

REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA

16 DE MAYO 2023 | **SAN JUAN**

LINK GRABACIÓN

*Dropbox permite una visualización online parcial del material;
para verlo completo deberás descargarlo en el equipo.*



> **FECHA:** Martes 16 mayo 2023

> **HORA:** 10 hs.

> **LUGAR:** Salón Cruce de los Andes (1º piso Centro Cívico - Núcleo 7;
Av. Libertador Gral. San Martín 750, San Juan).



Temas

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

- 1) **Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.**
- 2) **Administración: Informe de Tesorería y Cobranzas.**
Adelantado vía mail y disponible en BO.
- 3) **“Caracterización de suelo y clima en las regiones vitícolas argentinas”. Avances del proyecto.**
- 4) **Próximas actividades.**
- 5) **MWD 2023. Reporte final.**
- 6) **Varios.**
 - Situación de pagos al exterior.
 - Novedades Sustenta Vitis.
 - Reunión con autoridades de Coviar. Novedades.
 - Solicitud de asociación: productores de Vermut



1

Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.

Disponible en Back Office WofA

The background of the slide is a photograph of a vineyard in the foreground with rows of grapevines. In the background, there are rugged mountains, some with snow, under a blue sky with scattered clouds. A large, semi-transparent circular graphic with a purple-to-blue gradient is overlaid on the left side of the image, containing a large white number '2'.

2

Administración: Informe de Tesorería y Cobranzas.

Adelantado vía email y
disponible en BO



3

**“Caracterización de
suelo y clima en las
regiones vitícolas
argentinas”.**

Avances del proyecto.



4

**Próximas
actividades**



23

MARKETING DIGITAL

Próximas activaciones

Natalia Oviedo

Digital Marketing Manager
noviedo@winesofargentina.com

Sebastián Oviedo

Digital Marketing Senior Assistant
soviedo@winesofargentina.com

Media sips, la **alternativa estratégica** para aquellas **bodegas**, socias y no socias de Argentina que quieran **amplificar su mensaje a diferentes audiencias en el mundo.**



¿Qué es **Meet the Wineries**?

Es una activación de **Media Sips**, desarrollada para disponibilizar nuestros canales, audiencias y recursos a bodegas. Cada edición de **Meet the Wineries** se da en el contexto de alguna de las campañas especiales o estacionales de WOFA en los distintos mercados.



Campaña **Argentina Unsurpassed**

Es una campaña *phygital* que tuvo lugar desde diciembre hasta la actualidad. Destacamos así el momento excepcional en el que se encuentra el Vino Argentino en cuanto a innovación, diversidad, sostenibilidad y reconocimiento.

¿ En qué **plataformas** amplificamos el mensaje de la bodega?

Conectar

Facebook

257 K Followers
4.53 % Engagement*

Interactuar

Twitter

26 K Followers
1.37 % Engagement*

Inspirar

Instagram

28 K Followers
624.9 K Alcance*

Explorar

Pinterest

1.5 K Followers
3.4 K Impresiones

Educar

Blog

Partnership **Vinómanos**
55.5 K sesiones*

Informar

Website

Sitio de referencia para el trade.
42.1 K sesiones*

*Último trimestre

Canales

Social Media



Artículo en blog



Banners





truchommeliers 2 sem

Fascinante la presencia de tanta historia familiar y tanto patrimonio histórico intangible, somos privilegiados



akombidovinho 2 sem

I visited in 2019

Responder Ver traducción



w.osvaldosaez 3 d

Genial la desgustaciones y recorrido. Linda Gente. Lo recomiendo.

Responder Ver traducción



wellbrook_wines 4 sem

Incredible winery, incredible wines and incredible winemaker. What a legend in the wine world!

Responder Ver traducción



Sentimiento

👉 100% positivo

f ER 3,49%

📷 ER 2,68%



WOFA SUMMER CAMPAIGN

objetivos

Dirigir tráfico al blog
generando contenido estratégico.

consumer *situations*

consumer *trends*

- ***Innovación
y diversidad***
- ***Sostenibilidad***
- ***Prestigio***

WOFA SUMMER CAMPAIGN



OCASIONALES

Edad

- +21 en **USA, Brasil y UK.**
- Promedio de edad: 30 años

Detalles

personas profesionales de 21 a 35 años, independientes, que viven solas o en pareja. Habitan en zonas urbanas. Sibaritas que gustan de experimentar cosas nuevas y compartirlas con sus amistades o en redes sociales. Estas personas son quienes más tiempo y dinero invierten en la búsqueda de oportunidades.





TIMELINE



23

HOSPITALITY

Soledad Juncosa

Hospitality Manager
sjuncosa@winesofargentina.com

Sofía Brazzolotto

Senior Hospitality Assistant
sbrazzolotto@winesofargentina.com

Yael Doctorovich

Hospitality Assistant
hospitality@winesofargentina.com



HOSPITALITY

USA: VISITA PABLO BRAIDA

Master Sommelier Argentino



COURT OF
MASTER
SOMMELIERS *Americas*



Encuentro con bodegas de San Juan



HOSPITALITY

CANADA: LCBO

Trip to Argentina



Ann Patel
LCBO Category
Manager



Marie Cundari
LCBO Senior
Director

LCBO



Highlights

LCBO ha realizado **compras directas** como resultado del viaje.
Info disponible en junio.

LCBO solicitó a agentes de bodegas **suscribir varios de los vinos degustados en el viaje** en su *tasting panel*.



HOSPITALITY

BRASIL: WINE INFLUENCERS *en Argentina*



**TINA BINI
BORNSTEIN**
@tinabini



PRI MATTA
@deondevinho



+442 k
seguidores
en conjunto



CRIS SANT ANNA
@crissantanna



DECO ROSSI
@adegadodeco

¡Nuevas Experiencias!

Diseñadas conjuntamente con las bodegas participantes.





ARGENTINA
WINE TRADE
CONVENTION



Business trip para representantes
de **14 empresas importadoras.**

Fecha: **5 al 9 junio 2023**

Mercados:

Brasil, México, Colombia, Perú, Paraguay, USA.

Objetivo: **Generar nuevas oportunidades de negocio**
y profundizar su conocimiento sobre Argentina.

Sedes: **Mendoza**, con **participación de bodegas de todo el país.** Visitas junto a productores de Mendoza y San Juan.





Comunicación:

- . Media outreach (PR y monitoreo).
- . Cobertura durante el evento.
- . LinkedIn + Twitter

Meltwater



Media Intelligence

Monitor your brand



Media Relations

Reach key journalists



WINE
MARKET



IWSC WINE JUDGING
IN ARGENTINA

together with



IWSC

wine judging in Argentina, with Wines of Argentina

The IWSC is more than a competition. It is a global wine and spirits community, focused on people and expertise. As **part of our 2023 awards year**, we are delighted to bring our respected global wine awards to **Mendoza**.

The IWSC will be bringing several industry experts (including Master of Wine & Judging Committee member **Dirceu Vianna Junior** who will oversee the judging) to Argentina in July 2023.

ENTER NOW

Key Information

Entry fee:

Online entry £119 + VAT
Please use discount code: **ARGENTINA119**
for discounted entry price of £119

Number of bottles:

2 x bottles

Delivery information:

2 x bottles of each entrant
will be required
Delivery details TBC soon

IWSC judging panel



**Dirceu Vianna
Junior MW**



**Beth Pearce
MW**



**Rebecca
Palmer**



**Matteo
Montone MS**



**David
Kermode**

Timeline



Social media:

#iwscjudging #iwscwinesofargentina
#winesofargentina

If you have any questions,
please email: Info@iwsc.net

 @theliwsc @winesofarg



Comunicación:

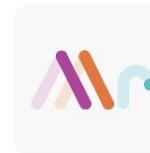
- . Media outreach (PR y monitoreo).
- . Cobertura durante el evento.
- . Linkedin, IG, Twitter
- . Difusión de resultados

<O> Meltwater



Media Intelligence

Monitor your brand



Media Relations

Reach key journalists

MERCADOS

2023



USA

OBJETIVOS 2023

- Aumentar un **20%** la cantidad de personas del trade educadas sobre Argentina.
- Realizar al menos **3 actividades** con retailers en USA y aumentar las ventas de #VinoArgentino en un **10%** en estos retailers.
- Aumentar un **20%** el *brand awareness* de Argentina en prensa.

Verónica Kathuria

US & Canada Manager

vkathuria@winesofargentina.com



USA
2023



PR & MEDIA

WOFA USA: WINE SPECTATOR DIGITAL CAMPAIGN

WOFA USA: MALBEC WORLD DAY AT THE ARGENTINE EMBASSY IN WASHINGTON DC 2023

WOFA USA: A SIP OF SOUTH AMERICA, WINE ENTHUSIAST MAY 2023

EDUCACIÓN & BRAND AWARENESS

WOFA USA: BINNY'S WOMEN WINEMAKER DINNER - 2023

WOFA USA: TEXSOM 2023

WOFA USA: SOMMCON BUYER'S MARKET & MASTER CLASS

WOFA USA: ARGENTINA UNSURPASSED; VINOUS 90+ RATED WINES EVENT

RETAIL

WOFA USA: WHOLE FOODS PROGRAM

WOFA USA: BINNY'S MALBEC WORLD DAY DIGITAL CAMPAIGN & IN-STORE TASTING APRIL 2023

WOFA USA: MALBEC WORLD DAY AT BOTTLE KING, NEW JERSEY 2023

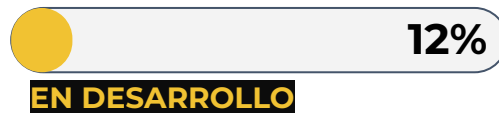
WOFA USA: FRESH MARKET 2023

WOFA USA: IN-STORE TASTING WITH ABC FINE WINE & SPIRITS 2023

Aumentar un 20% la cantidad de personas del trade educadas sobre Argentina.

(Referencia 2022: 311 personas)

- 1- SOMMCON
- 2- TEXSOM
- 3- NVWA seminario en Mendoza
- 4- Fresh Market
- 5- Bottle King
- 6- ARG Unsurpassed (Vinous)
- 7- Binny's Women in wine

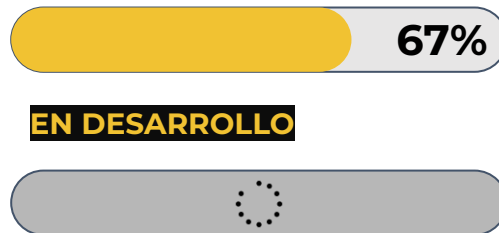


Objetivo: 373 personas en 2023.

Realizar al menos 3 actividades con retailers en USA.

Aumentar las ventas de #VinoArgentino en un 10% en estos retailers.

- 1- Binny's
- 2- Bottle King
- 3- Fresh Market
- 4- Whole Foods
- 5- Spec's o ABC



Cantidad actividades realizadas

 **Pendiente**
Reporte ventas en tiendas finales mayo.

Aumentar un 20% el brand awareness de Argentina en prensa.

- 1- WS digital campaign
- 2- WE A Sip of South America event
- 3- ARG Unsurpassed (Vinous)
- 4- Clipping de prensa



 **Pendiente**
WS: Fin campaña 21/5.
WE: Reporte listo junio 2023.

CANADÁ

23

OBJETIVOS 2023

- Lograr al menos **1 viaje** de LB en 2023 para reforzar el vínculo.
- Realizar **1 temático** por Liquor Board.
- Aumentar **20%** el ROI en la presa sobre Argentina.
- Aumentar **30%** la cantidad de personas del *trade* alcanzadas con acciones educativas (sommeliers).

Verónica Kathuria

US & Canada Manager

vkathuria@winesofargentina.com



CANADÁ
2023



WOFA CANADA: MALBEC WORLD DAY LCBO RETAIL PROGRAM 2023

WOFA CANADA: MALBEC WORLD DAY MEDIA OUTREACH 2023

WOFA CANADA: SOMMELIER CONTEST AT ITHQ FOR MWD 2023 - QUEBEC

WOFA CANADA: BCLDB THEMATIC DISPLAY - 2023

WOFA CANADA: VANCOUVER INTERNATIONAL POLO FESTIVAL, JULY 2023

WOFA CANADA: QUENCH MAGAZINE BC - SPRING, 2023

WOFA CANADA: WINNIPEG WINE FESTIVAL SEPTEMBER 2023

WOFA CANADA: ECOLE DES METIERS DE LA RESTAURATION- MONTREAL 2023

WOFA CANADA: MWD PRIVATE STORES DISPLAYS IN BC 2023

WOFA CANADA: WINES OF ARGENTINA SAQ PROMOTION 2023

23

Lograr al menos 1 viaje de LB en 2023 para reforzar el vínculo.

1- LCBO



Realizar 1 temático por Liquor Board.

1- LCBO
2- BCLDB
3- SAQ



 **Pendiente**
LCBO (septiembre)
BCLDB (agosto)

Aumentar 20% el ROI en prensa sobre Argentina

1. Clipping de prensa



 **Pendiente**
Resultados finales de mayo.

Aumentar 30% la cantidad de personas del trade alcanzadas con acciones educativas (sommeliers).

Referencia 2022: 50 personas.

1- SAQ virtual classes (1500)
2- MWD Sommelier contest at ITHQ & EMRTM (20 & 20)
3- MWD immersive Argentine education series (60 estimado)
4. Best Sommelier Masterclass Trade- Halifax (60 estimado)
5- Winnipeg Wine Festival



Objetivo 2023:
65 personas.

LATAM

23

OBJETIVOS 2023

- Realizar al menos **1 cata temática** de vinos de alta gama en México para fortalecer la presencia del vino argentino en el sector gastronómico.
- Generar **1 actividad** para bodegas que quieran abrir **nuevos mercados** en LATAM.
- **Duplicar** la cantidad de bodegas que participen en Prowine Sao Paulo.
- Realizar al menos **1 acción de promoción y/o educativa** en Brasilia, Salvador de Bahía, Sao Paulo, Rio de Janeiro y Belo Horizonte.
- Realizar al menos **3 actividades con retailers** en México y aumentar las ventas de #VinoArgentino.



BRASIL
2023



BRASIL: CAMPAÑAS TIENDA MERCADO LIBRE - ENERO A MAYO

BRASIL: CATA DE MALBECS EN ABS SÃO PAULO - ABRIL

BRASIL: MASTERCLASS Y CÓCTEL MWD EN RÍO DE JANEIRO - ABRIL

BRASIL: MASTERCLASS Y FERIA MWD EN SALVADOR DE BAHÍA - ABRIL

BRASIL: RIO WINE & FOOD FESTIVAL - MAYO

MÉXICO: CAMPAÑA MWD EN LA CASTELLANA - ABRIL

MÉXICO: ROAD SHOW EN COSTCO - ABRIL Y MAYO

MÉXICO: CAMPAÑA MWD EN WALMART - ABRIL

MÉXICO: CATA DE MALBECS CON PABLO BRAIDA EN WINE & FOOD FESTIVAL - JUNIO

MÉXICO: MASTERCLASS CON PABLO BRAIDA - JUNIO

23

Realizar al menos 1 cata temática de vinos de alta gama en México para fortalecer la presencia del vino argentino en el sector gastronómico.

1- Cata temática con Pablo Braida MS



 **Pendiente**
Junio 2023

Generar 1 actividad para bodegas que quieran abrir nuevos mercados en LATAM.

1- AWTC
2- Cata temática con Pablo Braida MS



 **Pendiente**
Junio 2023

Duplicar la cantidad de bodegas que participen en Prowine Sao Paulo.

Referencia 2022: 20 bodegas

1- Prowine Sao Paulo



 **Pendiente**
Octubre
2023: 36 inscriptas

Realizar al menos 1 acción de promoción y/o educativa en Brasilia, Salvador de Bahía, Sao Paulo, Rio de Janeiro y Belo Horizonte.

- 1- MWD en Salvador de Bahía (Copello)
- 2- MWD en SP (ABS)
- 3- MWD en RJ (Copello)
- 4- Tasting en Brasilia
- 5- Tasting en Belo Horizonte



Realizar al menos 3 actividades con retailers en México y aumentar las ventas de #VinoArgentino.

- 1. MWD en La Castellana
- 2. Mes del Malbec en Walmart
- 3. MWD en Costco



ASIA & CHINA

23

Objetivos 2023

- Capacitar sobre Argentina a un **40% más** del *trade* y periodistas de diferentes ciudades.
- China: Aumentar el tráfico y las ventas de las tiendas online: incremento de **40%** de las ventas en Tmall y **45%** en JD.
- China: Redes sociales:
 - Crear más contenido *peer-like* auténtico para incrementar un **109%** la participación en las redes sociales de las consumidoras mujeres sobre el Vino Argentino.
 - Atraer más seguidores (**135 %**) que en 2022.
 - Obtener **rendimiento más eficiente a menor costo por seguidor.**

Sherry Pei

China Manager

sherry@winesofargentina.com



CHINA
2023



PROWINE BEIJING WEEKEND - MAYO 2023

WOFA TMALL / JD - ANUAL

ARGENTINA WINE EDUCATION SYSTEM - ANUAL

WOFA SOCIAL MEDIA - ANUAL

CFDF CHENGDU WINE FAIR - ABRIL 2023

MWD 2023 EVENTS TRADE TASTING + MASTER CLASS AT BEIJING OR CHENGDU, GUANGZHOU, SHANGHAI (LIKE A MALBEC ROADSHOW) - ABRIL 2023

MALBEC GUIMI DAY PARTY (ONLINE & OFFLINE) - ABRIL y AGOSTO- SHANGHAI

MALBEC & BEEF TASTING (ONLINE & OFFLINE) AT THE EMBASSY - ABRIL 17TH

VINEXPO SINGAPUR MAYO 2023

PROWINE SHANGHAI NOVIEMBRE 2023 (TBC)

23

ASIA & CHINA

OBJETIVOS 2023

ACTIVIDADES
(Resaltada = Ejecutada)

PROGRESO

23



Capacitar sobre Arg. a un 40% más del trade y prensa de diferentes ciudades.

Referencia 2022: 1.441

1- Malbec World Day en Shanghai, Beijing y Shenzhen
2- Congreso OIV
3- Seminario Sustenta-Vitis
4. Wines of Argentina Tasting in South Korea.



Objetivo 2023:
2.017 personas

China: Aumentar el tráfico y ventas en tiendas online: Tmall (40%) y JD (45%).

1- JD & Tmall (anual)



TMALL
Marzo: Crecimiento 10% (USD) 2022-2023.
Trimestral:
Crecimiento 4% (USD)



JD
Marzo: Crecimiento 33.5% (USD) 2022-2023.
Trimestral:
Crecimiento 17.5% (USD)

Actividades Ejecutadas

Crear más contenido *peer-like* auténtico para incrementar un 109% la participación en las redes sociales de las consumidoras mujeres sobre el Vino Argentino.

Referencia 2022: 16,531 mujeres



Enero-abril 2023
Total mujeres seguidoras a la fecha: **19.710**

Atraer + seguidores (135%) en 2023.

Referencia 2022: 32,525 followers



38.305 followers a la fecha

Obtener un rendimiento más eficiente a un menor costo por seguidor.

Referencia 2022: \$7.21 por seguidor



 **Pendiente**
Costo esperado por follower \$5.55 a diciembre 2023.

UK & EUROPA

23

OBJETIVOS 2023

- Llegar a todos los mercados escandinavos (Dinamarca, Noruega y Suecia).
- Aumentar las actividades en un 40%.
- Realizar dos catas temáticas en Reino Unido.
- Ayudar a la apertura de 2 nuevos mercados.

Analía Lucero

Market Liaison Manager
alucero@winesofargentina.com

Romina Ruiz

Market Liaison Assistant
rruiz@winesofargentina.com

Paula Valle

Market Liaison Assistant
pvalle@winesofargentina.com



**UK &
EUROPE**
2023



TRADE MASTERCLASS AND CONSUMER TASTING WITH VINMONOPOLET

TRADE MASTERCLASS AND CONSUMER TASTING NORWAY

ARGENTINA RELOADED - TRADE TASTING + MASTERCLASS / LONDRES

VISIT & TRADE TASTING POLAND

VISIT & TRADE TASTING FINLAND

TRADE MASTERCLASS FOR PRESS AND TRADE PROFESSIONALS IN IRELAND

23

UK & EUROPE

OBJETIVOS

ACTIVIDADES (Resaltada = Ejecutada)

PROGRESO

23



Llegar a todos los mercados escandinavos (Dinamarca, Noruega y Suecia).

Referencia 2022: 1.441

- 1- Wine dinner masterclasses, Oslo and Tønsberg - Norway
- 2- Trade and journalists tasting in Sweden
- 3- Trade tasting in Denmark



Pendiente

Mayo
Junio
Noviembre

Aumentar las actividades realizadas en un 40%.

- Vinexpo Paris
- Prowein Dusseldorf



EN DESARROLLO

A la fecha se realizó la misma cantidad de actividades que en 2022.

Realizar dos catas temáticas en Reino Unido.

- 1- MWD en UK
- 2- Tasting para pequeños productores en UK



EN DESARROLLO

Ayudar a la apertura de 2 nuevos mercados.

- 1- ARG Unsurpassed Trade Tasting and masterclass - Poland
- 2- Wine Fair in Dublin - Ireland
- 3- Wine fair for trade and consumers in Poland.



EN DESARROLLO

Actividades Ejecutadas



Malbec World Day 2023 (MWD)

Reporte final.

OBJETIVOS GENERALES



KPIs

Reconocimiento del evento MWD y de la categoría Malbec Argentino.

VTR

Impresiones

Viewability

Llevar **tráfico** al sitio web del evento.

Usuarios

Sesiones

Generar **interacción** con la marca y categoría, y los contenidos relacionados.

Engagement Rate

Eventos (en digital)

RESUMEN DE RESULTADOS. Campaña Digital

Período de campaña: 5 de abril al 5 de mayo



140M

IMPRESIONES

Periodo: 5/04 al 5/05

196K

CLICS



94,03%

VTR

INVERSIÓN NETA

149K USD

*Sin Impuestos

GOOGLE ADS (YouTube)

Impresiones: **23M**

Clicks: **5.5K**

CTR: **0.03%**

VTR: **94.03%**

Consumo:

USD (Google) \$ 97.8K

ARS \$ 19.7M

META (CROSS)

Impresiones: **79M**

Reach: **33M**

Clicks: **161K**

CTR: **2.02%**

Consumo:

USD \$47K

ARS \$ 10.8M

PROGRAMMATIC (DV360)

Impresiones: **37.8M**

Reach: **19.4M**

Clics: **30K**

CTR: **0.05%**

Consumo:

USD \$5.5K

ARS \$ 1.2M

Performance. Landing de campaña



Tráfico según mercados

- 1 Estados Unidos
- 2 Reino Unido
- 3 Brasil
- 4 Argentina

Eventos

430.3K
Clics en enlaces,
secciones, artículos
y navegación

Usuarios

2022 74.1K
2023 **93.8K**

Sesiones

2022 93.2K
2023 **102.3K**

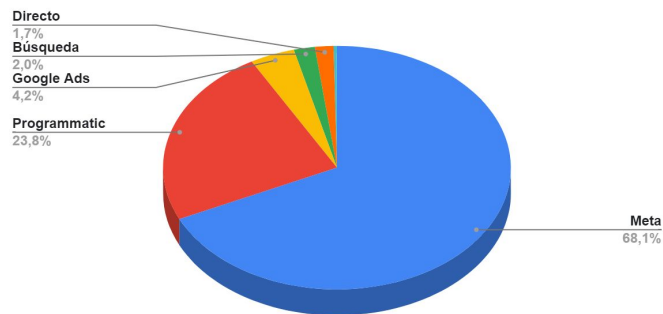
Rebote* 2022 76%

ER* 2023 **48%**

*La Tasa de Rebote (o *Bounce Rate*) no es más una medición importante con el nuevo estándar de GA4

*GA4 ahora mide *Engagement Rate* en los sitios, esto es, el promedio de interacción y comportamiento en la web

Fuente de tráfico según Sesiones



245

Notas totales*

**216** → (88%)
Gestiones**29** → (12%)
Menciones**\$17.7M**

VEP TOTAL

(Valor Estimado Publicitario)
\$17.757.960,33

*Corresponde a notas publicadas hasta el 28 de abril de 2023 inclusive.

PRENSA NACIONAL

Repercusiones

45

Repercusiones
en medios **TIER1**
con reiteraciones

Clarín
LA NACION
infobae
télam
El Cronista
PERFIL
ámbito

IProfesional

De 4000 a 95.000 pesos: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Clarín Malbec con alta repercusión y prensa internacional

Clarín Malbec con alta repercusión y prensa internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

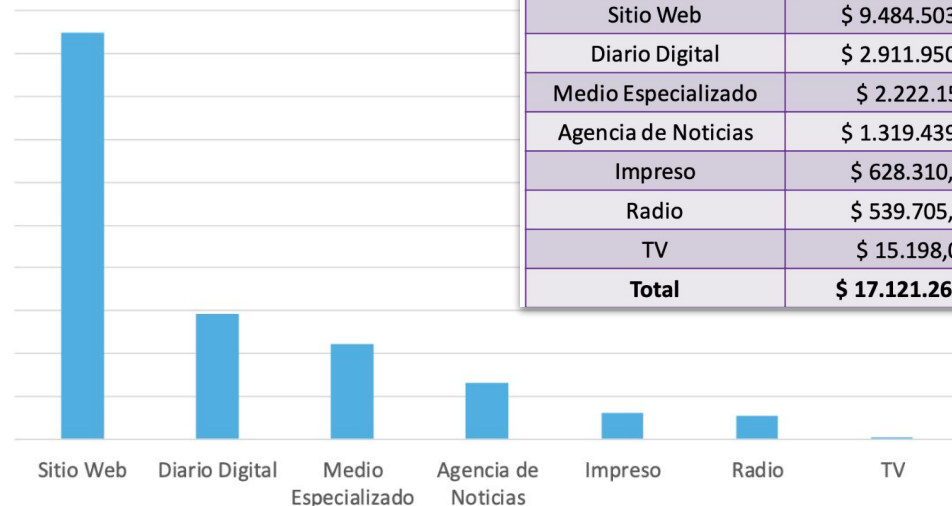
Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Cepa insignia de la Argentina: los 10 Malbecs más aclamados por la crítica internacional

Envío de gacetillas
con desarrollo de
material infográfico

VEP por tipo de medio



infobae

Últimas Noticias Política Economía Dólar hoy Deportes Sociedad Policiales Newsletters

OPINIÓN >

Cómo el Malbec argentino se convirtió en el Messi del vino

Este 17 de abril, celebramos el trabajo y la dedicación que llevó al Malbec a ser una variedad reconocida a nivel internacional. Similar al camino del capitán de la Selección Argentina de fútbol, a veces hace falta un poco de tiempo y perseverancia para consagrarse como un auténtico campeón del mundo

Por Alejandro Vigil

17 Abr. 2023

Escuchar Compartir

Gestión
columna de
opinión

PRENSA GLOBAL Repercusiones

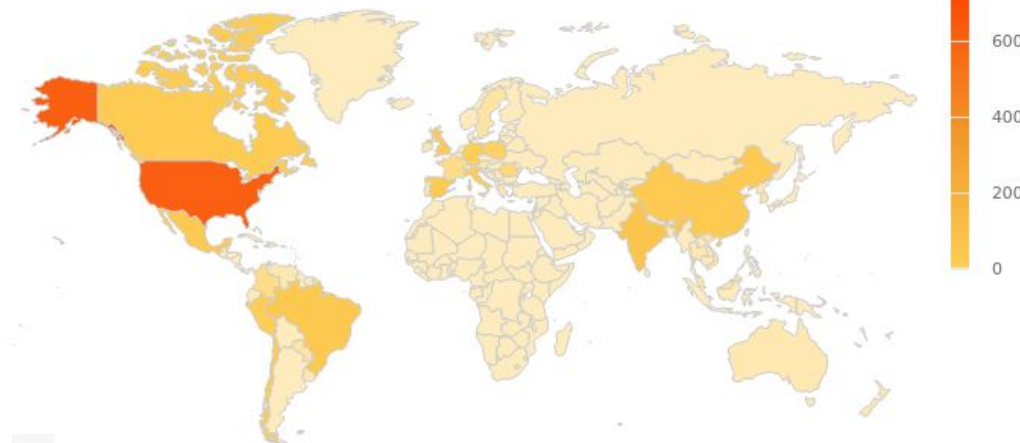
9.86M

ROI Global

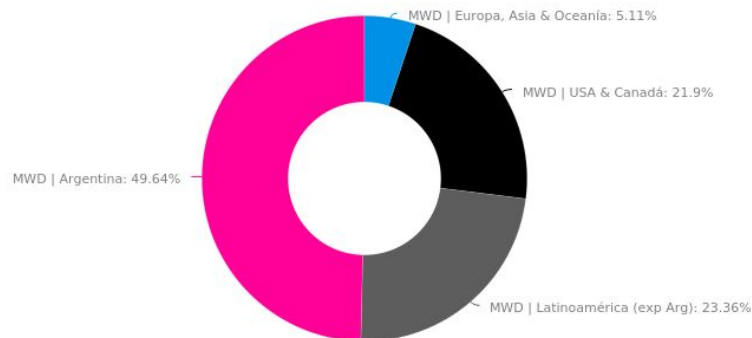
1066M

Potential Reach Global

Mapa de calor



Exposición
mediática





6

Varios

ADMINISTRACION

SITUACIÓN PAGOS AL EXTERIOR



NOVEDADES SUSTENTA-VITIS



- SECCIÓN EXCLUSIVA EN WEB WOFA

Activa

- WOMEN OF ARGENTINA

Activa

- FILTROS DE CERTIFICACIÓN

Mayo 2023

- MEET THE WINERIES VERDE

2º Semestre 2023

- ENCUENTRO SUSTENTA-VITIS

Septiembre 2023



- PROGRAMA DE INCENTIVO PARA LA CERTIFICACIÓN ORGÁNICA

PMV en progreso

- PROGRAMA DE APOYO PARA LA CERTIFICACIÓN PROTOCOLO DE SUSTENTABILIDAD

Próximo lanzamiento

- SEMINARIO-TALLER: “Mejoras en la Gestión del Viñedo y poda sustentable”

Junio 2023



- PROGRAMA DE APOYO PARA LA MEJORA DE GESTIÓN DE RESIDUOS

Inicio mediados mayo



- DESAFÍO DE INNOVACIÓN ABIERTA

Etapa 2024

SUSTENTA
VITIS

VARIOS

Reunión con autoridades de Coviar. Novedades.

Solicitud de asociación: productores de Vermut

VARIOS



Coviar

CORPORACIÓN VITIVINÍCOLA
ARGENTINA





FECHA

LUGAR / MODALIDAD

16 de mayo**San Juan** | Híbrida (virtual + presencial)**15 de junio****Salta** | Híbrida (virtual + presencial)**8 de agosto****Workshop Mendoza** | Híbrido (virtual + presencial)**5 de septiembre****Neuquén** | Híbrida (virtual + presencial)**3 de octubre****Mendoza** | Híbrida (virtual + presencial)**7 de noviembre****Buenos Aires** | Híbrida (virtual + presencial)**12 de diciembre****Mendoza** | Híbrida (virtual + presencial)



MUCHAS GRACIAS

San Juan

