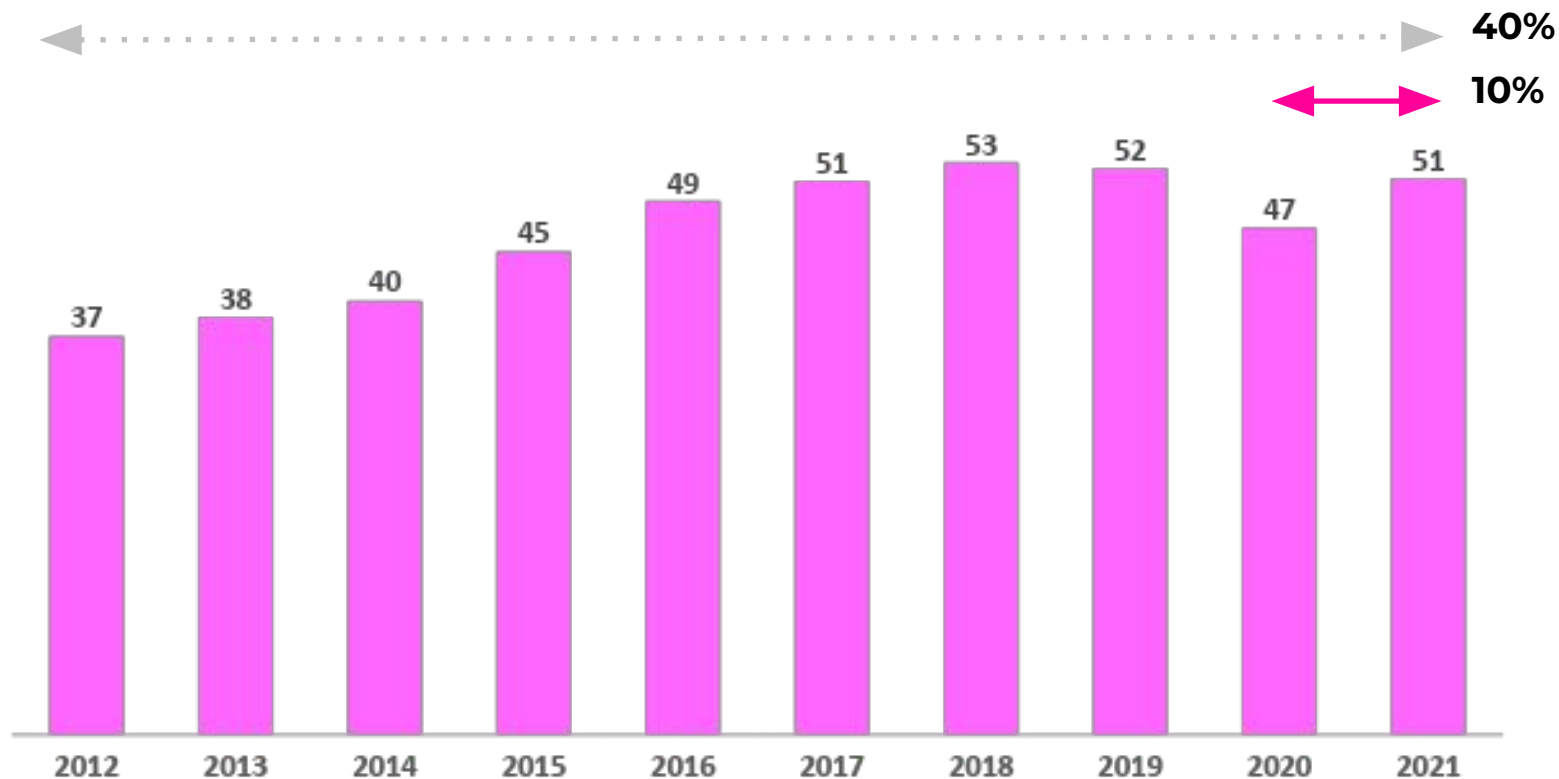
(Millones de U\$S FOB)





MÉXICO IMPORTACIONES DE VINO 2012 - 2021

(Millones de litros)

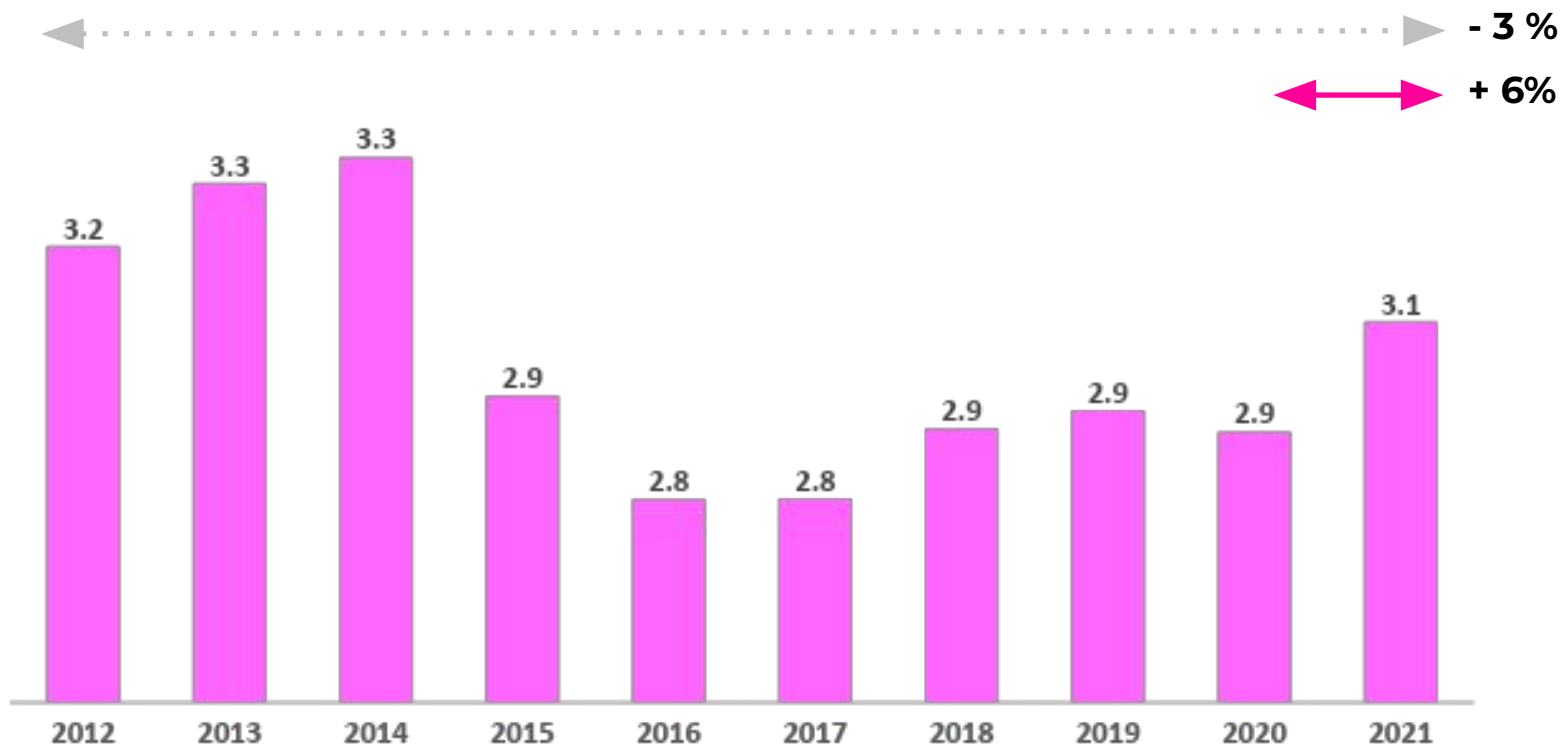




MÉXICO

PRECIO PROMEDIO DE IMPORTACIONES DE VINO 2012 - 2021

(U\$S FOB/Botella)





MÉXICO PRINCIPALES EXPORTADORES A MÉXICO 2012 - 2021

(Millones de USD)

PAÍS EXPORTADOR	2012	2021	Variación 2021/2012	Participación 2021
ESPAÑA	U\$S 56 M	U\$S 67 M	20%	32%
ITALIA	U\$S 18 M	U\$S 41 M	126%	19%
CHILE	U\$S 33 M	U\$S 35 M	7%	17%
U.S.A.	U\$S 9 M	U\$S 25 M	175%	12%
 ARGENTINA	U\$S 18 M	U\$S 22 M	26%	11%
FRANCIA	U\$S 16 M	U\$S 17 M	7%	8%

2

LATAM Global Ecommerce Opportunity

Wine Intelligence



WINE INTELLIGENCE

Global Ecommerce Opportunity

Workshop Estratégico “Envisioning the future scenario for
#VinoArgentino”

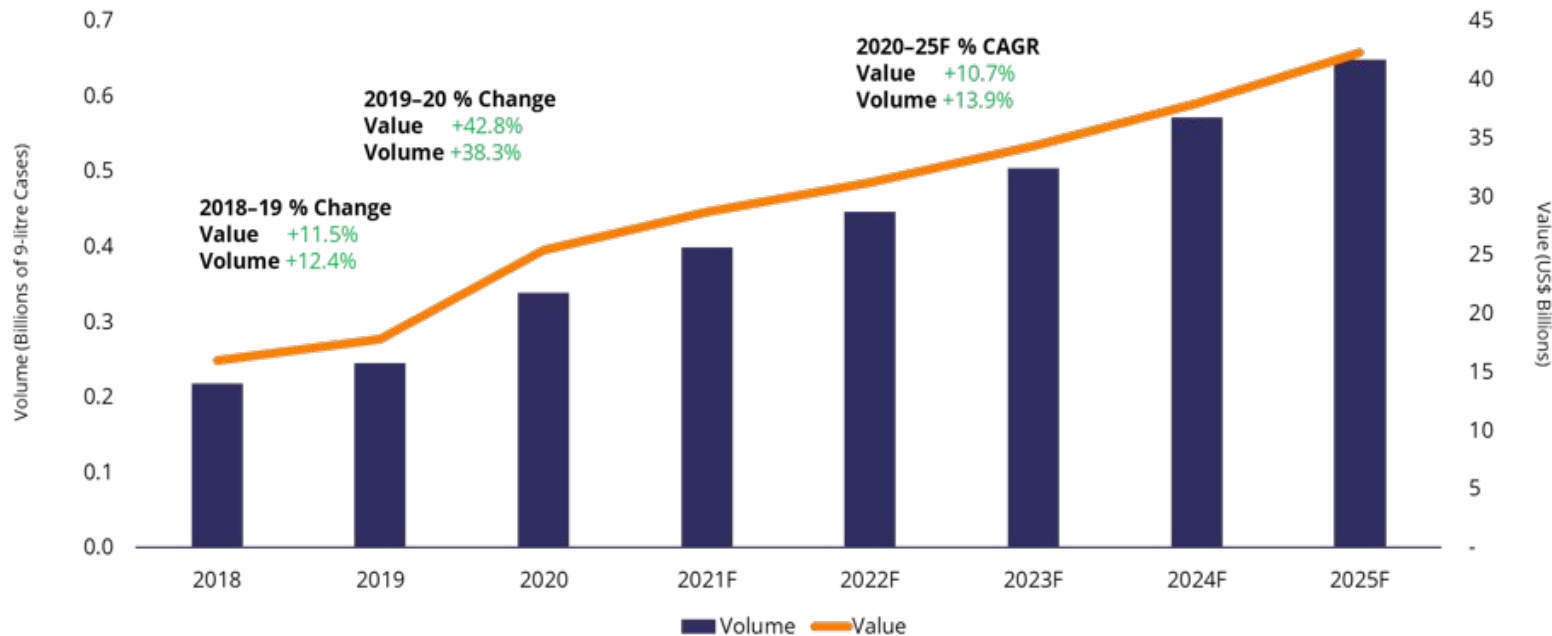
July 6th 2022



Online remains a growth channel for alcoholic beverages



Global online alcoholic drinks volume and value (2018–25F)

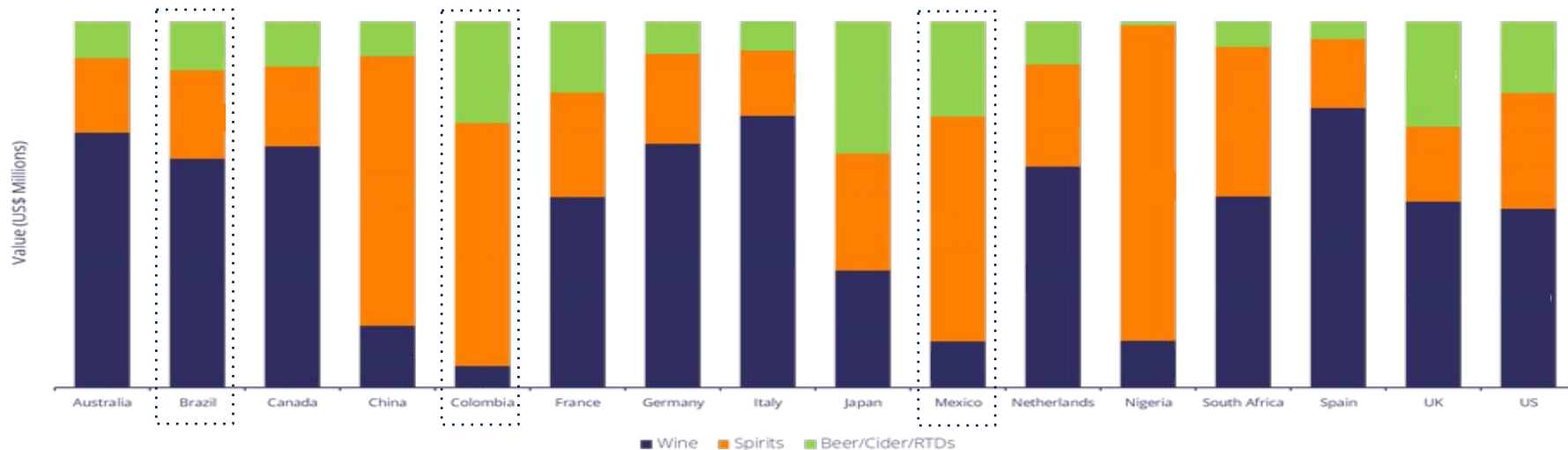


Source: Wine Intelligence Wine Ecommerce Report 2022

In most markets Wine makes up the majority of online sales volume



Total e-commerce alcohol value share by major category (2020)

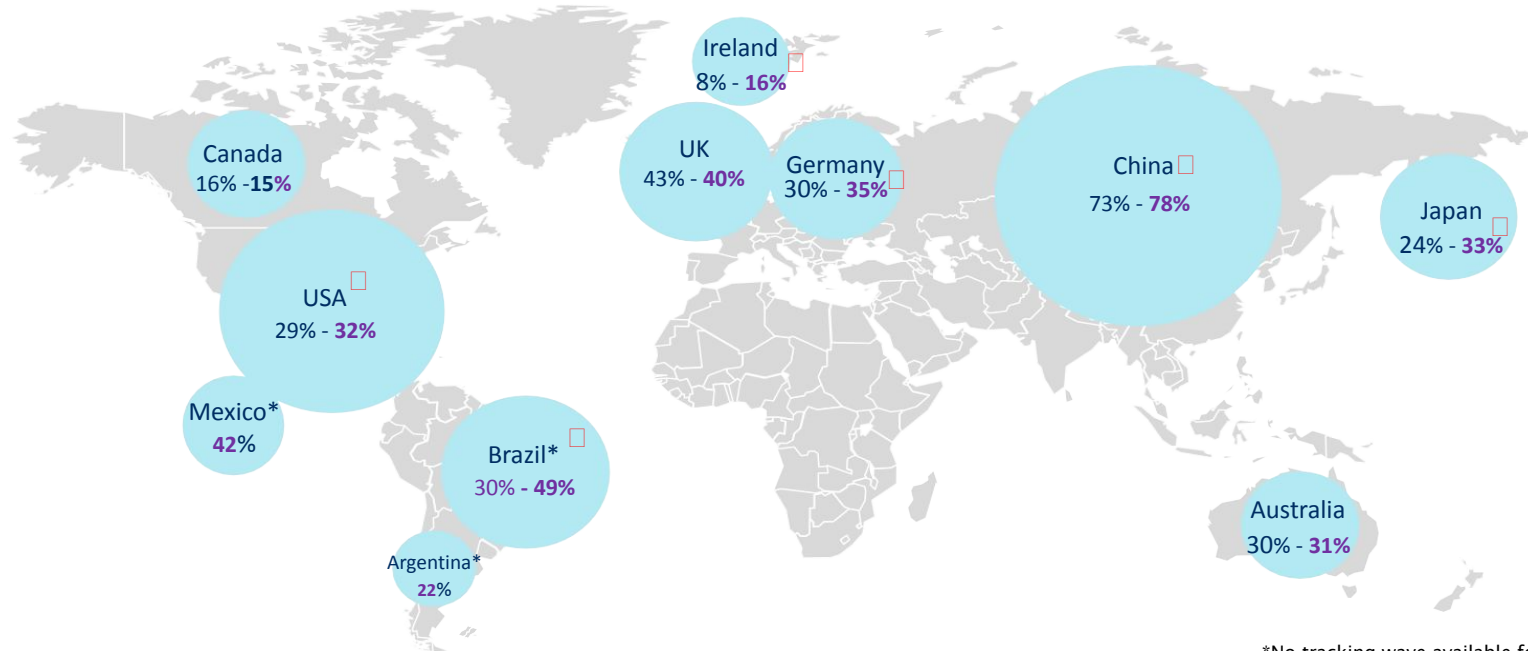


Source: Wine Intelligence Wine Ecommerce Report 2022

Source: IWSR

Addressable audience for online is expanding in key markets

Proportion of wine drinkers who have bought wine online in the past six months Mar 2020 vs **Oct 2020**



Source: Wine Intelligence Wine Ecommerce Report 2022

*No tracking wave available for October 2020
Source: Wine Intelligence, Vinitrac®, Oct '20, Argentina and Mexico Jan 21

Significant untapped potential e-commerce audience in most markets



Proportion of wine drinkers who don't currently buy wine online but would consider doing so in the future



Global average calculated using IWSR list of key markets. These are Australia, Brazil, Canada, China, Colombia, France, Germany, Italy, Japan, Mexico, Netherlands, Nigeria, South Africa, Spain, UK, US

Source: Wine Intelligence Wine Ecommerce Report 2022

Source: IWSR

Motivations to buy online



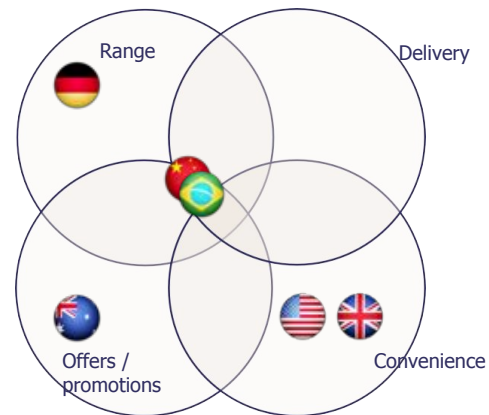
Triggers to online purchasing: Global average

% who considered the following factors important when using an online retailer Base =
Global wine drinkers who have bought wine online in the past six months



Source: Wine Intelligence Wine Ecommerce Report 2022

Top triggers to online purchasing: differences by market

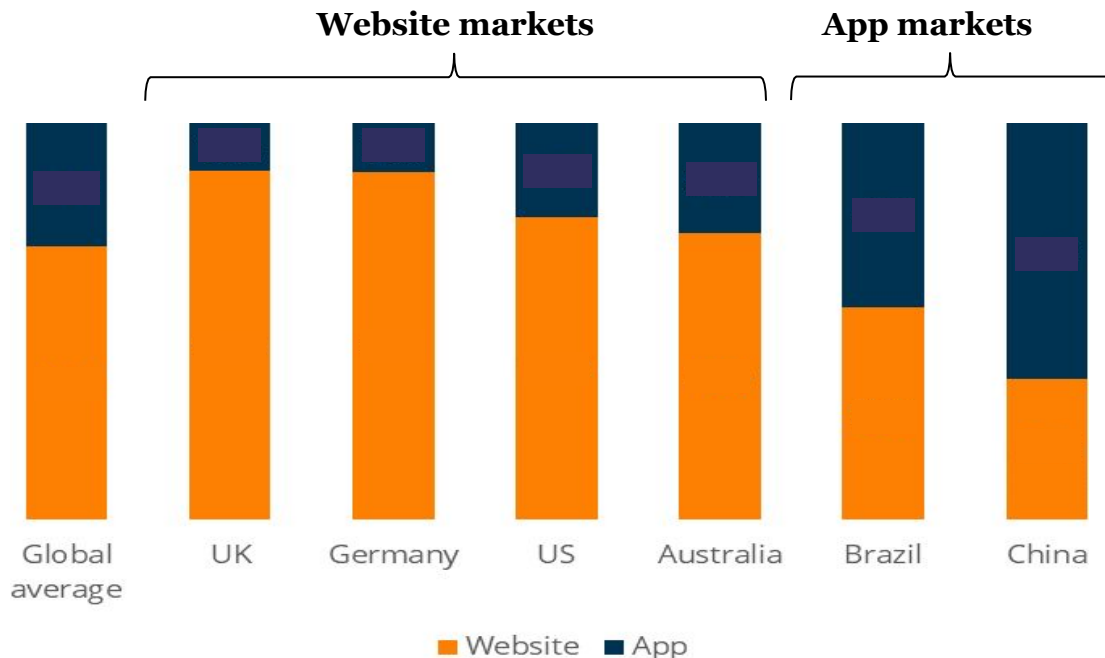


Global weighted average includes data from Australia, Brazil, Canada, China, Germany, Ireland, Italy, Japan, Portugal, Spain, UK, US
Source: Wine Intelligence, Vinitrac®, Jan '22 - Feb '22, (n=13,234), Global wine drinkers

Website markets vs App markets



Proportion of RWDs who made their last purchase of alcoholic drinks online from the following channel



Source: Wine Intelligence Wine Ecommerce Report 2022

Global weighted average includes data from Australia, Brazil, Canada, China, Germany, Ireland, Italy, Japan, Portugal, Spain, UK, US
Source: Wine Intelligence, Vinitrac®, Jan '22 - Feb '22, (n=13,234), Global wine drinkers



*Connecting wine businesses with
knowledge and insights globally*

Wine Intelligence London (Head Office)

Nutmeg House
60 Gainsford Street
London
SE1 2NY

Telephone: +44 (0)20 8194 0090
Email: info@wineintelligence.com
Website: www.wineintelligence.com
Follow us:



2

LATAM

Tendencias de E-commerce
& insights del ecosistema más
grande de América Latina

Mercado Livre



Tendências de E-commerce & insights do maior ecossistema da América Latina

O melhor está chegando!



OPCIONAL



Tênis casual
Runner Mix

2020



O ANO EM QUE
O E-COMMERCE
SE CONSOLIDOU

ESSENCIAL

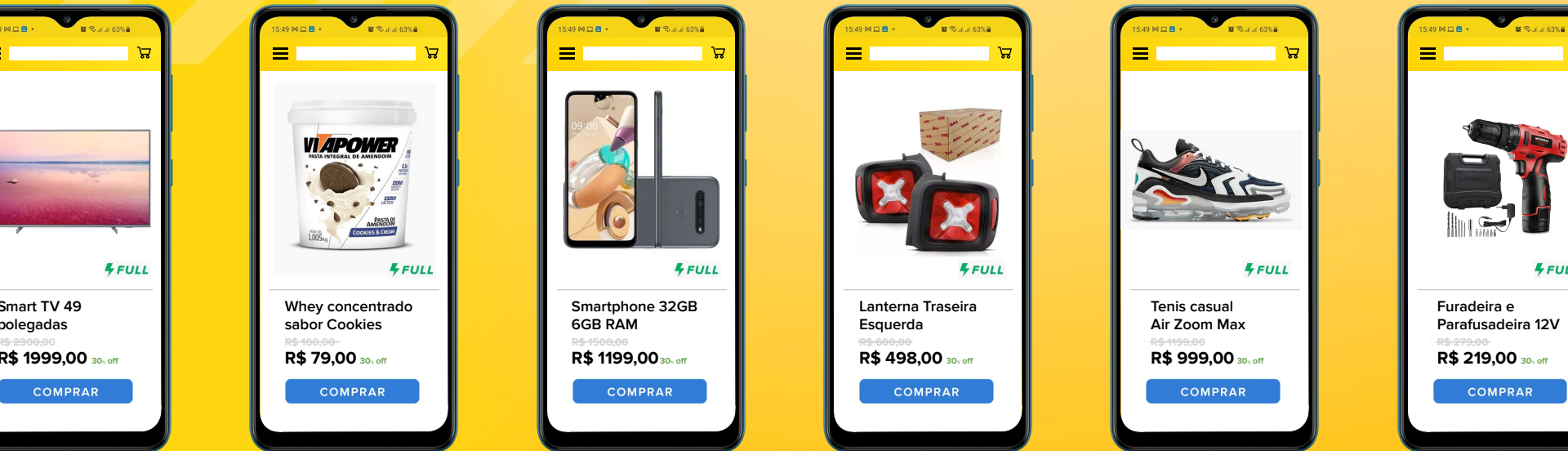


Tênis casual
Runner Mix
R\$499,00

COMPRAR



01 / Mercado de E-Commerce



EM 2021 O E-COMMERCE TORNOU-SE HÁBITO DE CONSUMO

Tudo que antes era vendido em uma loja física

AGORA VOCÊ COMPRA ONLINE!

(mesmo após reabertura do varejo tradicional)





O que mudou?

1 2 3 4

2021 CONFIRMA UM COMPORTAMENTO QUE CHEGOU PARA FICAR

+78 MI

de **usuários únicos ativos**

+260 MI

de **itens vendidos**



+520

visitas por segundo
ao Mercado Livre

+335 MI

de **anúncios** registrados
no Mercado Livre



E-COMMERCE SEGUIRÁ CRESCENDO EM 2022



Alcançando quase

US\$ 5 TRI

em vendas ↑

COMPRAR

COMPRAR

COMPRAR

E-COMMERCE - % DO TOTAL DE VENDAS NO
VAREJO EM TODO O MUNDO 2020-2025

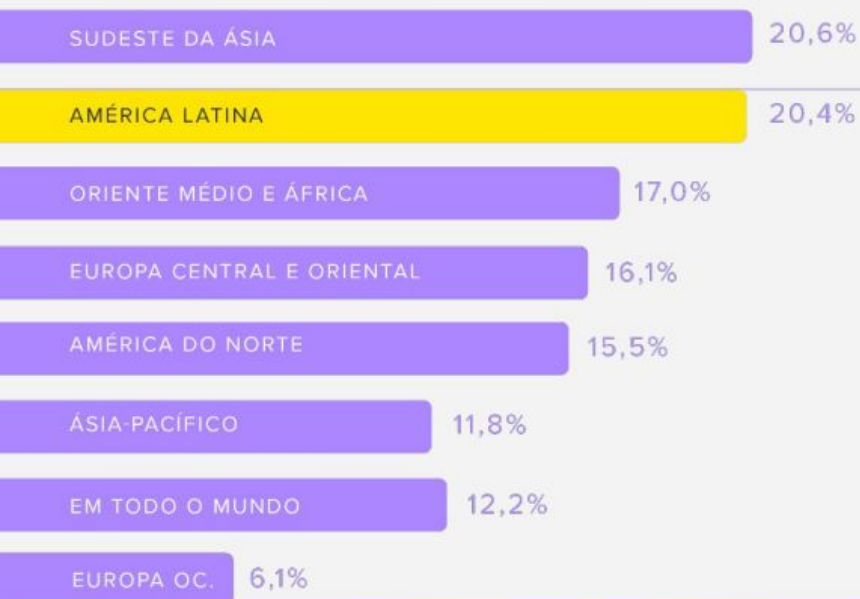




BRASIL SERÁ DESTAQUE NA AMÉRICA LATINA E NO MUNDO

CRESCIMENTO DAS VENDAS DO E-COMMERCE

EM TODO O MUNDO, POR REGIÃO %VARIAÇÃO 2022



País que mais irá crescer em 2022 na América Latina e o 4º no mundo





2. FOMOS DA REVOLUÇÃO À EVOLUÇÃO ACELERADA

NOSSOS CONSUMIDORES





E AS COMPRAS REVELAM OS DIFERENTES PERFIS DE CONSUMIDORES

CATEGORIAS MAIS VENDIDAS



+2 BI

impressões de anúncios com **Product Ads**



+165 MIL

cliques **todos os dias**

ITENS MAIS COMPRADOS

Máscaras
Leite Condensado
Cerveja
Biscoito
Disco Sólido Interno
Fone de Ouvido
Leite
Azeite
Mop
Vinho



NOVAS ROTINAS

SUPERMERCADO SEM SAIR DE CASA É PARTE DO DIA A DIA



+370%

aumento de
vendas em 2021

1/2

compras são feitas
com Carrinho

CAMPANHAS DE

BENS DE CONSUMO E ALIMENTOS



aumentam o conhecimento da
marca e a intenção de compra
em **mais de 3X**



Vinho Argentino
Branco Suave 750ml

R\$ 90

Frete grátis

Patrocinado



PRODUCT ADS

+50% de aumento em vendas
de alimentos e bebidas

Fonte: Dados internos Mercado Livre Brasil - Ano Acumulado até Novembro 2021, Carrinho: ocasiões com a compra de mais de um item | Kantar Meta Learning CPG LATAM - Outubro 2021 | % Crescimento em Vendas Valor

Categorias

CPG



Categorias CPG

Lojas Oficiais CPG



(evino)

Grand Cru®

Johnson & Johnson



P&G

DIAGEO



L'ORÉAL



Categorias CPG

CPG é a
categoria que
mais cresce no
Mercado Livre
Brasil



+31%

Crescimento CPG
Itens por carrinho
Navegação Super



+175%

Crescimento CPG
Volume de
Pedidos



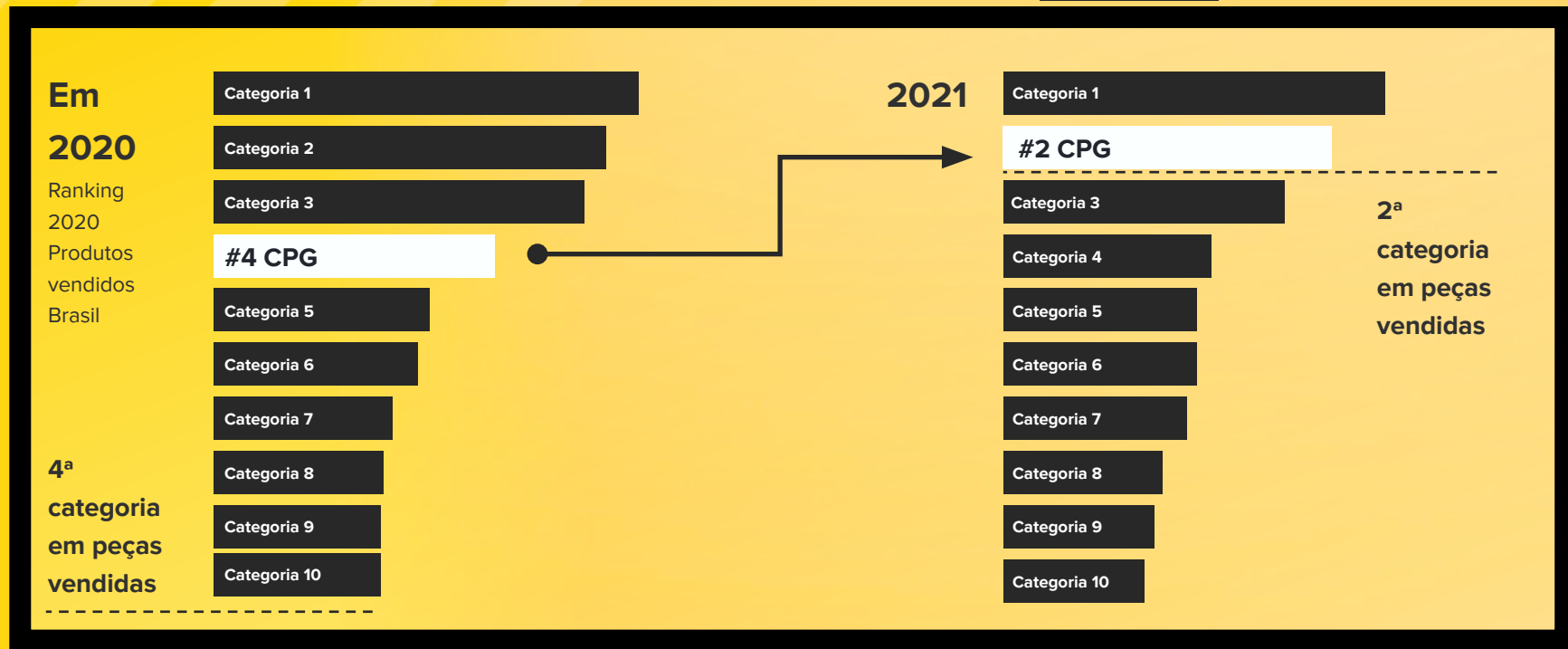
+41%

Crescimento CPG
Quantidade de
visitas



Categorias CPG

Assumindo um papel de liderança no **Brasil!**



Crescimento das Subcategorias em 2021

Crescimento Categorias

- 1º Xampu e condicionador (+43%)
- 2º Bebidas Alcolólicas (+182%)
- 3º Produtos de limpeza doméstica (+139%)
- 4º Alimentos de Cães e Gatos (+170%)
- 5º Fraldas (+136%)
- 6º Cafés (+117%)
- 7º Produtos de limpeza de roupa (+215%)
- 8º Chocolates (+278%)
- 9º Molhos, Temperos e Condimentos (+146%)
- 10º Produtos à base de leite (+190%)

EVOLUÇÃO
CATEGORIAS H1

50MM

Visitas mensais em Supermercados!



Número de visitante
únicos por mês: 17MM



Quantidade pedidos
por mês: +1.9MM (e
crescendo)



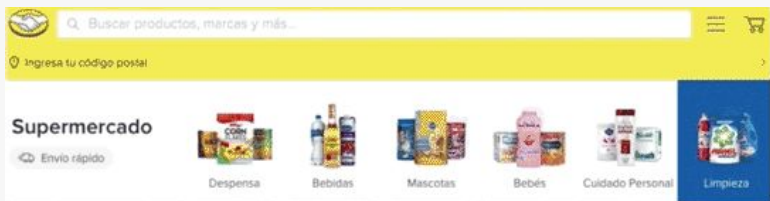
Crescimento GMV (%)
2021 x 2020: 109%



Categorias CPG

Página de Supermercado

Navegação diferenciada e muito
mais exposição e relevância
dos seus anúncios



Supermercado > Limpieza

Limpieza en Supermercado

12.450 resultados

Ordenar publicaciones

Más relevantes ▾

Categorías

Accesorios de Limpieza (1.470)

Productos de Limpieza (4.388)

Productos de Lavandería (1.534)

Desechables (1.401)

Insecticidas y Repelentes (1.126)

Accesorios para Lavandería
(304)

Cuidado del Calzado (344)

Otros (166)



6-247

\$ 185 14% OFF

\$ FULL

Detergente Ariel Con Dawny Liquido 3
Litros
por Merco

Agregar al carrito



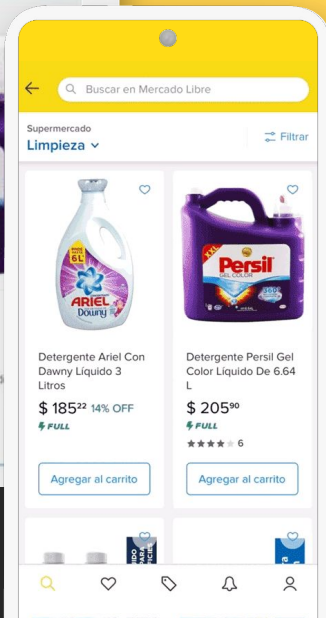
\$ 205

\$ FULL

Detergente Persil Gel Color Liquido
6.64 L
por Merco

★★★★☆ 6

Agregar al carrito



Navegação **exclusiva** apenas
para anúncios **FULL**



Menu Ofertas com
desconto automático



Diferentes itens na mesma **cesta**, uma
única entrega e taxa de frete



Busca e navegação
por **Departamento**



Pós venda unificado
para o usuário final



Categorias CPG



PERFIL COMPRADOR DE CPG

53% Mulheres

vs 37% média Meli

45% 18-34 anos

vs 63% média Meli

9x Compra
Por ano no Meli

Muita oportunidade de se
conectar com o comprador!

PERFIL DE NAVEGAÇÃO



7

páginas



12

minutos



19M

Usuários



POR QUE ESCOLHER O MELI?



LÍDER EM TECNOLOGIA

para e-commerce e serviços financeiros da América Latina

22

anos



18

países



1º

líder absoluto
no Brasil



Maior
e-commerce

da América Latina



4º

das Américas



8º

maior do Mundo



#1 E-COMMERCE

da América Latina



+1.5
Milhões

Pedidos por dia



6 Mil

Buscas por segundo



29

Compras por segundo



+300
Milhões

Produtos anunciados



40 MILHÕES
usuários no APP

65 MILHÕES
compradores
em Q2 2021



1 EM CADA **3**
smartphones tem
nosso APP



Fonte: Dados internos Jan à Jun 2021 (H1-21)
Pedidos Dia - Dados internos, vmd AGO e SET 21



LÍDER EM E-COMMERCE

maior tráfego e mais lembrado do Brasil

TOP
SITE DE COMPRAS

TOP of MIND

Mercado Livre

28%

Lojas Americanas

6%

Magalu

5%



Líder absoluto na categoria
"Top Site de Compras"
desde 2017
(ano em que a categoria foi criada)

62Mi

Visitantes únicos ativos;
O e-commerce mais
visitado do País

>50%

Participação do Brasil
no resultado do
Mercado Livre LATAM

R\$10Bi

Investimento do Meli em
Logística e T.I. no Brasil
ao longo de 2021

+49%

Crescimento em H1 21
(vs. H1 20,
em GMV R\$)



POR QUE ESCOLHER O MELI?



**mercado
envios**

- Melhor experiência de entrega para mais de 2.000 cidades, em até 1 dia!



**mercado
pago**

- Maior Fintech da América Latina, com Ecossistema completo para operações físicas e online.



**mercado
ads**

- Potencialize seu negócio onde todos compram: Soluções de mídia para alavancar sua presença.



**mercado
shops**

- O único e-commerce que utiliza o melhor ecossistema da América Latina, com entregas em 24 horas.



**mercado
livre**

- A maior audiência do varejo Brasileiro.

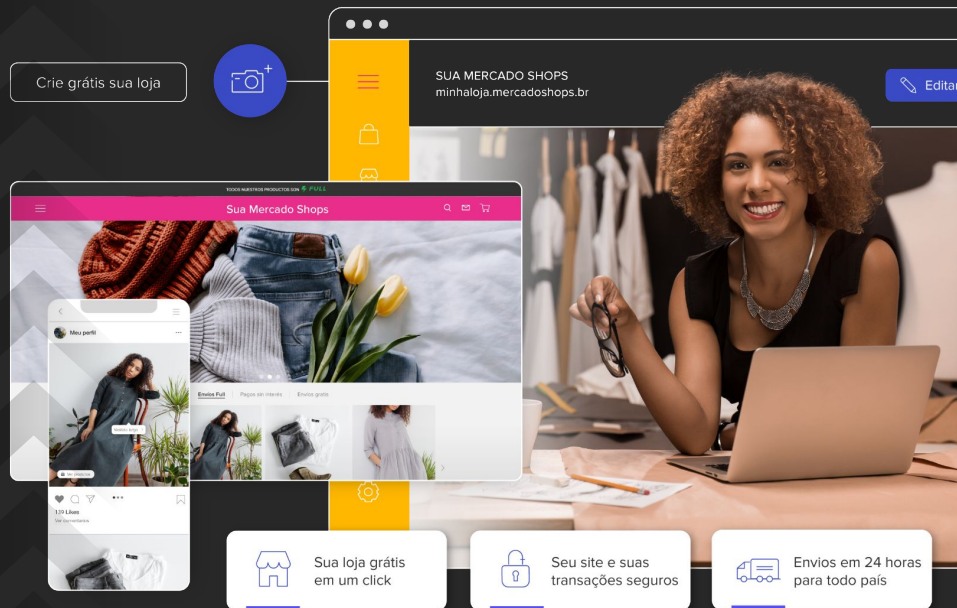
- O segundo maior site de buscas.

- Solução completa de E-Commerce

03 / Ecossistema - Mercado Shops



DESCUBRA O NOVO MERCADO SHOPS



Mercado Shops

É a plataforma do Mercado Livre para criar sua própria loja online, em apenas 1 click, que permite oferecer a melhor experiência de compra, através do acesso a Mercado Envios, Mercado Pago, programa de proteção a compradores e serviço pós-venda.



MShops = Suamarca.com

- URL própria
- Funciona fora do Mercado Livre
- Design Personalizado

* Pague somente se vender na tarifa Premium, 7,99%

Fonte: Dados internos, Dezembro, 2021.

03 / Ecossistema - Mercado Shops



Sua loja grátis

Com comissão 0% na Tarifa Clássica
e 5,99% na Tarifa Premium 3x &
11,99% na Tarifa Premium 12x.

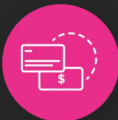
Equipes de aceleração e
nossa rede de parceiros ao
seu alcance, para escalar
seu negócio



Oferecemos todo
suporte necessário
através do nosso chat
online



Tenha acesso a
crédito com taxas
especiais no Mercado
Créditos



Seu e-commerce seguro e
suas transações protegidas
com Mercado Pago



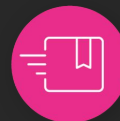
Receba tráfego
do Mercado Ads



Em um único click,
sua loja estará ativa



Ao ativar Mercado
Shops, suas publicações
do Mercado Livre se
replicam



Conte com Mercado Envios Full,
entregue produtos em menos de 24h.



Venda também em suas redes
sociais, ofereça múltiplos canais
de venda

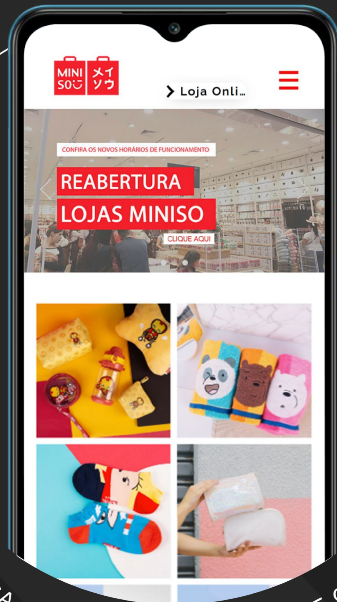


Cresça como vendedor no Mercado
Livre, através de suas vendas em Shops.
Melhore seu posicionamento e
reputação.

SUPOORTE E
ACELERAÇÃO

FACILIDADE E
INTEGRAÇÃO

OFEREÇA A MELHOR EXPERIÊNCIA DE COMPRA



Overview - Wines of Argentina

Diagnóstico y Oportunidades

05/07/2022



**mercado
shops**



Diagnóstico para la baja conversión del Shops

01



Oportunidades en el sitio

Inumeros ajustes en la experiencia

03



Problemas con Ads/ CRO/SEO

Tráfico en el sitio sin segmentación y sin estrategia de CRO y SEO

Coneccion GMC

Problemas de conección y validación del catálogo con el Google Merchant Center

02



Competencia TO vs Shops

Condiciones de precio, supply y shipping totalmente distintas entre la oferta en la TO y en el Shops

04



Plan de turnaround

01



Quick Wins

Mejoras en el sitio: cambio de banners, headers, links, creación de kits, etc.

03



Cambio de agencia

Cambio por agencia brasileña que pueda direccionar y enfocar mejor la estrategia

Google Merchant Center

Resolución de problemas en GMC y Google Ads

02



Revisión de la estrategia

Condiciones iguales a las de la TO: surtimiento, precio, shipping y supply

04



Current Status

01



Quick Wins

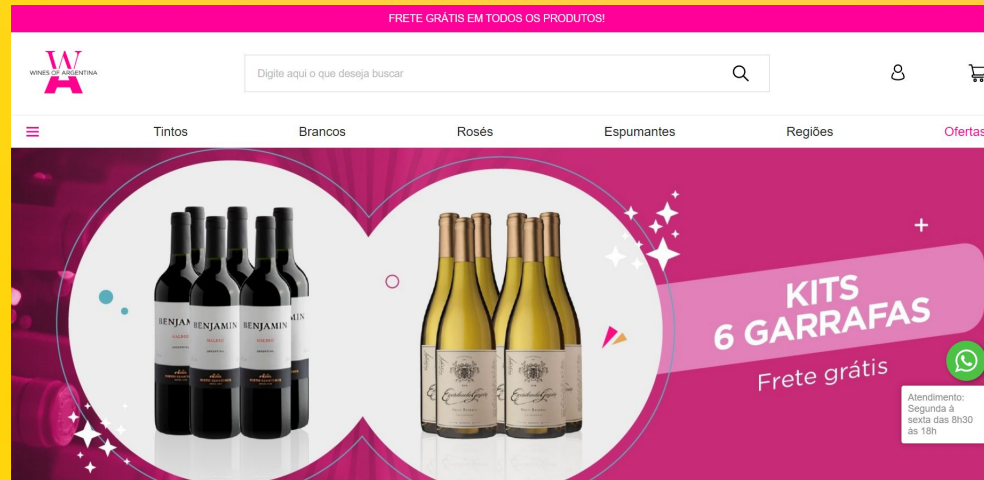
Mejoras en el sitio: cambio de banners, headers, links, creación de kits, etc.

→ Cambio en los banners ✓

→ Cambio en los headers ✓

→ Creación de kits ✓

→ Demás quick wins: **ongoing**



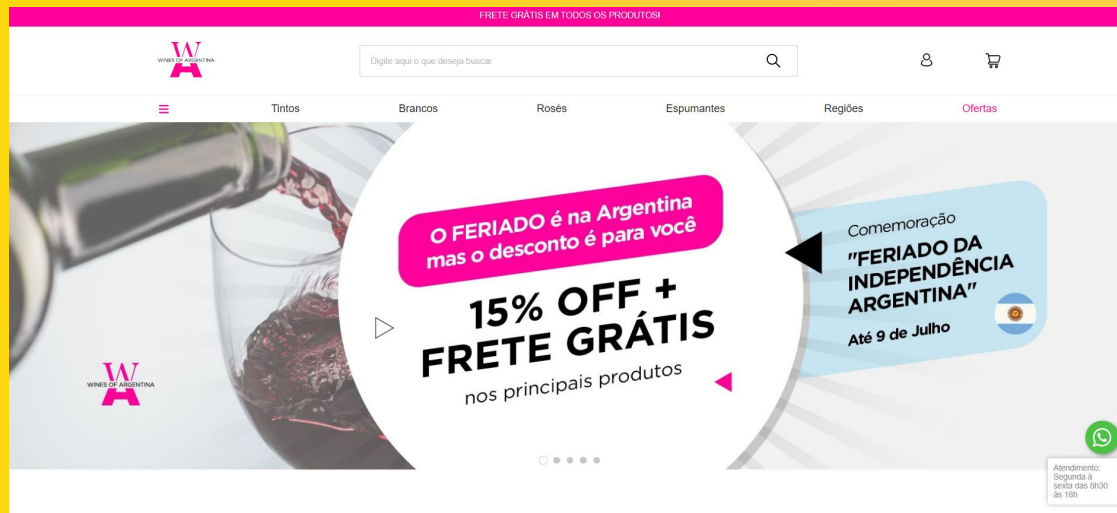
Current Status

02



Restart en las
Campañas y ajuste
de las condiciones
comerciales

- Start en la Campaña Promocional de Feriado de La Patria (15% Off): Mail MKT para Aprox 3K Buyers de ML ✓
- Start con los canales de Adquisición con la Nueva agencia - Next Week
- Start con Product Ads de ML - Next Week



Desafíos siguientes

01



Competitividad

Mucha competencia, **low margins** & Grey Market

03



Awareness New Brands

Podemos utilizar Mercado Livre para generación de Awareness de New Brands en el Mercado Brasileño

Call To Action

Tener siempre novedades y campañas de naturaleza promocional / que generen CTA

02



Enfoque Local

Tener cada vez más una mirada local (approach, equipo, llamadas promocionales etc)

04





GRACIAS!





Disparador: guiar al #vinoargentino por el camino de la innovación y la sustentabilidad en un mundo de condiciones en constante cambio.

Desafío: Ante la pérdida de market share del #vinoargentino ¿cómo ayudamos a las bodegas grandes y pymes a posicionarse en los mercados foco a fin de aumentar el market share de Argentina?

En 2021, la agenda climática y la sustentabilidad se convirtieron en mainstream. En 2022, Europa ya lanzó sus iniciativas de Industrias 5.0. Los horizontes de largo plazo se acortaron a 3 años.

miro

https://miro.com/app/board/uXiVOoCA9pU=?share_link_id=926338730989



**MUCHAS
GRACIAS**

