

Workshop Estratégico

¿Cómo mejoramos el ROI
de nuestras acciones de MKT?

15 de agosto 2023

[Link grabación](#)



PROGRAMA

- 8.30 h. Acreditaciones.
- 9.00 h. Palabras de Bienvenida.
- 9.15 h. **Contexto Internacional: Mercados y Competidores en un Escenario Disruptivo**, a cargo de Daniel Rada, OVA.
- 10.45 h. Break
- 11.00 h. **Tendencias de Consumo: El Perfil del Consumidor de Vino Argentino en USA**, a cargo de Luis Osorio, IWSR/Wine Intelligence.
- 12.30 h. Almuerzo
- 14.00 h. **Estrategia “Phygital” de Wines of Argentina** a cargo del equipo WofA.
- 14.45 h. **Descifrando el Media Mix Perfecto: Cómo los Expertos en Marketing Están Logrando Resultados Extraordinarios** by GLOBANT Create Studio.
- 15.45 h. Conclusiones
- 16.00 h. Fin del Evento

Contexto Internacional: Mercados y Competidores en un Escenario Disruptivo

Daniel Rada, OVA

Workshop Estratégico

CONSUMO MUNDIAL

Workshop Estratégico

CONSUMO MUNDIAL

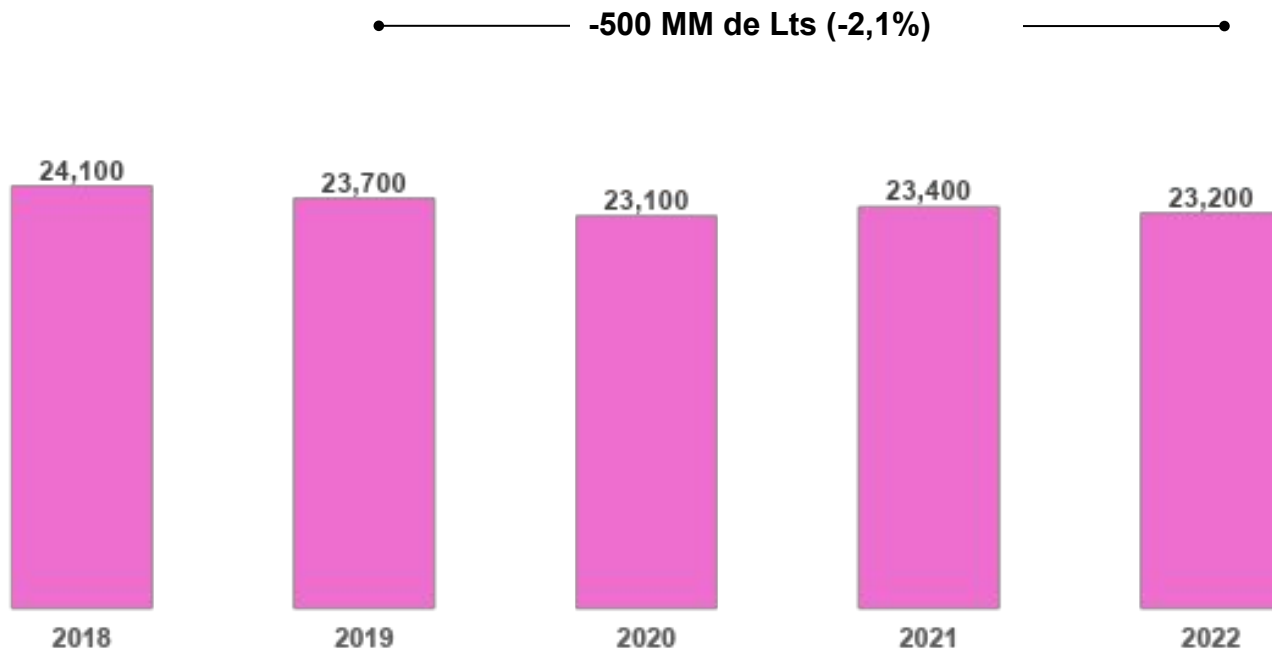
El consumo Mundial de vino disminuyó entre 2019 y 2022 unos 500 Millones de litros

Gran parte de esta reducción se debe a la caída de China (-620 MM Lts), Canadá (-50 MM Lts)

Crece el consumo en Sudáfrica (70 MM Lts), Brasil (67 MM Lts) y Portugal (60 MM Lts).

El consumo per cápita agrupa a parte de los principales consumidores en torno a los 25/26 Lts. P/C

CONSUMO MUNDIAL

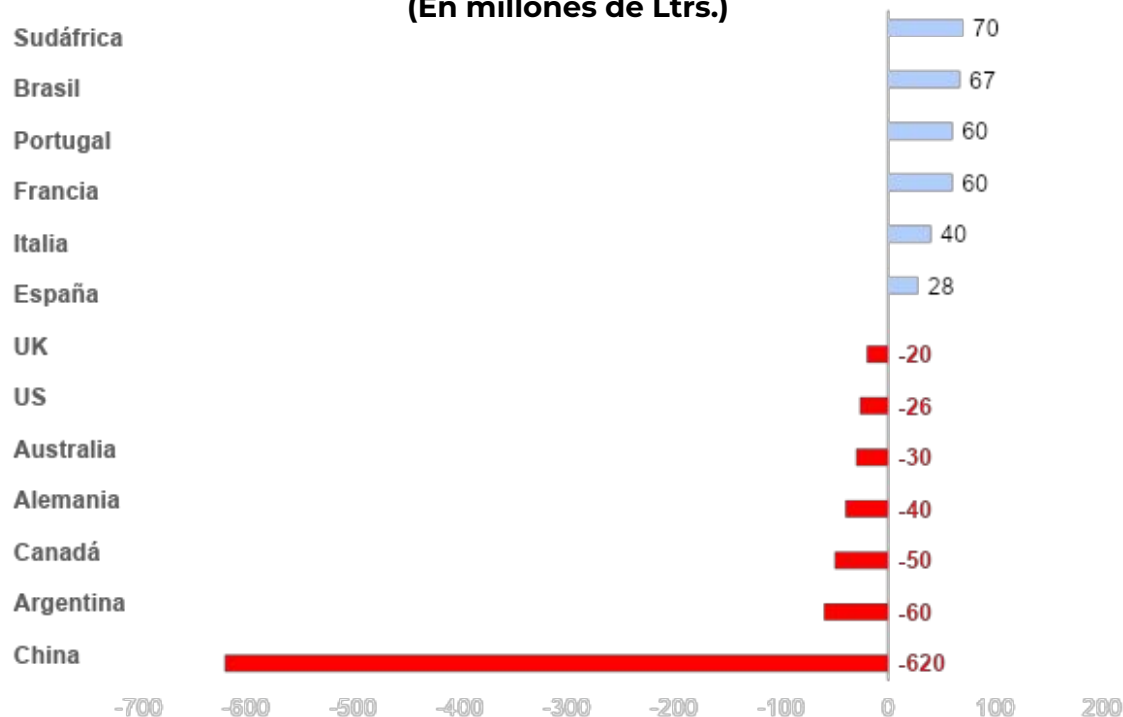


CONSUMO MUNDIAL - Variación 2022/2019 - Volumen

325 MM de
Lts.

-846 MM de
Lts.

Variación 2022 – 2019
(En millones de Ltrs.)



COMERCIO MUNDIAL

Workshop Estratégico

COMERCIO MUNDIAL - (2022/2019)

VOLUMEN (2022 Vs. 2019) – En Millones de litros

	2019	2022	Variación Absoluta	Variación %
Consumo Mundial	23.700	23.200	- 500	- 2%
Comercio Mundial	10.844	9.951	- 893	- 8%
Participación del Comercio	46%	43%		

COMERCIO MUNDIAL - IMPORTADORES (VALOR) - (2022/2019)

VALOR del comercio mundial: creció U\$S 4.182 millones (+11%).

IMPORTADORES: Principales incrementos

USA (+ U\$S 1.223 millones; +19%) y UK (+U\$S 640 millones; +14%)

IMPORTADORES: Principales disminuciones

China -U\$S 1.000 millones. Rusia -U\$S 272 millones.

EXPORTADORES: Principales incrementos

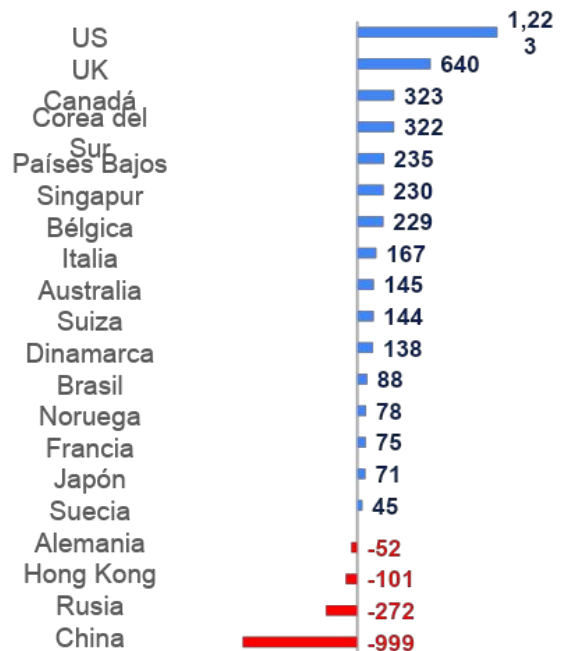
Francia (+U\$S 1.979 millones) y Italia (+ U\$S 1.089 millones)

EXPORTADORES: Principales disminuciones

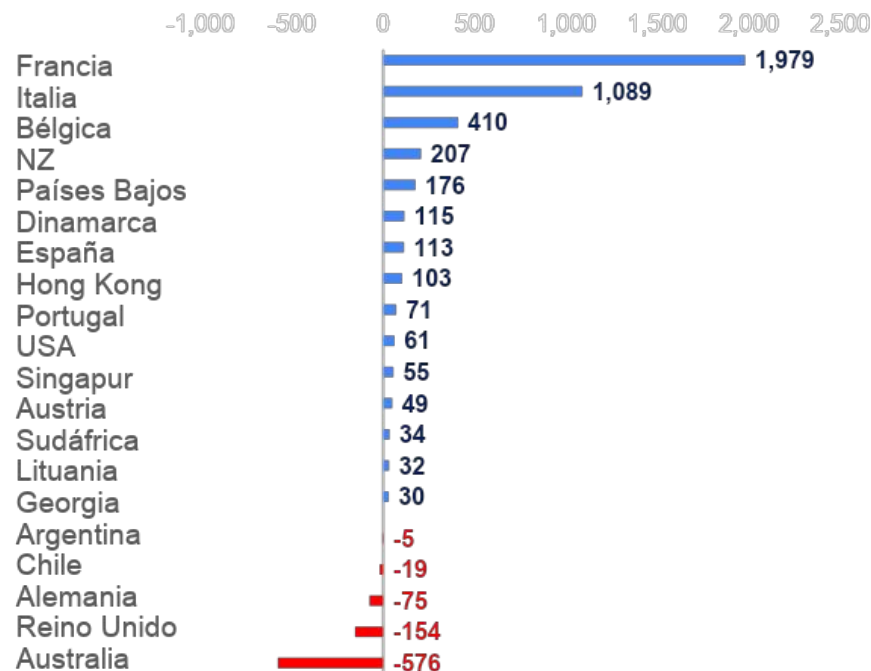
Australia -U\$S 575 millones.

COMERCIO MUNDIAL – (VALOR)

IMPORTADORES
Variación 2022 – 2019
(En millones de U\$S)



EXPORTADORES
Variación 2022 – 2019
(En millones de U\$S)



Fuente: OIV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

COMERCIO MUNDIAL – (VOLUMEN) - (2022/2019)

VOLUMEN del comercio mundial: cayó **893 MM Lts (-8%)**.

IMPORTADORES: Principales aumentos.

Países Bajos (+315 MM Lts.) y USA (+209 MM Lts.).

IMPORTADORES: Principales disminuciones.

China (**-275 MM Lts**), Alemania (**-131 MM Lts**) y UK (**-103 MM Lts**)

EXPORTADORES: Principales aumentos.

Bélgica (+100 MM Lts.) y Canadá (+43 MM Lts.).

EXPORTADORES: Principales disminuciones.

Australia (**-94 MM Lts**), España (**-86 MM Lts**), Argentina (**-53 MM Lts**), Chile (**-39 MM Lts**),

PRINCIPALES MERCADOS DE IMPORTACIÓN



ESTADOS UNIDOS

ESTADOS UNIDOS



Las importaciones de USA muestran una tendencia CRECIENTE en VALOR y VOLUMEN.

En VOLUMEN, el vino FRACCIONADO se mantiene, pero pierde participación.

Como contrapartida, el VOLUMEN de ESPUMANTES y GRANEL crece en participación.

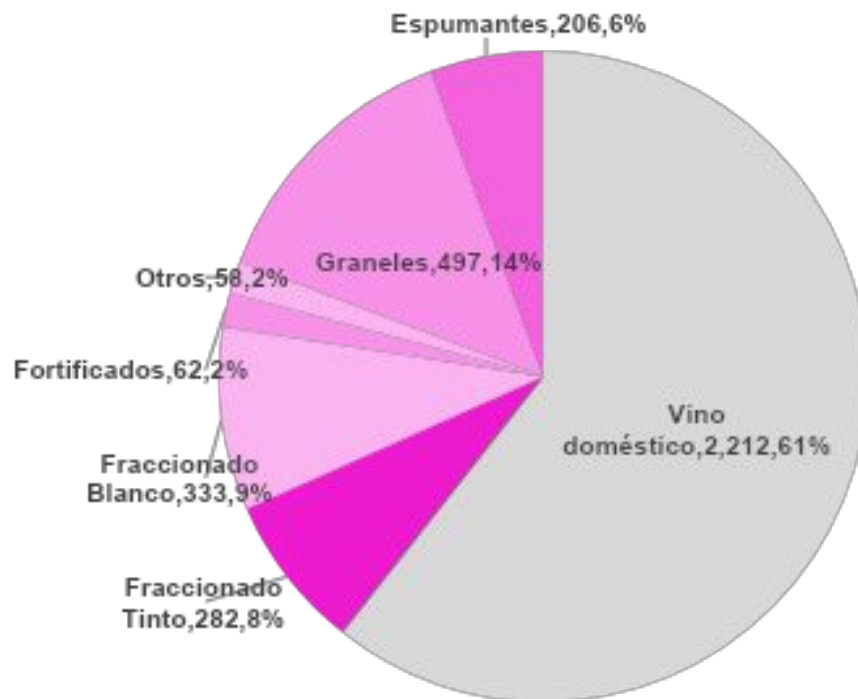
Dentro de FRACCIONADOS, crecen el VOLUMEN de BLANCOS y FORTIFICADOS. Disminuye el VOLUMEN importado de TINTOS

Aunque con baja participación, crecen las importaciones de vinos ORGÁNICOS.

EE.UU. - Composición de la Demanda 2022

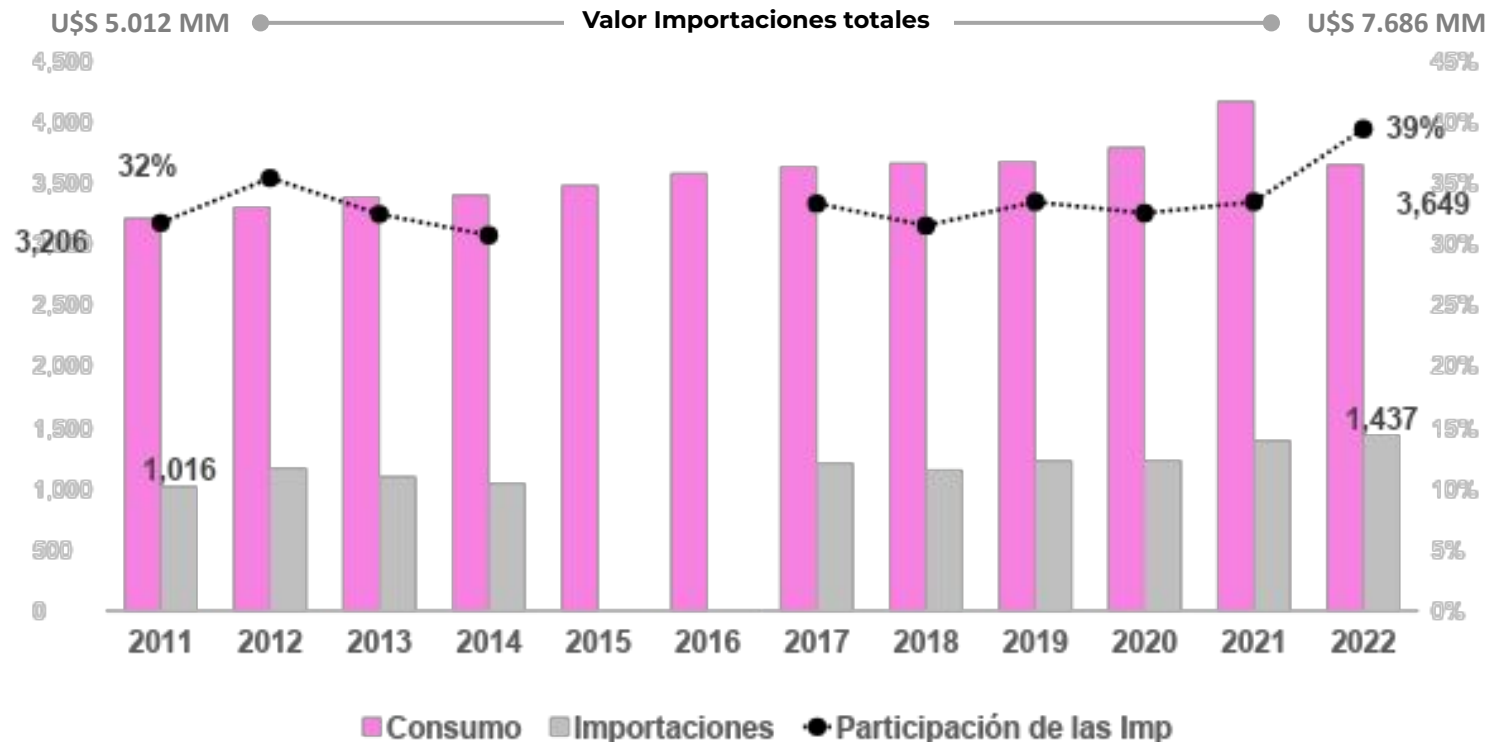


RETAIL TOTAL: 3.649 MM Lts.



Fuente: OIV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

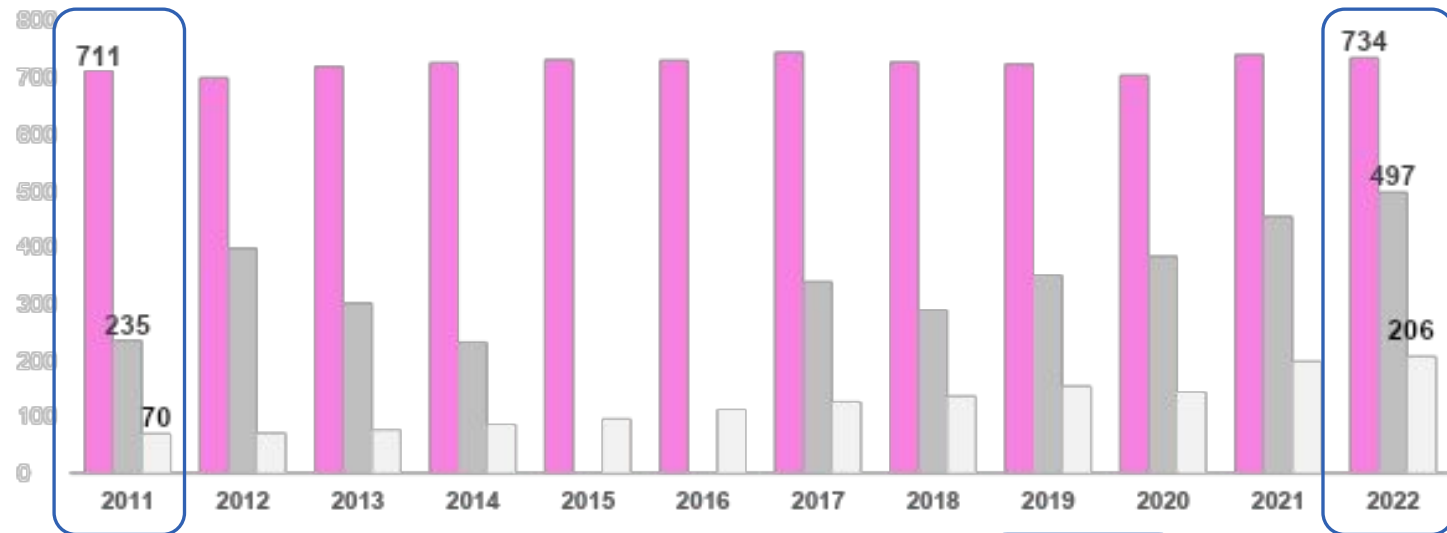
EE.UU. - Consumo e Importaciones (VOLUMEN)



EE.UU. - Composición de la Demanda por Importaciones



U\$S 3.966 MM Valor Fraccionado U\$S 5.165 MM
 U\$S 811 MM Valor Espumantes U\$S 1.910 MM



Fraccionado 70%
 Granel 23%
 Espumante 7%

Espumante

■ Fraccionado

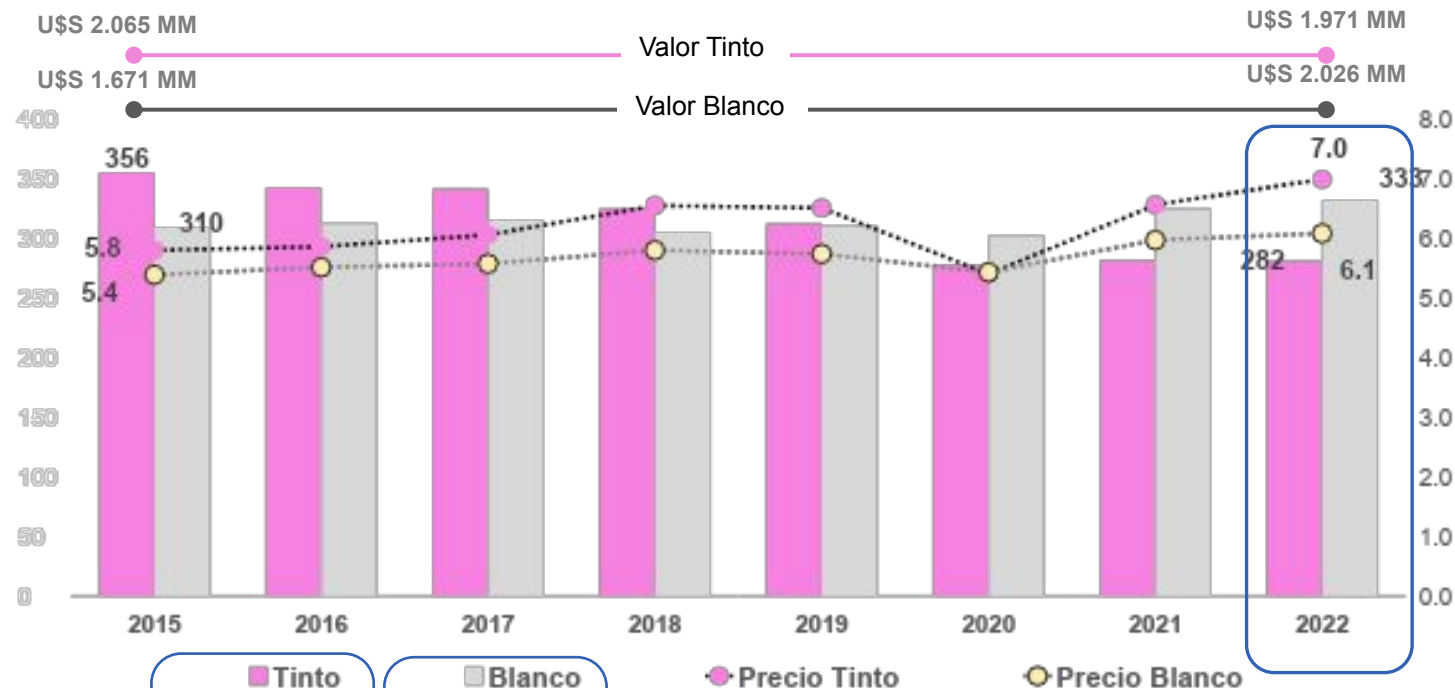
■ Granel

Canadá (33%)
 Australia (17%)
 NZ (15%)
 Argentina (10%)

Italia (40%)
 Francia (11%)
 España (11%)

Fraccionado 51%
 Granel 35%
 Espumante 14%

EE.UU. - Composición de la Demanda por Importaciones



Tinto

- Italia (33%)
- Francia (17%)
- Argentina (15%)
- Chile (10%)

Blanco

- Italia (40%)
- NZ (19%)
- Francia (11%)
- Australia (11%)

Tinto 38%
Blanco 45%

EE.UU. - Variaciones (Ene May 2023 - Ene May 2022)



	VOLUMEN (MM de Lts.)	PRECIO	VALOR (MM de U\$S)	EXPORTADORES (MM de Lts.)
Fraccionado Total	4	8 %	180	
Fraccionado Blanco	13	6 %	126	NZ (+10 M L)
Fraccionado Tinto	-5	12 %	51	Italia (-2) Australia (-2) Argentina (-1,5)
Fraccionado Fortificado	-4	12 %	-25	
Espumante	-3	7 %	17	Francia (-5)
Granel	-17	-5 %	-26	Chile (-32) Sudáfrica (-14) Argentina (-7)

Fuente: Centro Internacional de Comercio (ITC)



REINO UNIDO



REINO UNIDO



VOLUMEN

Estable hasta 2020 y decreciendo en los últimos dos años
(1.304 MM de L. en 2022)

Fraccionado disminuyendo desde 2015. Blancos caen más que Tintos.

Pérdida de participación de Fraccionados (49% en 2022) y
Crece participación de Espumantes (13% en 2022)

PRECIOS

Creciendo desde 2016.
(U\$S 3,9/Litro en 2022)

Fraccionados (U\$S 4,9/L) y Espumantes (U\$S 7,5/L) creciendo desde 2016.

Tintos (U\$S 6,1/L) con mayor crecimiento que Blancos (U\$S 3,6/L).

VALOR

Crece desde 2016
(U\$S 5.038 MM en 2022)

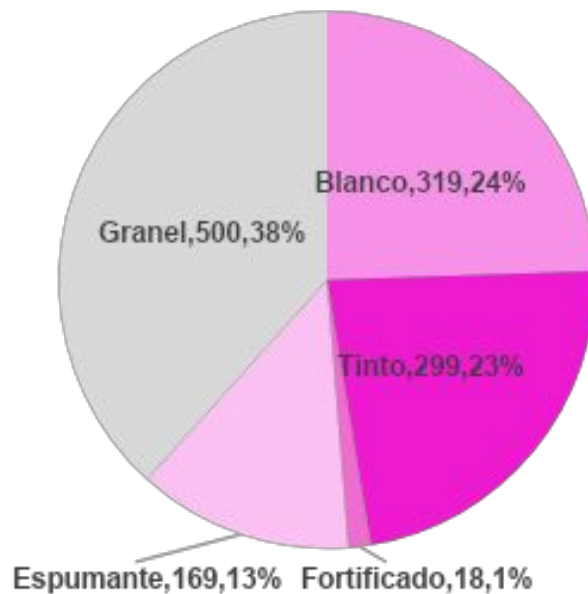
Fraccionado crece en valor. Tintos más que blancos.

Pérdida de participación de Fraccionados (61% en 2022) y
Crece participación de Espumantes (25% en 2022)

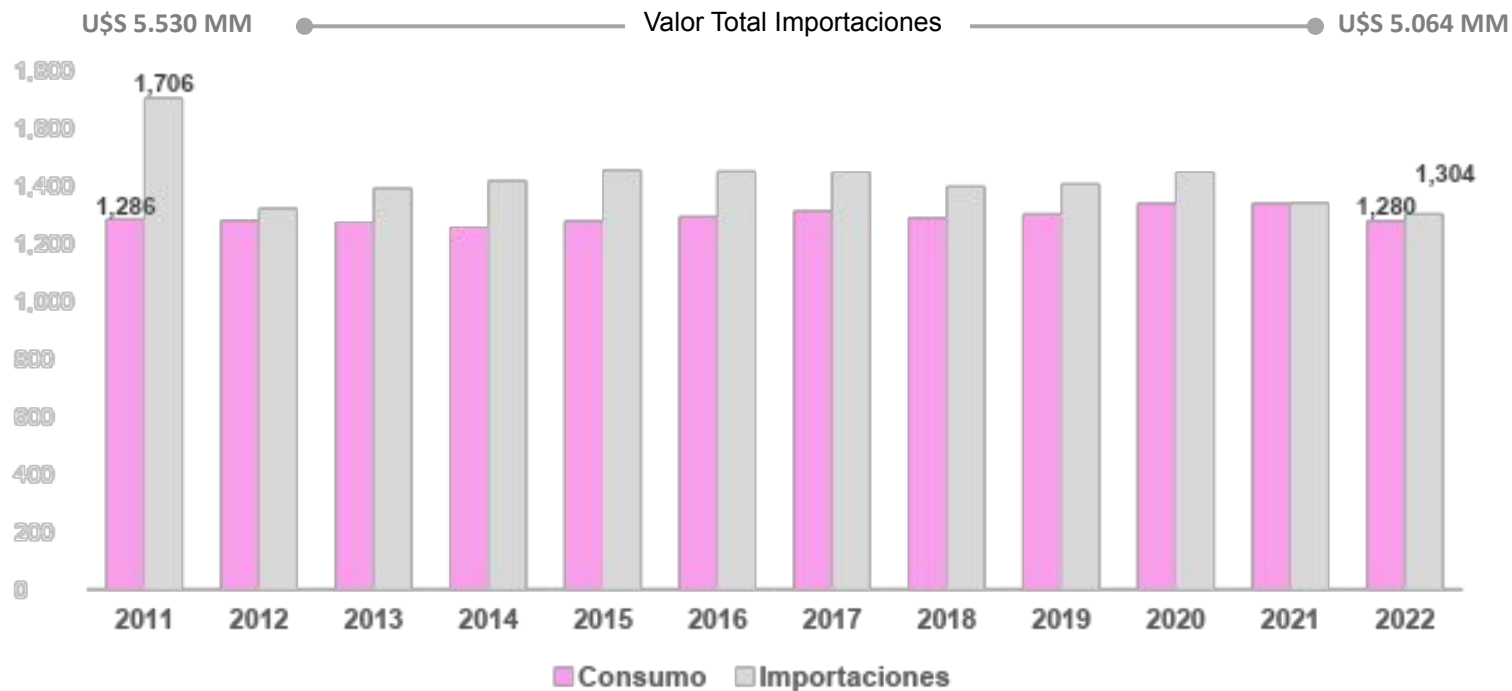
UK - Composición de la Demanda 2022



RETAIL TOTAL: 1.280 MM Lts.

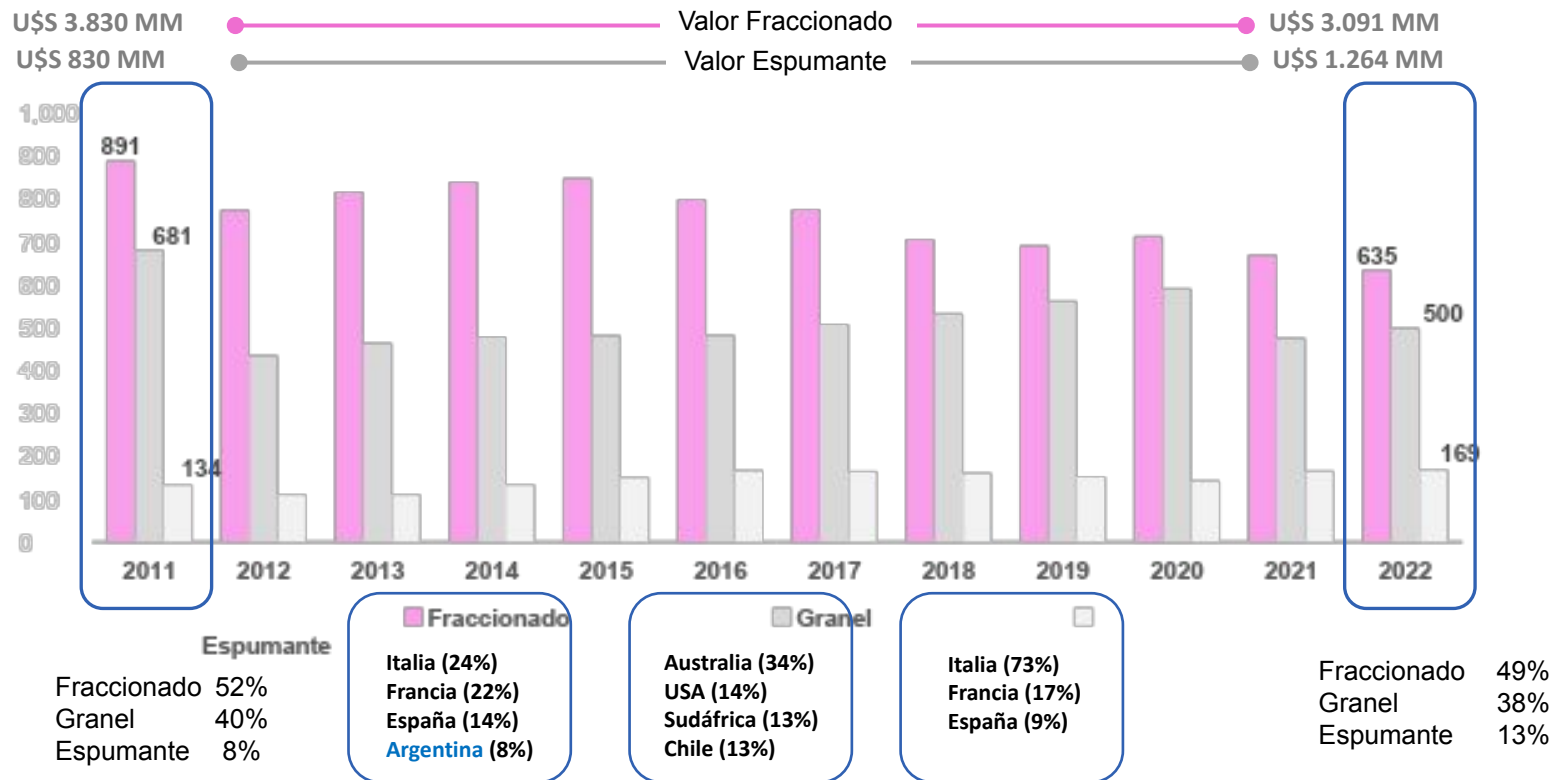


UK - Consumo e Importaciones (VOLUMEN)



Fuente: OIV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

UK - Composición de la Demanda por Importaciones

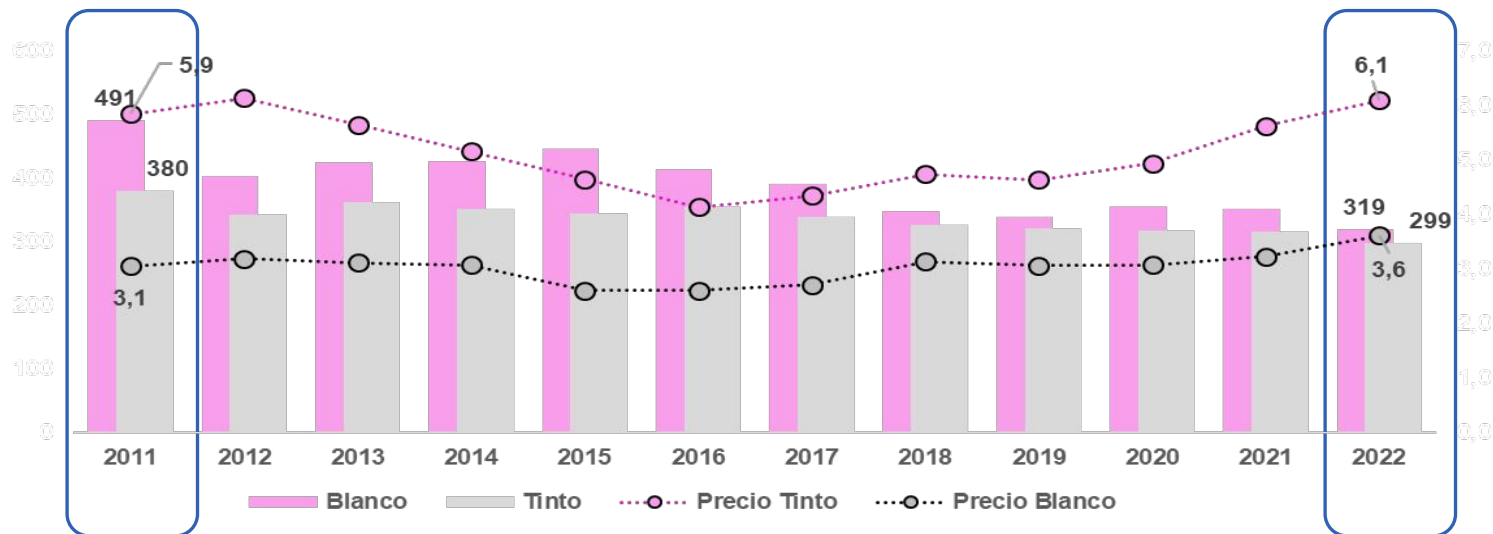


Fuente: OIV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

UK - Composición de la Demanda por Importaciones



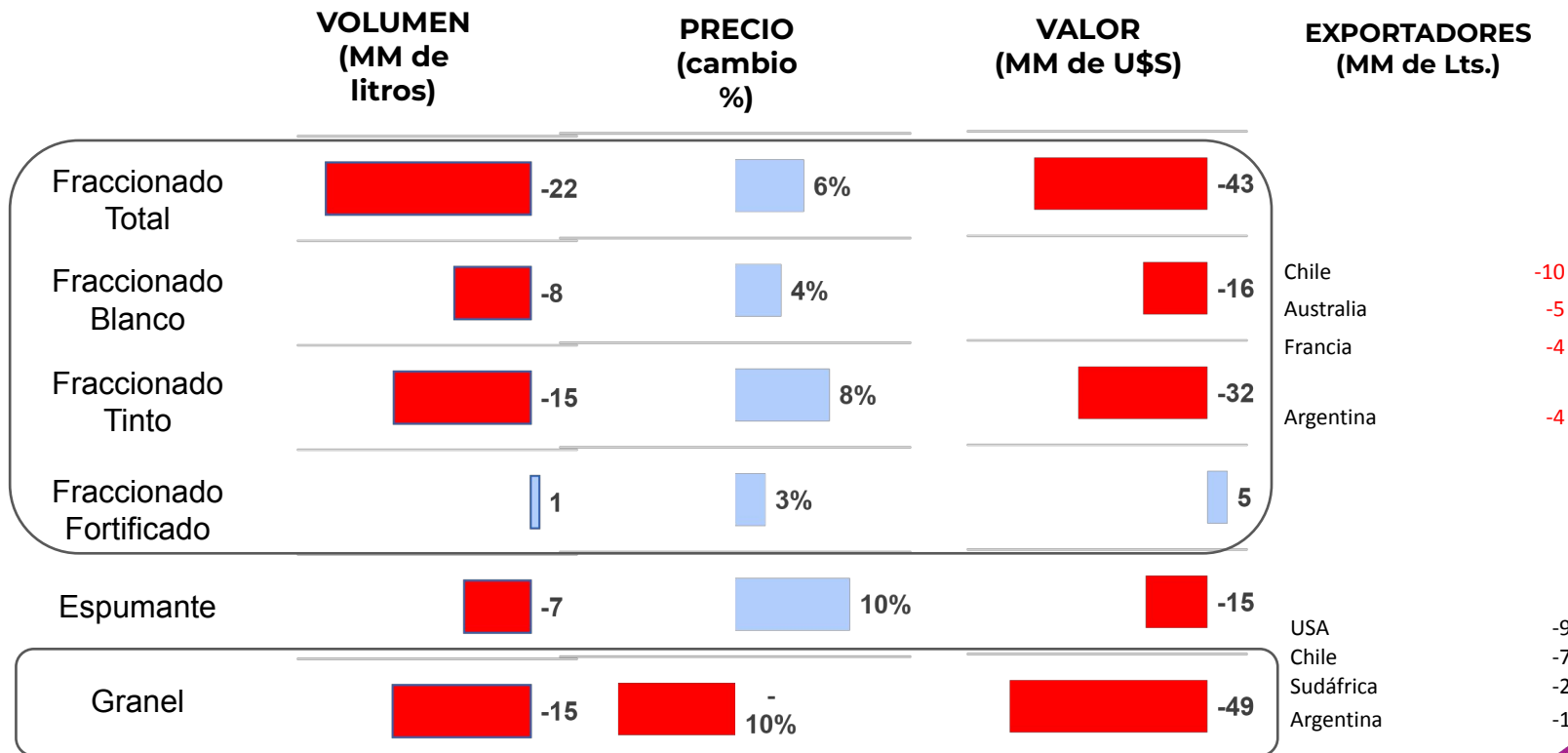
U\$S 1.501 MM Valor Tinto U\$S 1.154 MM
U\$S 2.225 MM Valor Blanco U\$S 1.824 MM



Blanco 55%
Tinto 43%

Blanco 50%
Tinto 47%

UK - Variaciones (Ene May 2023 - Ene May 2022)



Fuente: OIV y Centro Internacional de Comercio (ITC)



BRASIL

BRASIL - Tendencias



Brasil crece en consumo de vino.

Las importaciones de Brasil crecen en valor y volumen, pero con precios promedios decrecientes. CRECIMIENTO DEL VALOR SUSTENTADO EN CANTIDADES y NO EN PRECIOS.

Mayor crecimiento en las importaciones de Tintos, aunque también crecen los Blancos.

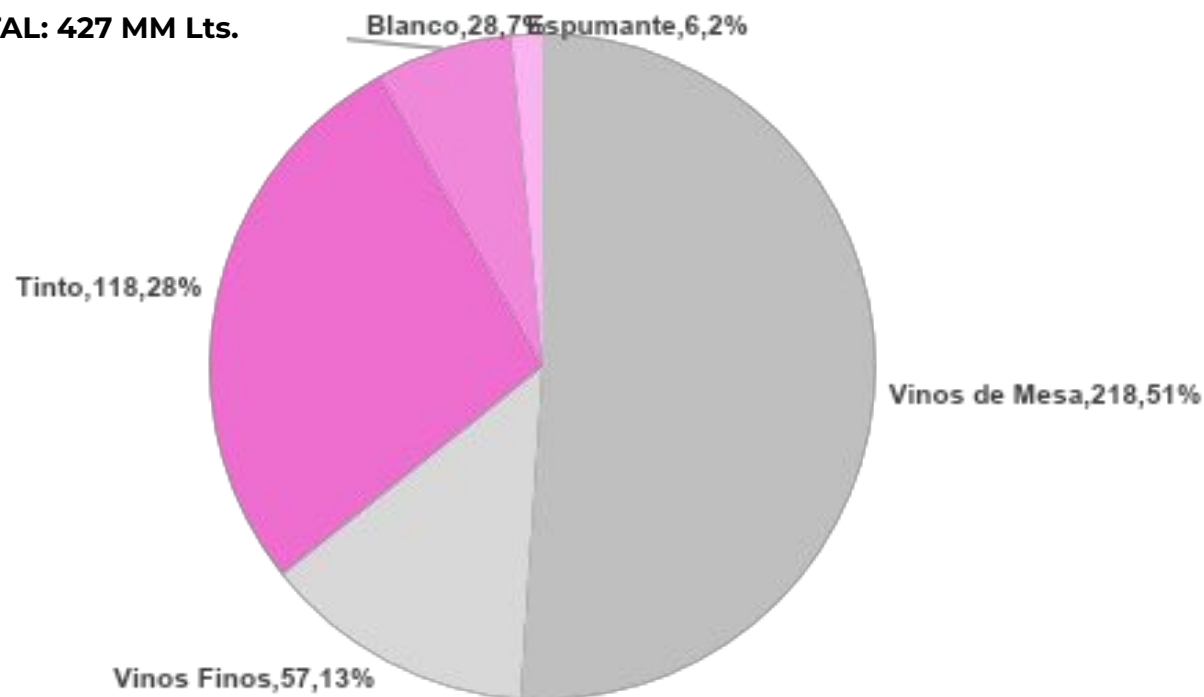
Aunque con baja participación, los espumantes muestran un crecimiento.

Durante el primer semestre de 2023 se observa leve disminución del volumen, y estabilidad del valor.

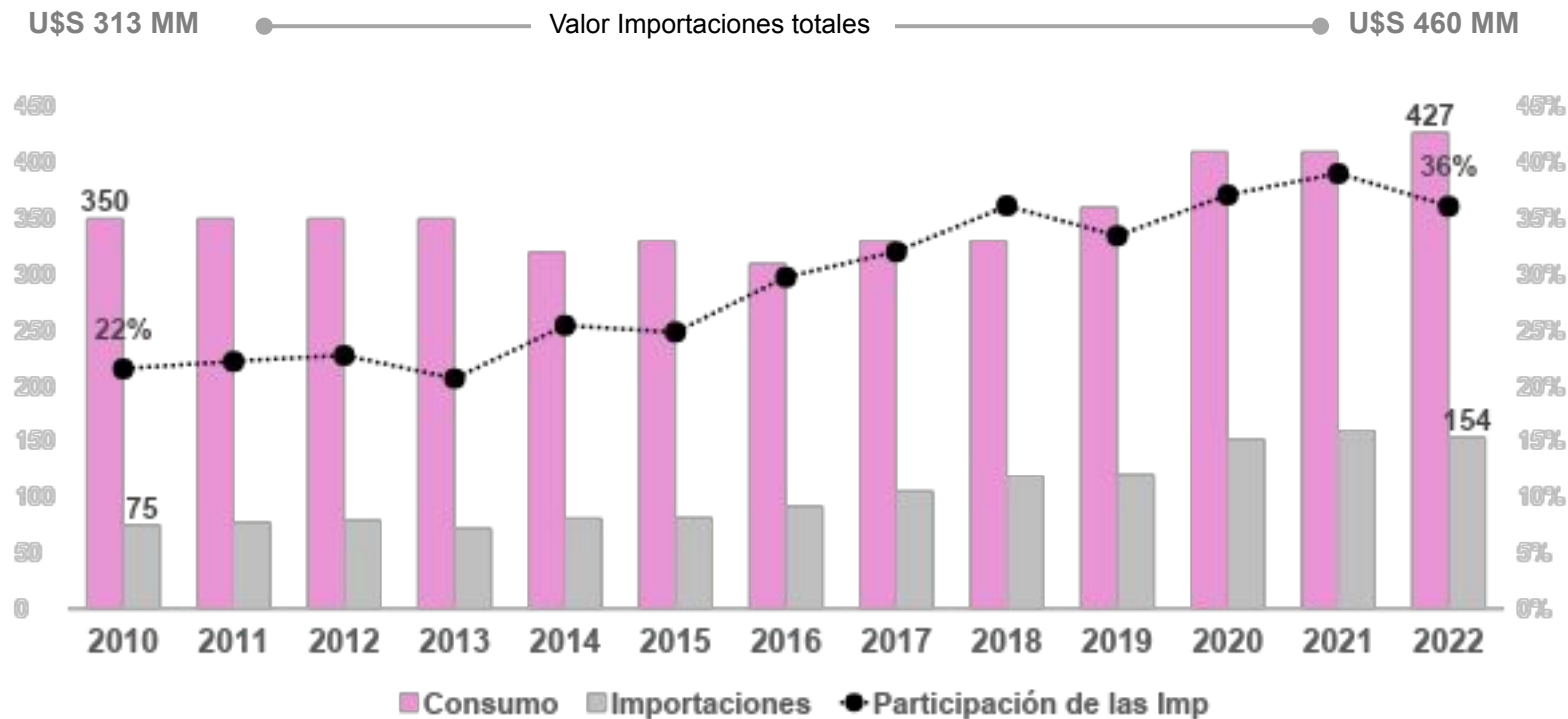
BRASIL - Composición de la Demanda 2022



RETAIL TOTAL: 427 MM Lts.

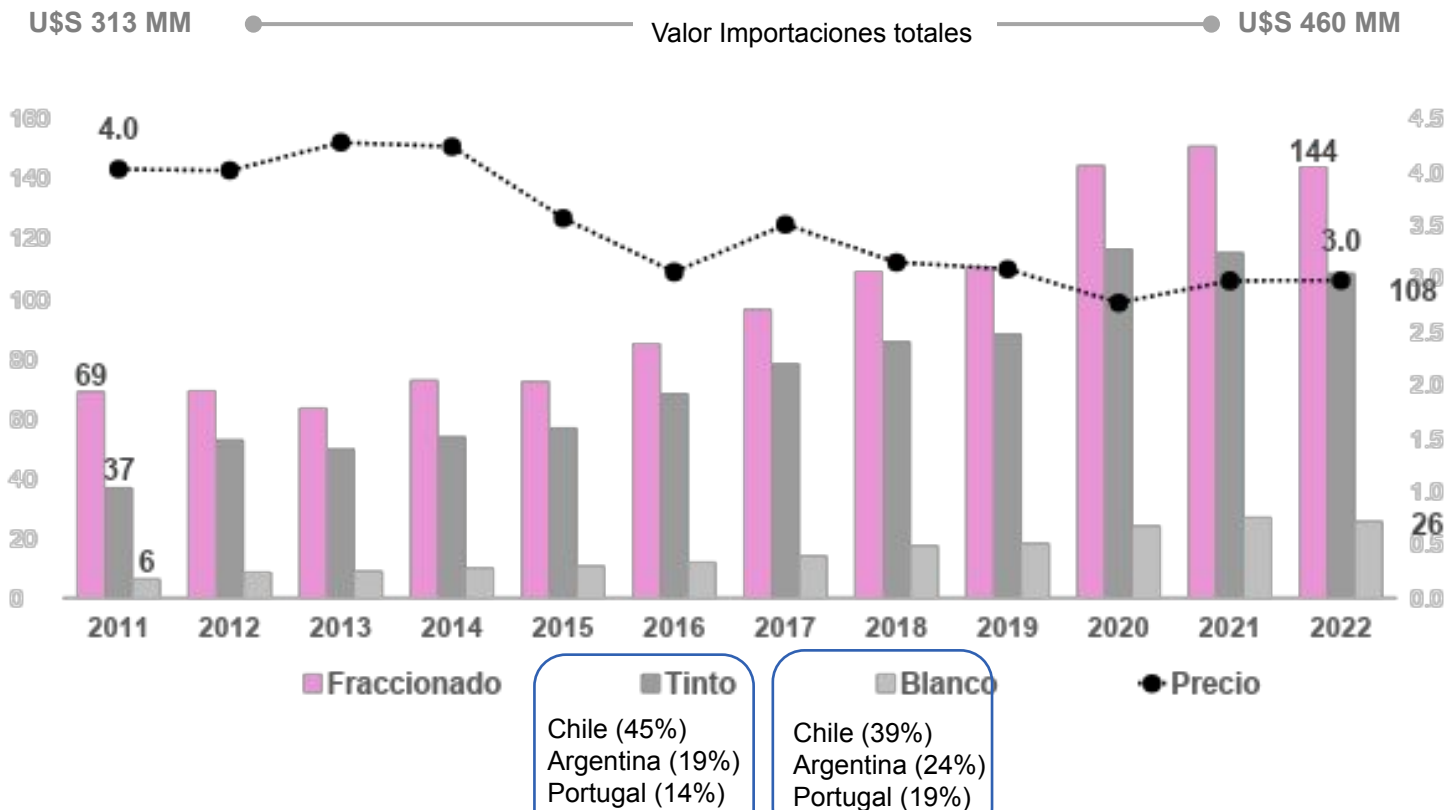


BRASIL - Consumo e Importaciones

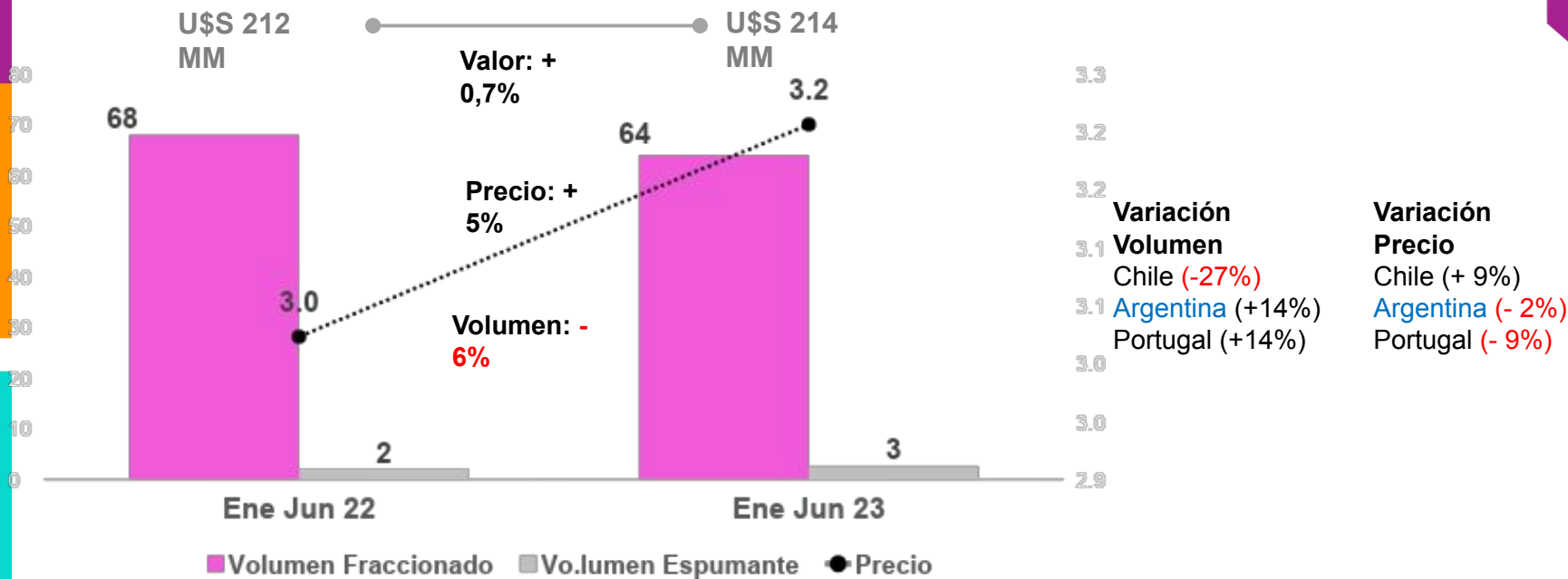


Fuente: OIV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

BRASIL - Composición de la Demanda por Importaciones



BRASIL - Variaciones (Ene Jun 2023 vs. Ene Jun 2022)





CHINA

CHINA - Tendencias



China disminuye fuertemente su consumo.

Las importaciones siguen el mismo comportamiento decreciente, tanto en valor como en volumen.

Demanda por importaciones con fuerte sesgo a vinos tintos.

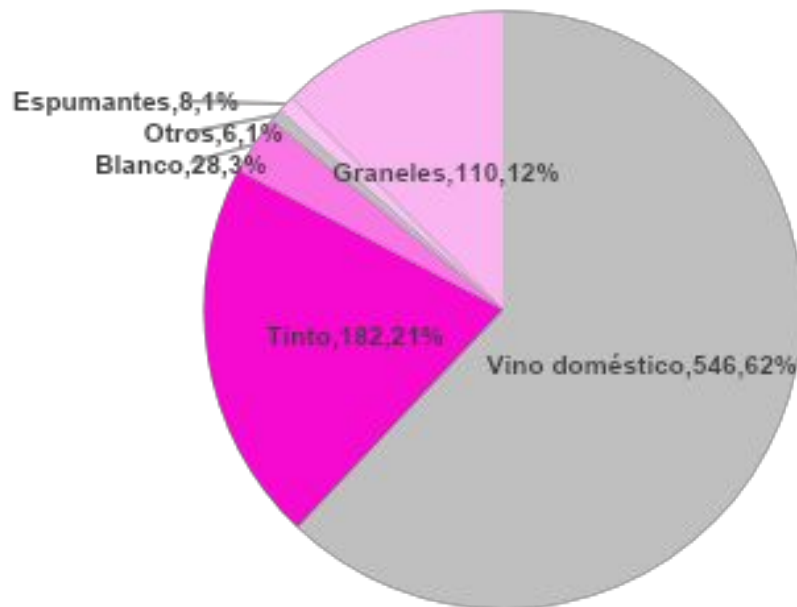
Aumento de la participación relativa de graneles respecto a fraccionados.

Durante el primer semestre de 2023 se mantienen los comportamientos observados hasta 2022,

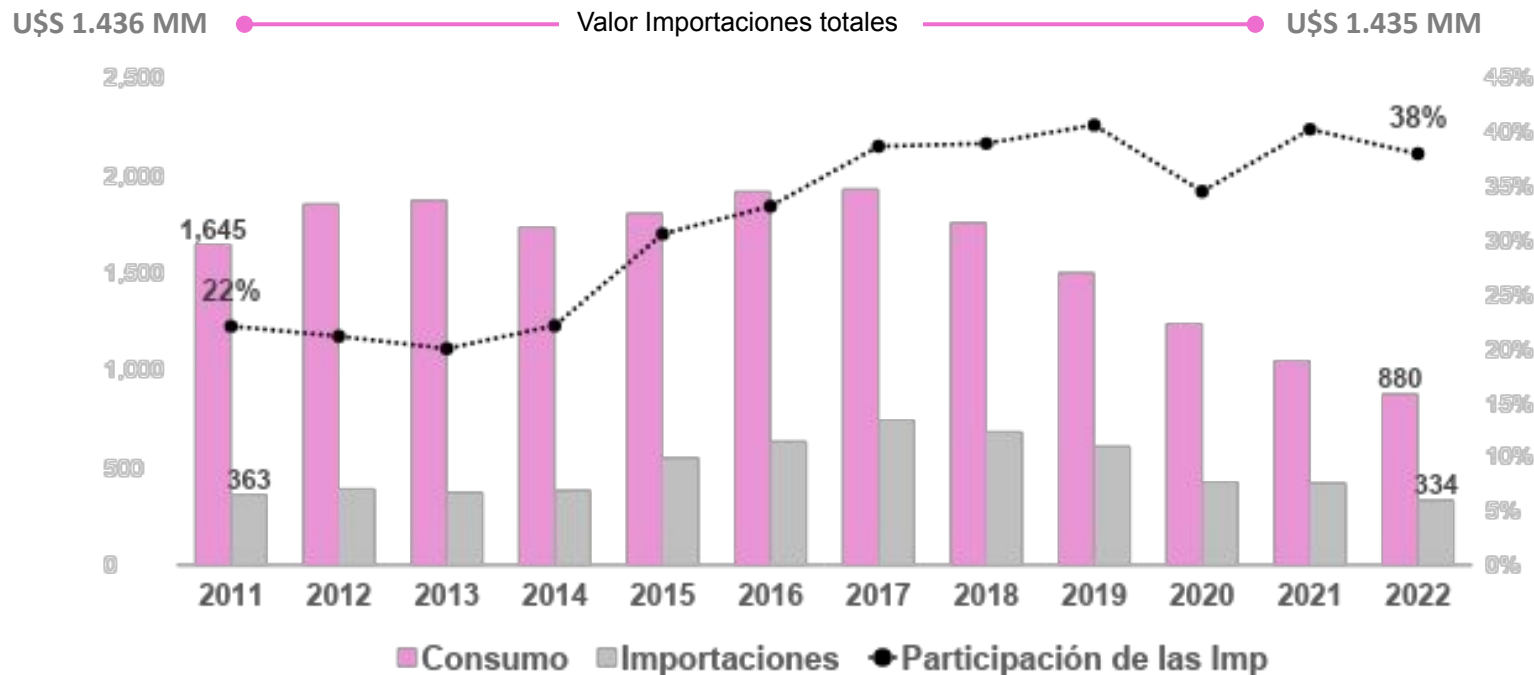
CHINA - Composición de la Demanda 2022



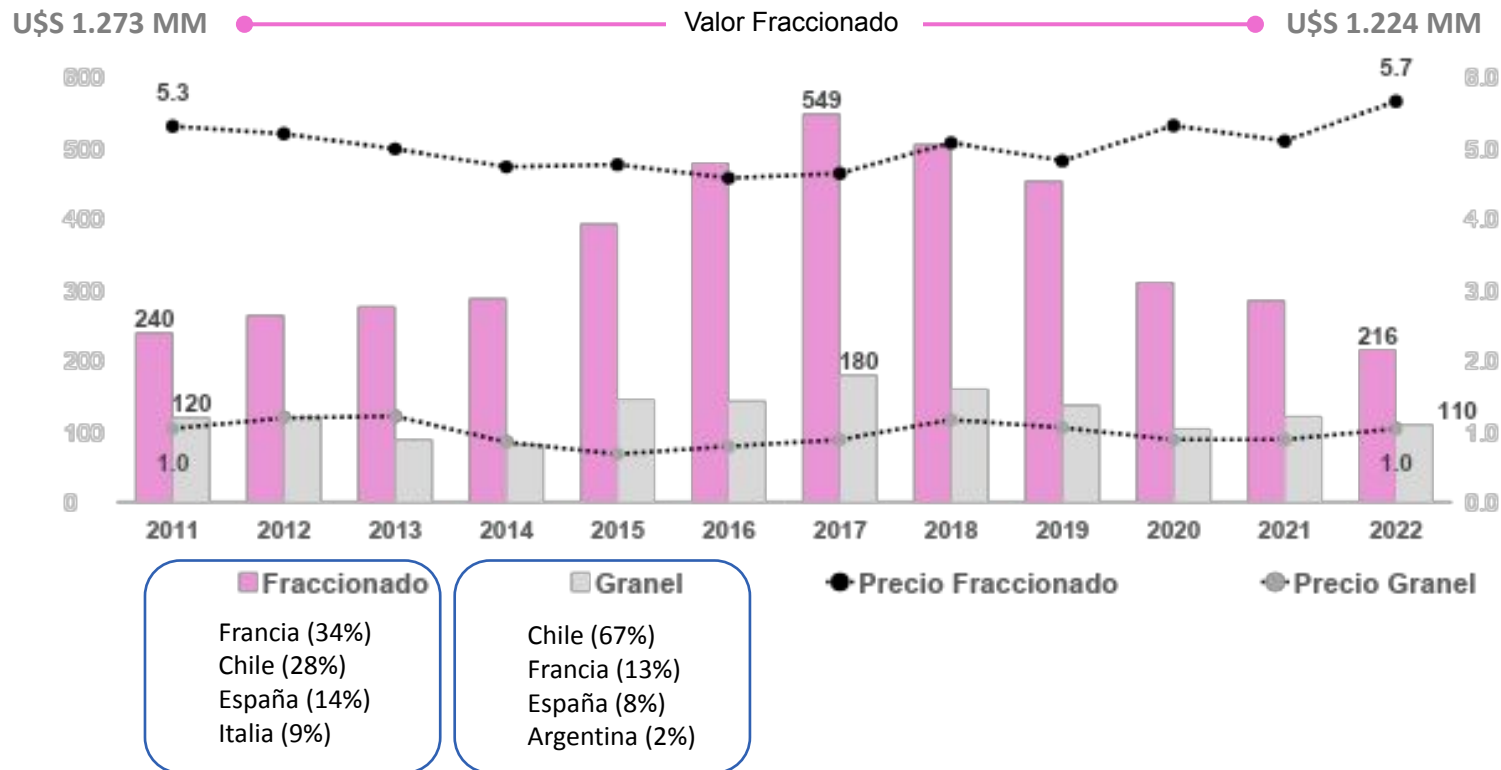
RETAIL TOTAL: 880 MM Lts.



CHINA - Consumo e Importaciones

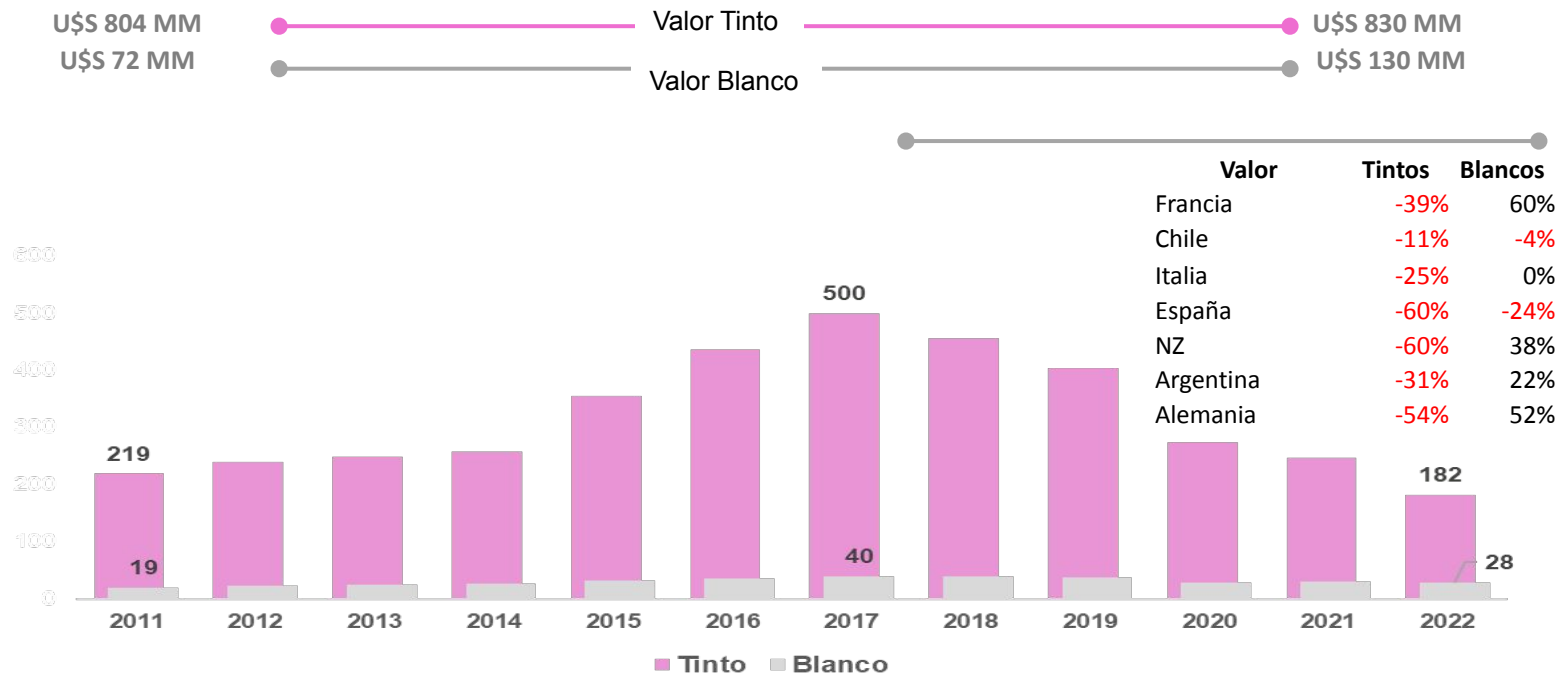


CHINA - Composición de la Demanda por Importaciones

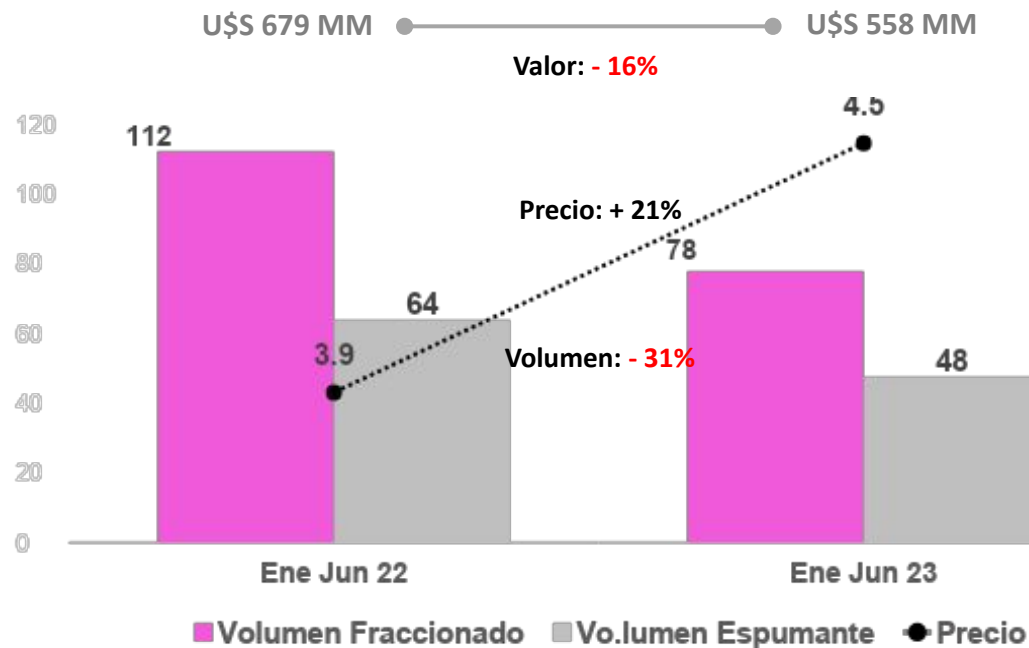


Fuente: OIV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

CHINA - Composición de la Demanda por Importaciones



CHINA - Variaciones (Ene Jun 2023 vs. Ene Jun 2022)



Exportador	Variación Absoluta	Variación %
NZ	2	21%
Argentina	-2	-24%
Italia	-10	-16%
España	-17	-38%
Francia	-27	-10%
Chile	-60	-43%

Exportador	Variación % Precio
Argentina	36%
Francia	10%
Chile	3%
Italia	-6%
NZ	-18%

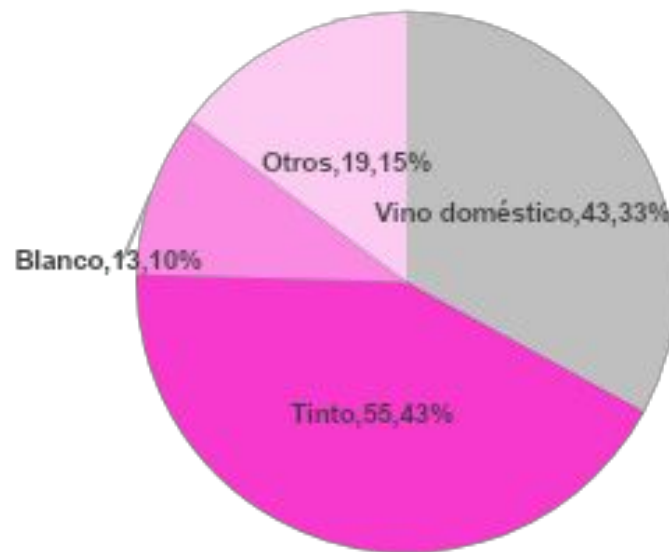


MÉXICO

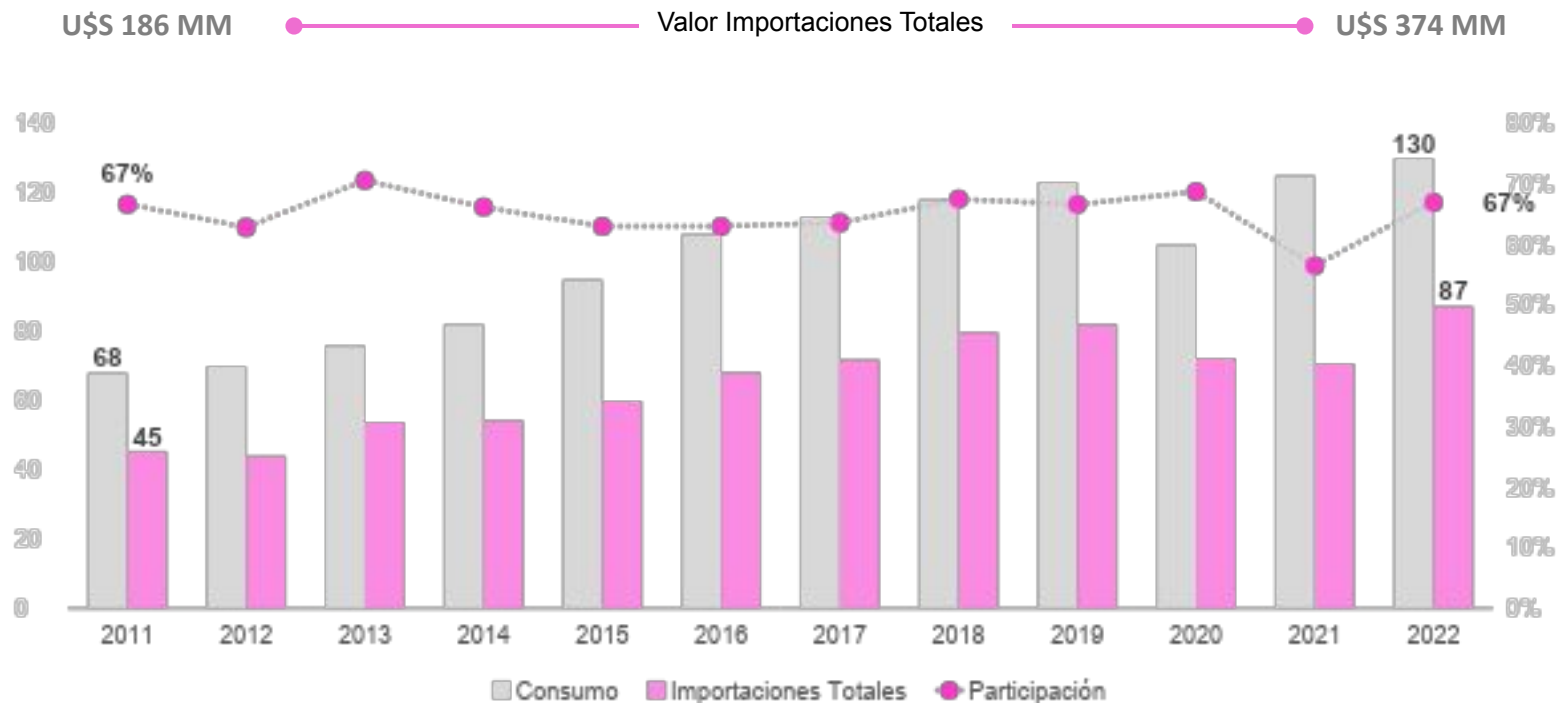
MÉXICO - Composición de la Demanda 2022



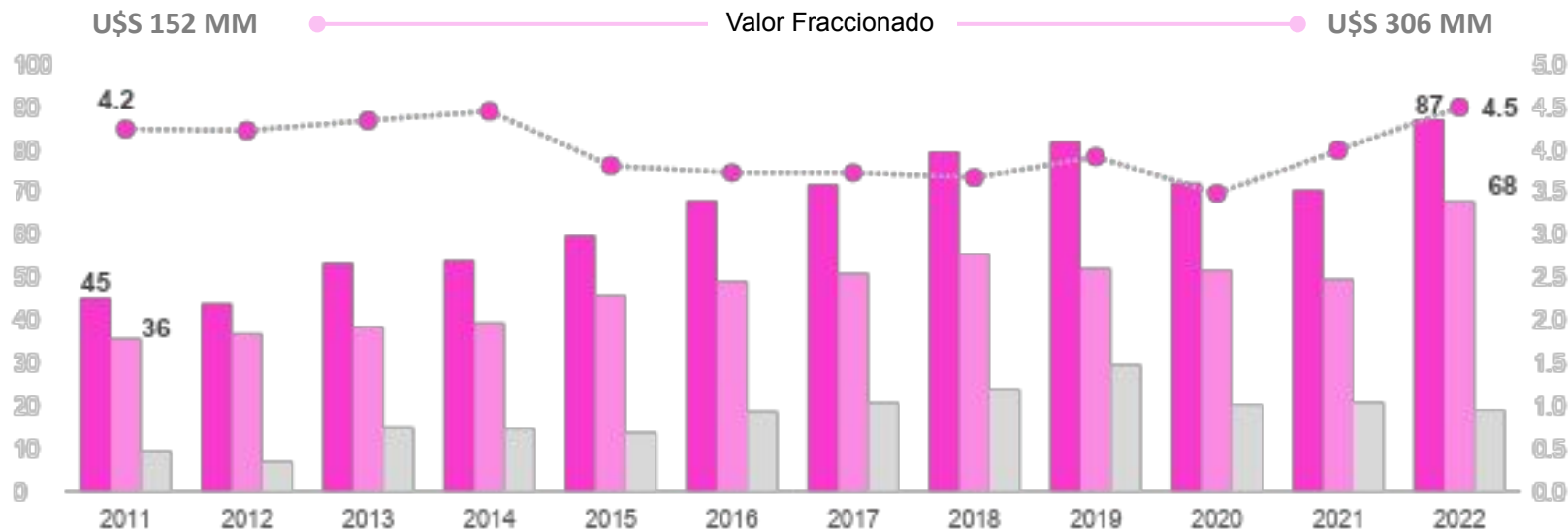
RETAIL TOTAL: 130 MM Lts.



MÉXICO - Consumo e Importaciones



MÉXICO - Composición de la Demanda por Importaciones



■ Importaciones Totales

■ Fraccionado

■ Otros

● Precio Fraccionado

Chile	26%
España	25%
Italia	23%
Argentina	12%

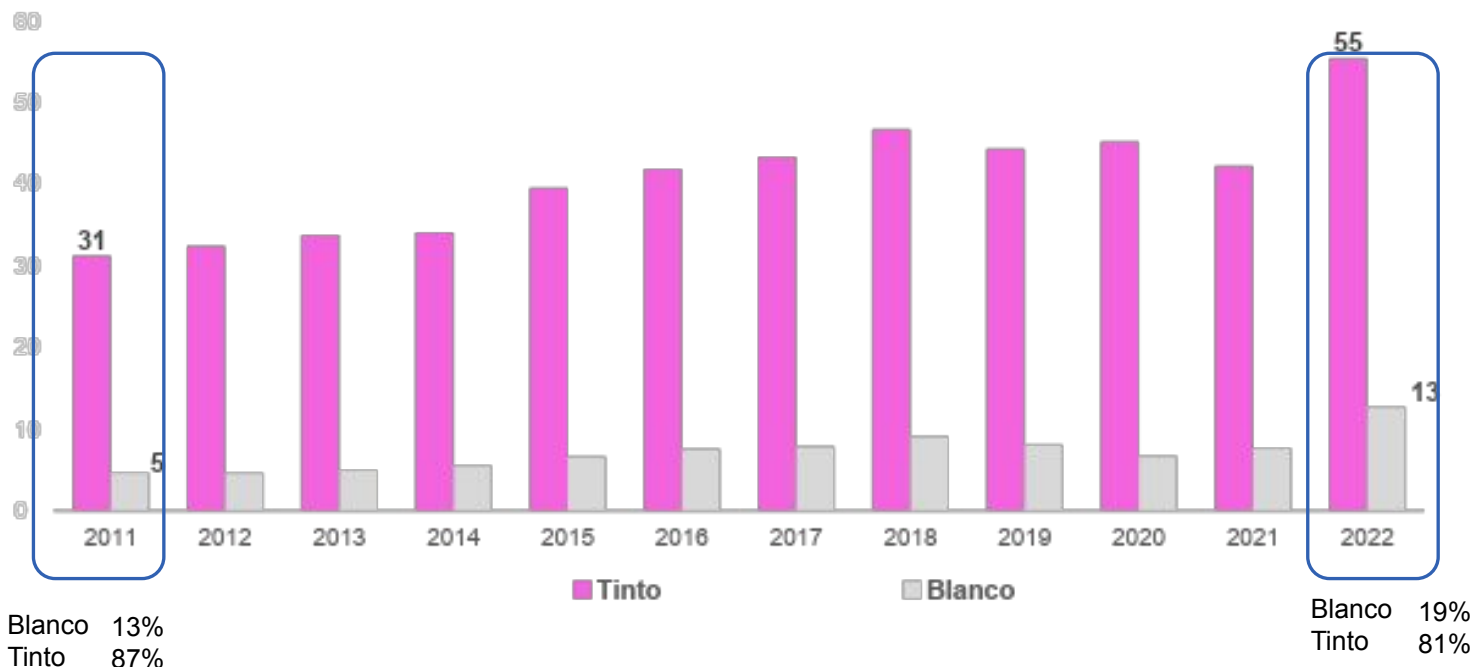
MÉXICO - Composición de la Demanda por Importaciones



U\$S 132 MM
U\$S 20 MM

Valor Tinto
Valor Blanco

U\$S 249 MM
U\$S 57 MM



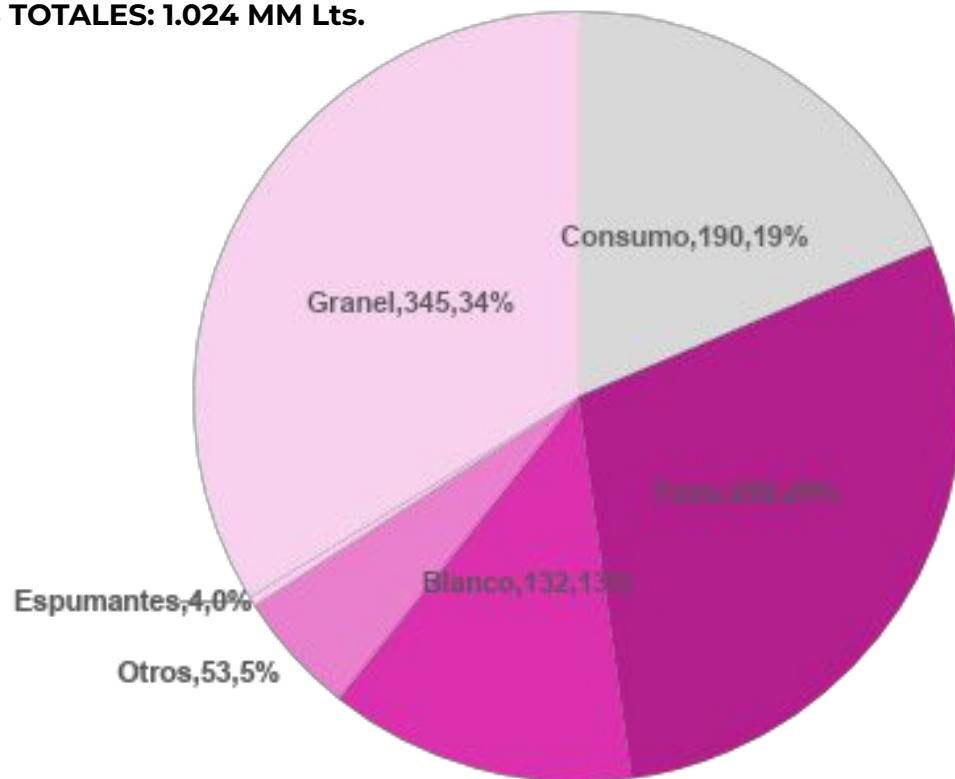


CHILE

CHILE - Composición de la Oferta

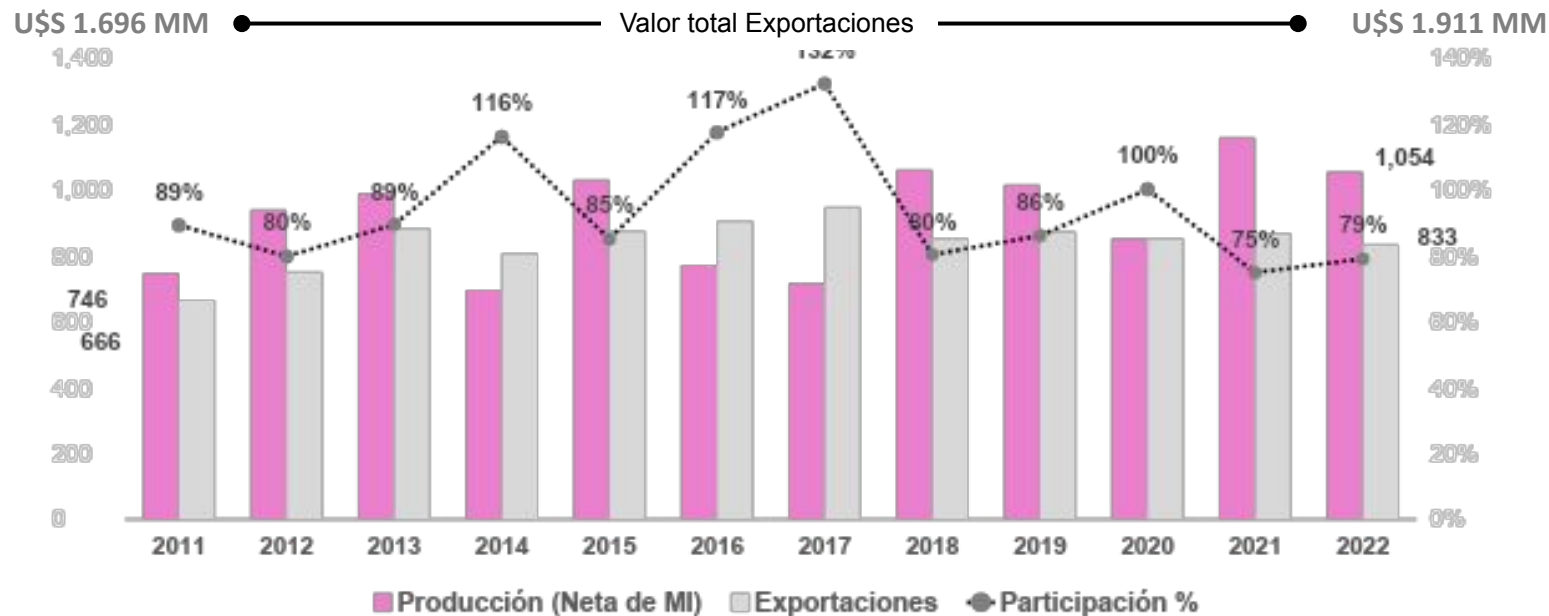


VENTAS TOTALES: 1.024 MM Lts.



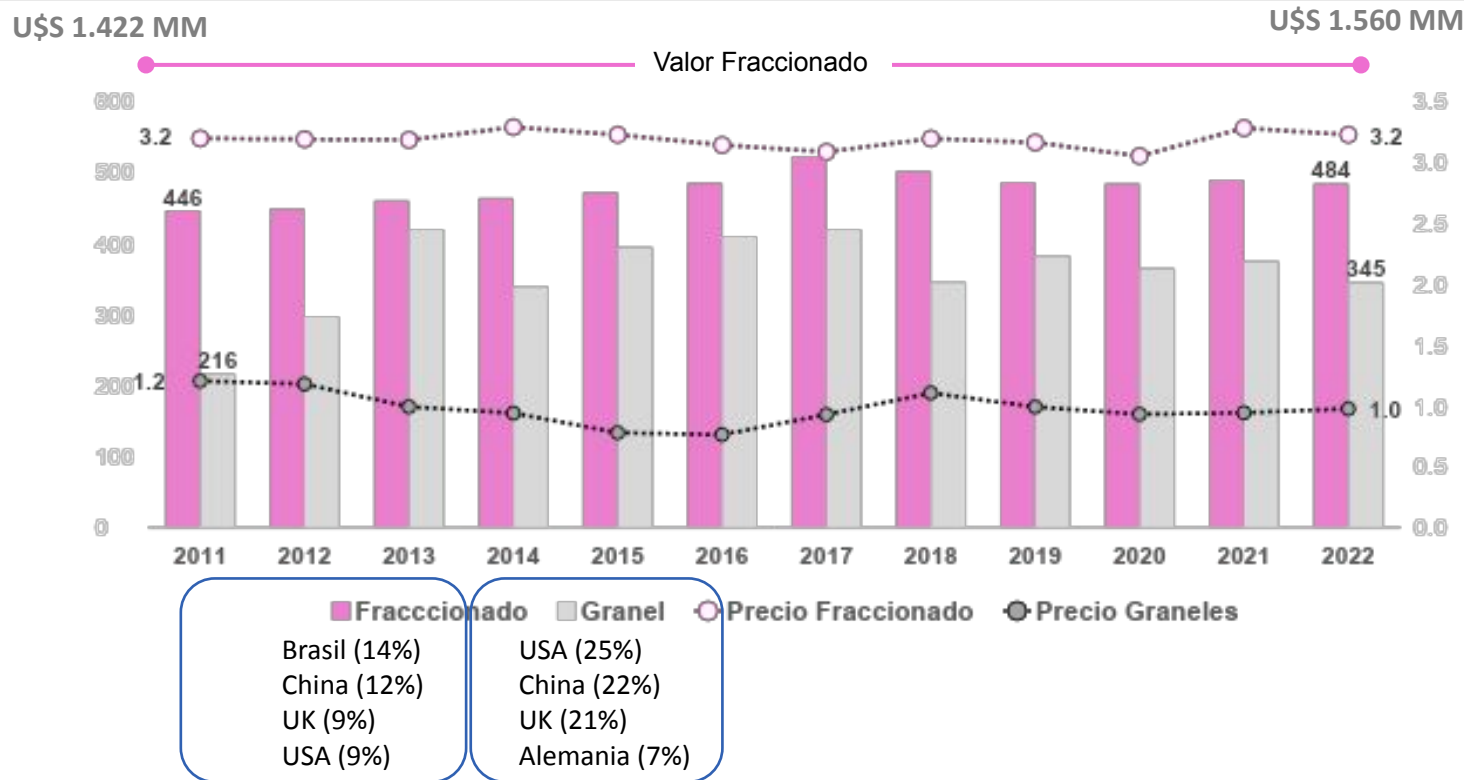
Fuente: OIV, ODEPA y Centro Internacional de Comercio (ITC)

CHILE - Producción y Exportaciones



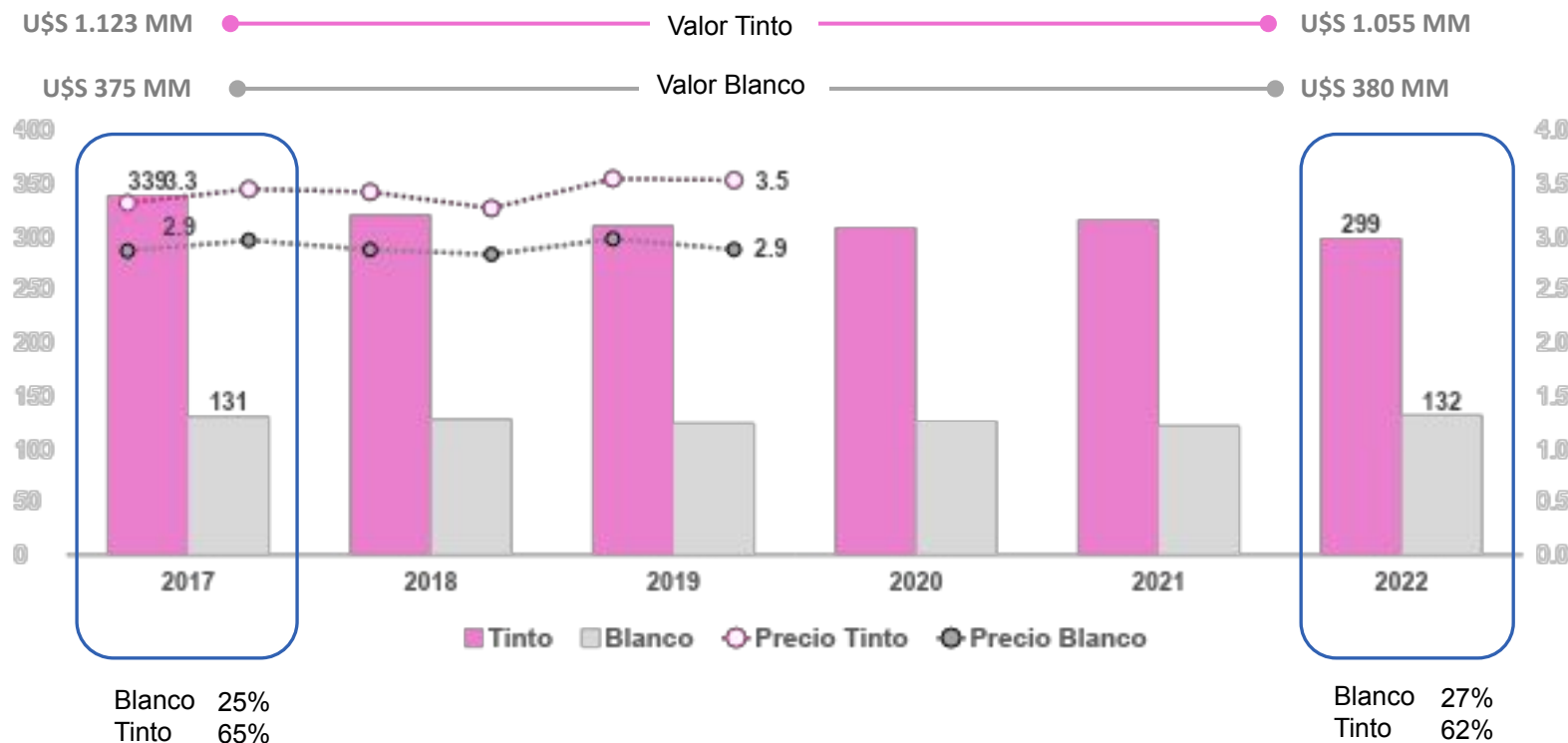
Fuente: OIV, ODEPA y Centro Internacional de Comercio (ITC)

CHILE - Composición de la Oferta por Exportaciones



Fuente: OIV, ODEPA y Centro Internacional de Comercio (ITC)

CHILE - Composición de la Oferta por Exportaciones



Fuente: OIV, ODEPA y Centro Internacional de Comercio (ITC)

CHILE - Variaciones (Ene Jun 2023 vs. Ene Jun 2022)



VOLUMEN
(MM Lts.)

PRECIO

VALOR
MM de U\$S

MERCADOS

Granel

-24%



-52



1%



-50 -24%

Fraccionado
Blanco

-27%



-12



-2%



-36 -26%

Fraccionado
Tinto

-19%



-40



1%



-138 -20%

Fraccionado

-27%



-56



-1%



-186 -26%

USA

-32

China

-12

Reino Unido

-4

Alemania

-2

China

-13

Reino Unido

-10

Japón

-5

Canadá

-5

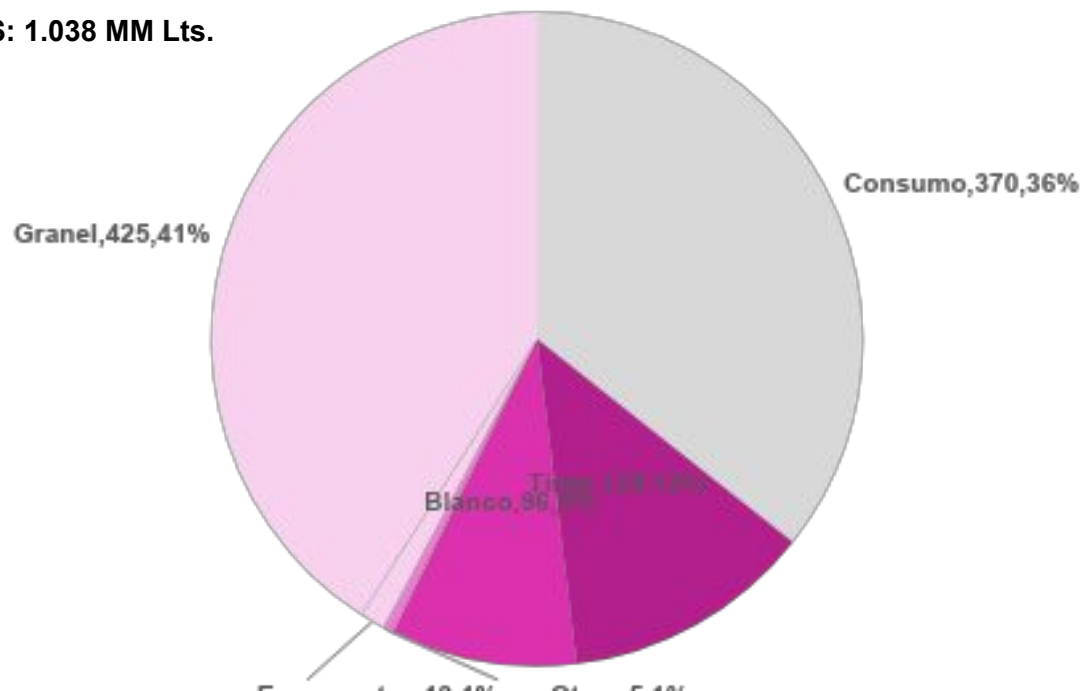


AUSTRALIA

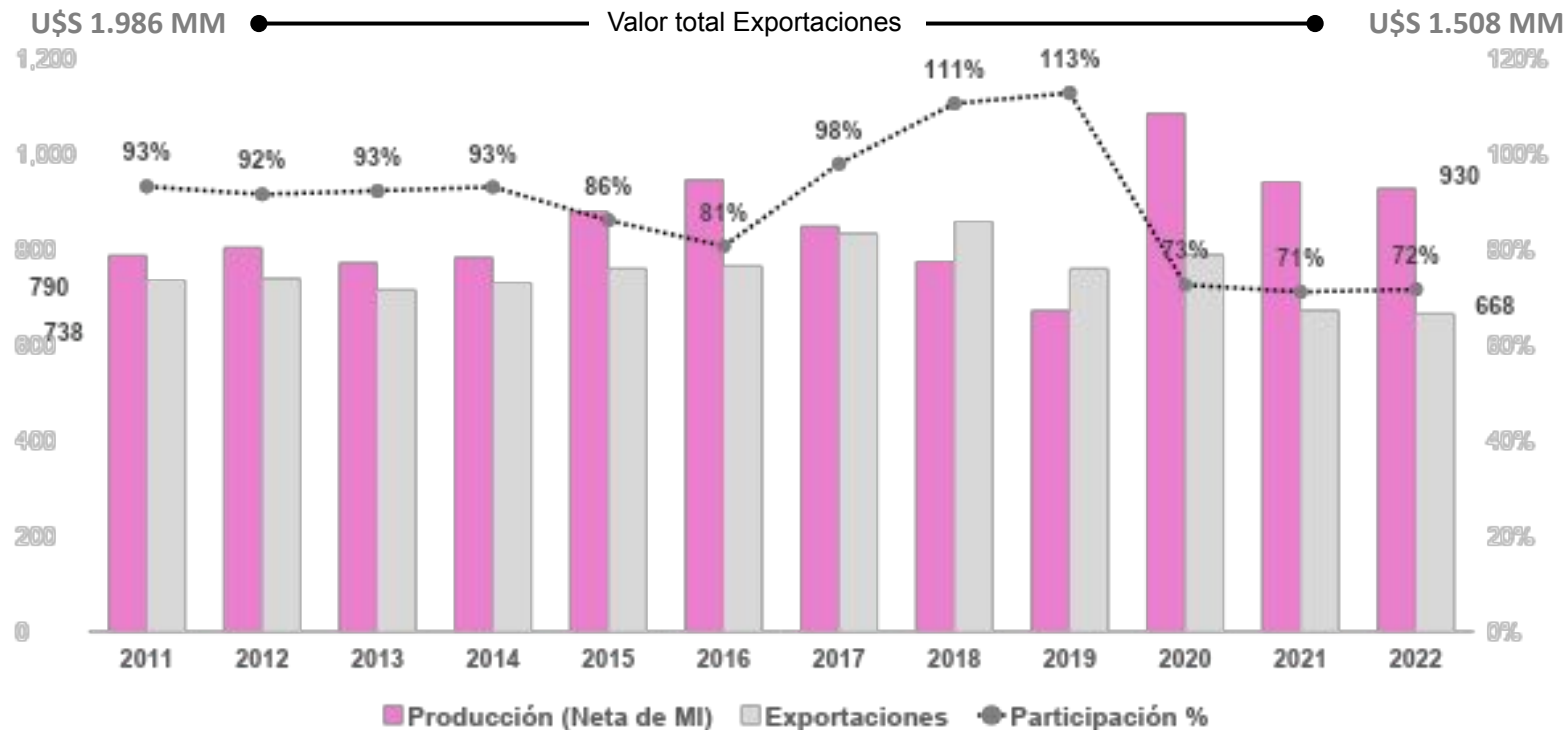
AUSTRALIA - Composición de la Oferta 2022



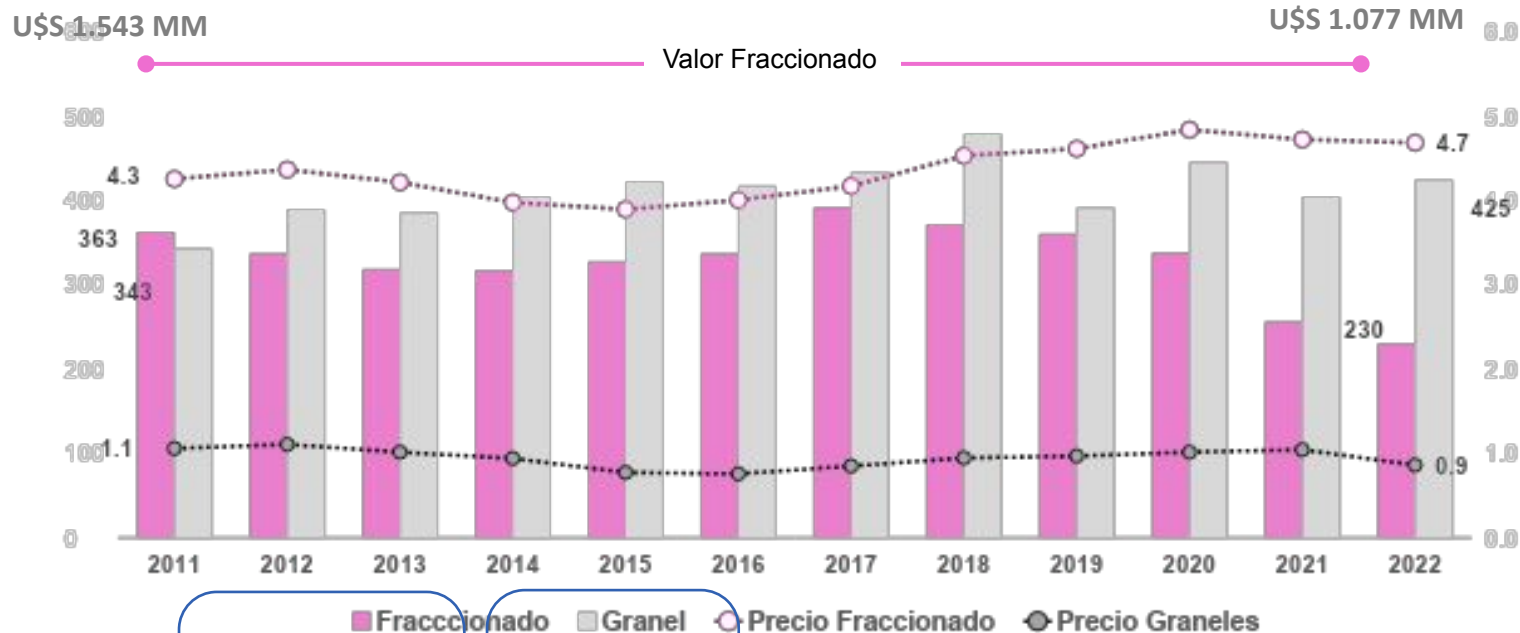
VENTAS TOTALES: 1.038 MM Lts.



AUSTRALIA - Producción y Exportaciones



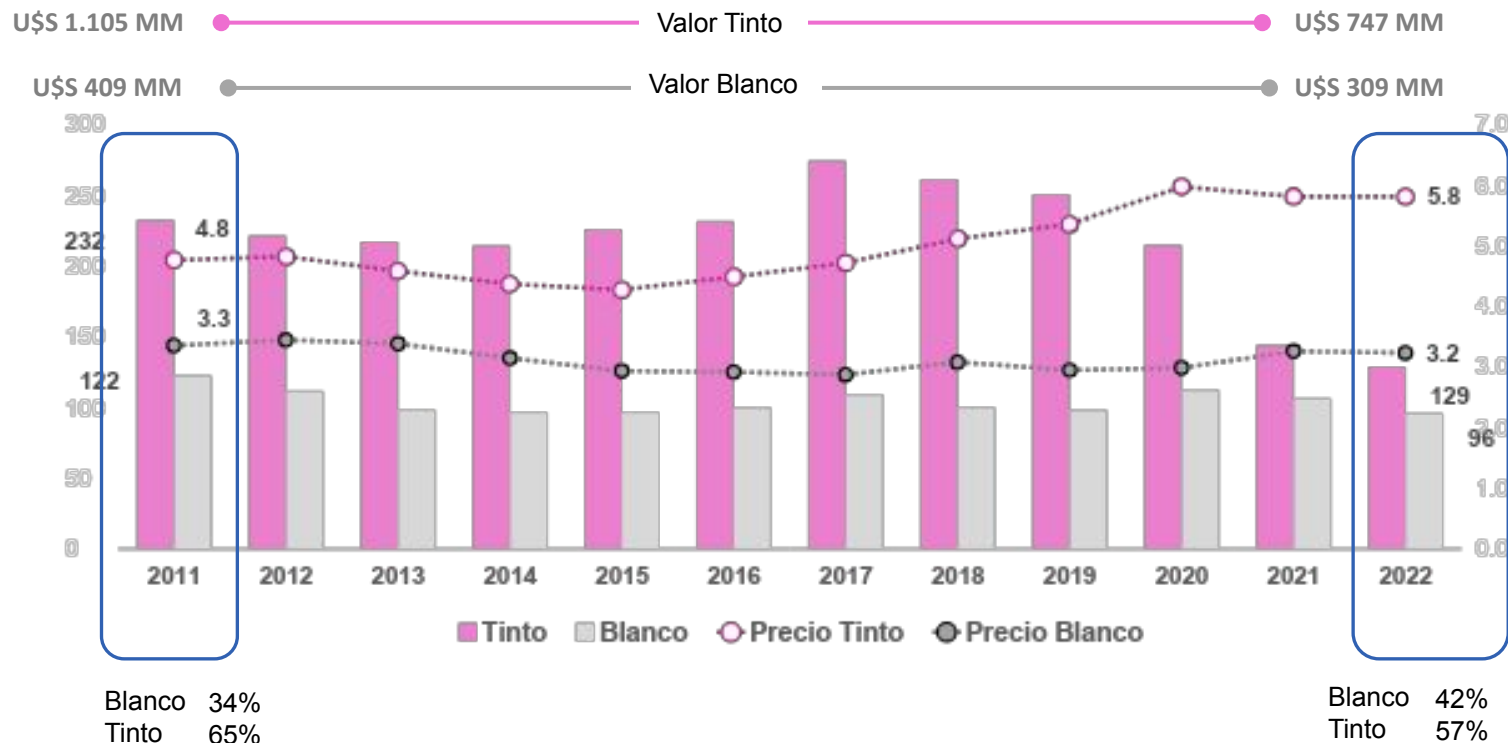
AUSTRALIA - Composición de la Oferta por Exportaciones



USA (30%)
UK (15%)
Canadá (10%)
NZ (7%)

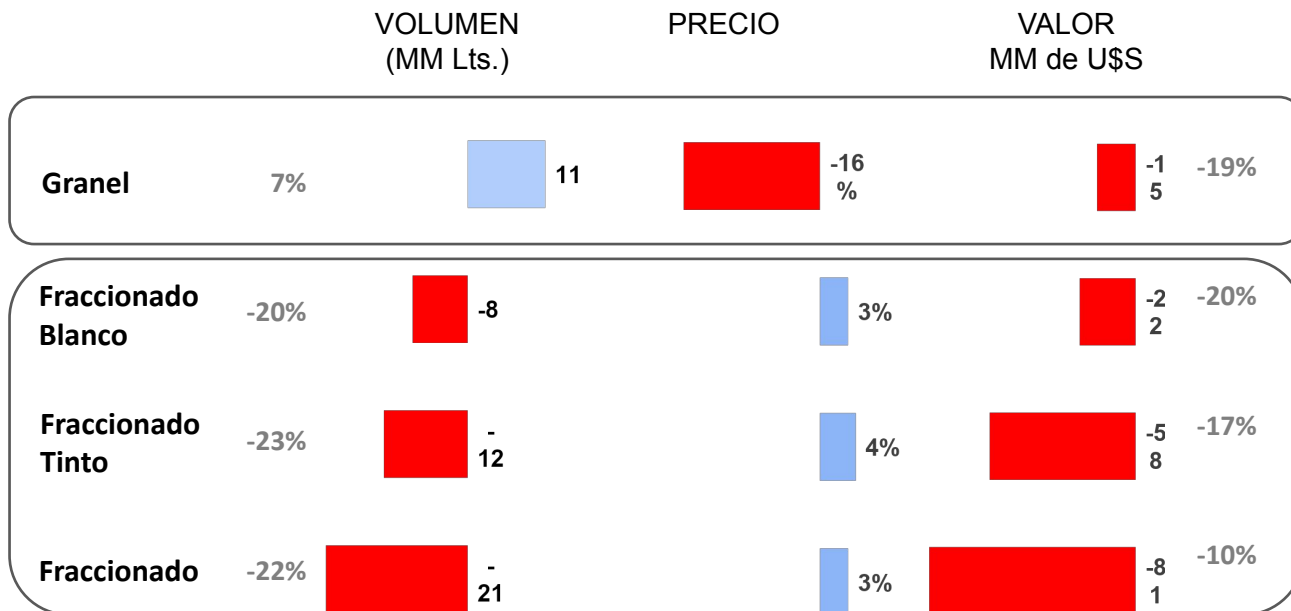
UK (50%)
USA (21%)
Canadá (7%)
Bélgica (5%)

AUSTRALIA - Composición de la Oferta por Exportaciones



Fuente: Wine Australia y Centro Internacional de Comercio (ITC)

AUSTRALIA - Variaciones (Ene May 2023 vs. Ene May 2022)



MERCADOS

Canadá	10
US	6
Países Bajos	3
Dinamarca	2

US	-7
UK	-4
Canadá	-4
NZ	-1

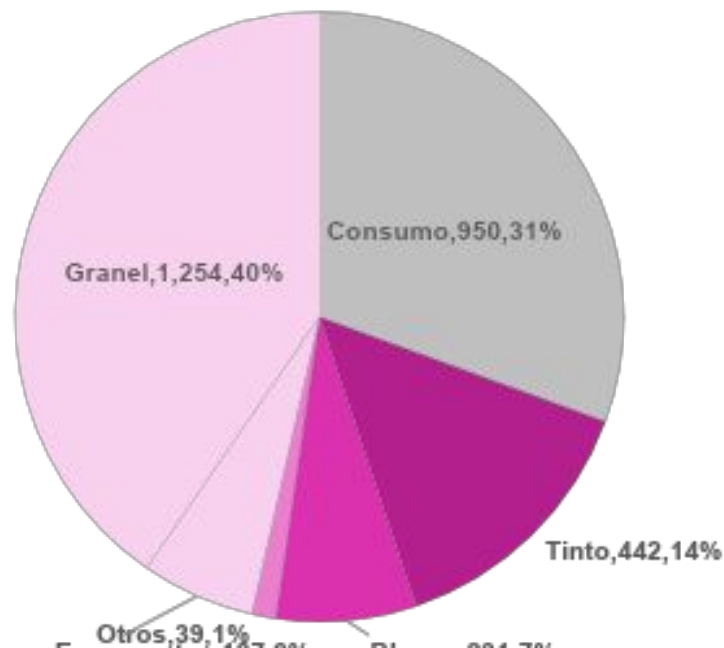


ESPAÑA

ESPAÑA - Composición de la Oferta 2022



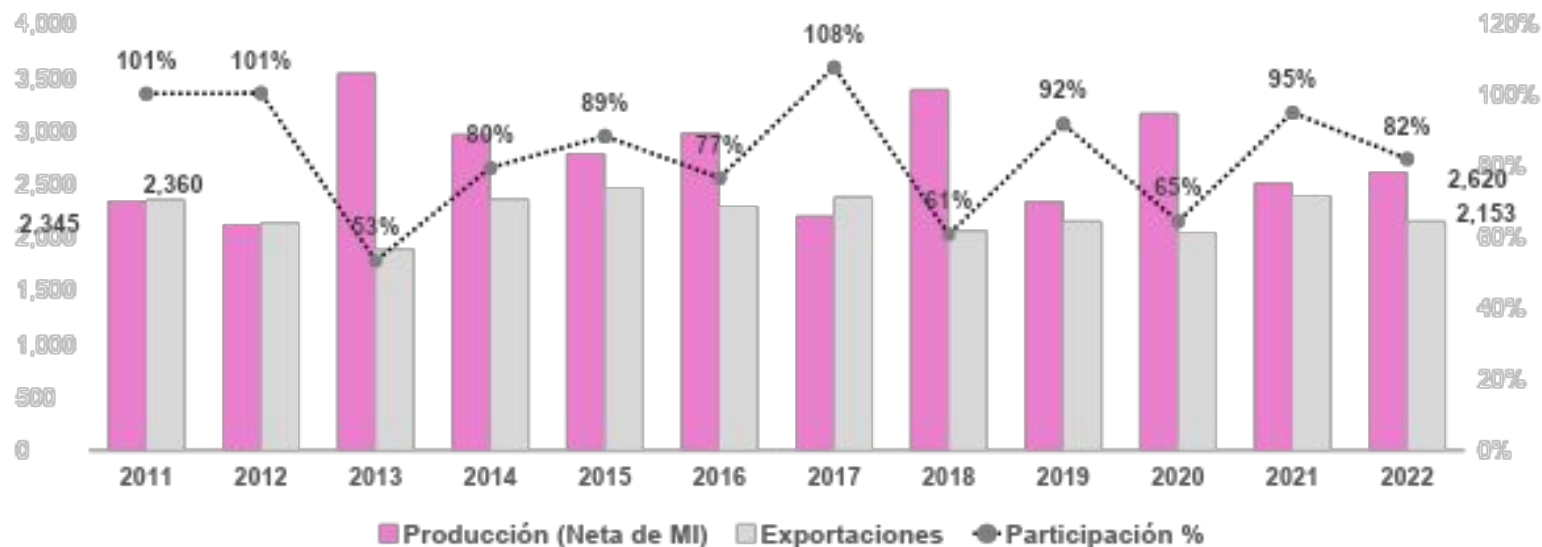
VENTAS TOTALES 3.104 MM Lts.



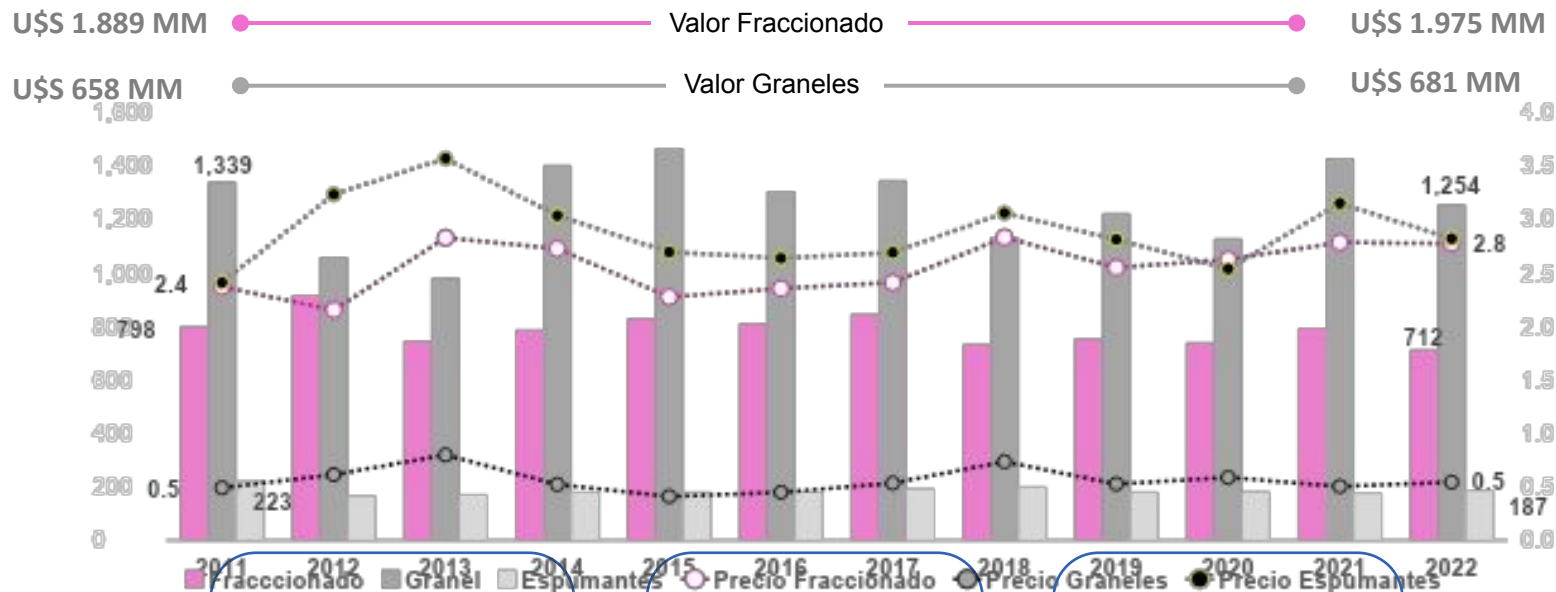
ESPAÑA - Producción y Exportaciones



U\$S 3.082 MM — Valor total Exportaciones — U\$S 3.180 MM



ESPAÑA - Composición de la Oferta por Exportaciones



Alemania (12%)
UK (12%)
Portugal (11%)
USA (7%)

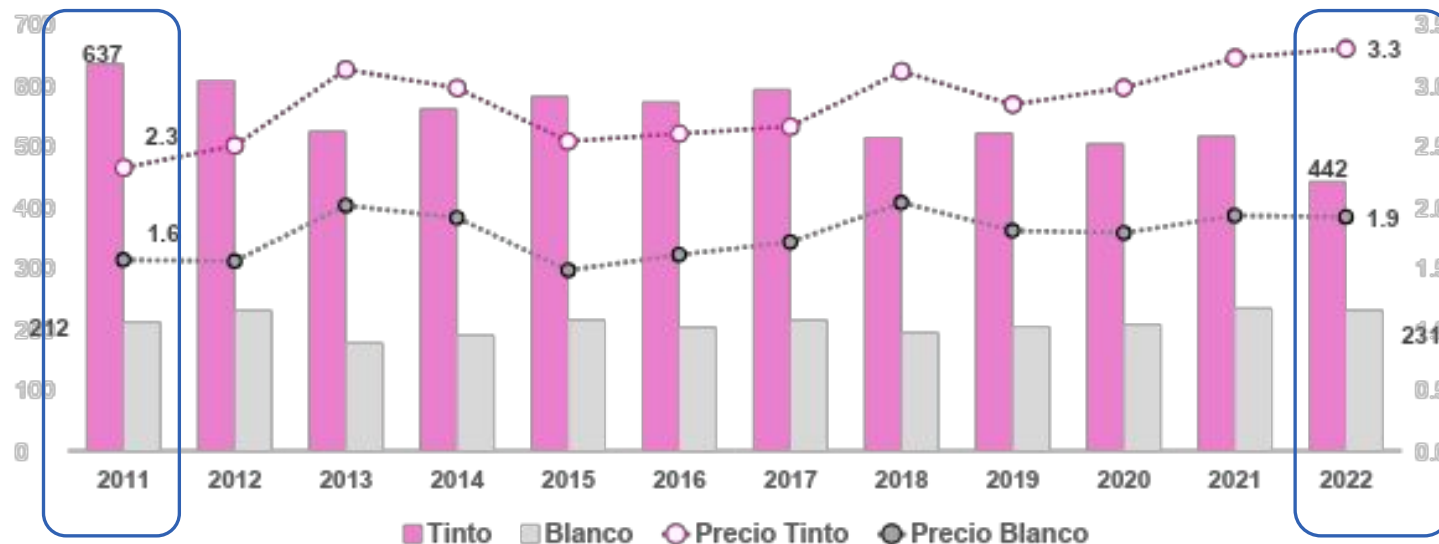
Francia (33%)
Alemania (23%)
Portugal (11%)
Italia (10%)

Alemania (16%)
Bélgica (16%)
USA (13%)
UK (8%)

ESPAÑA - Composición de la Oferta por Exportaciones



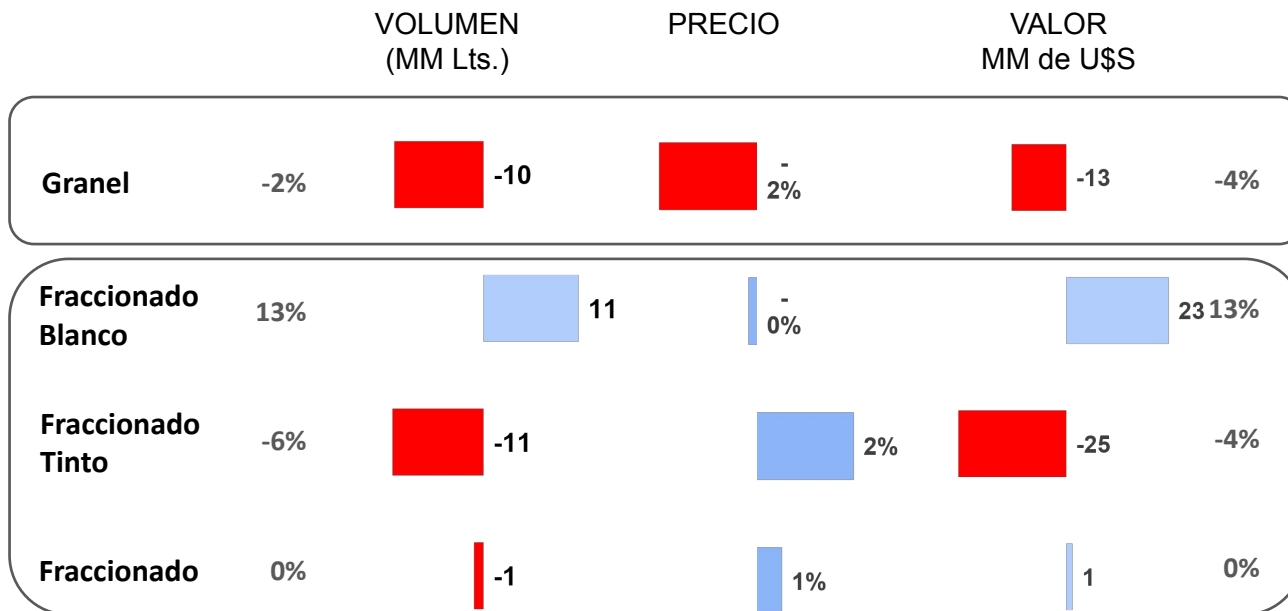
U\$S 1.481 MM Valor Tinto U\$S 1.461 MM
U\$S 332 MM Valor Blanco U\$S 444 MM



Blanco 24%
Tinto 73%

Blanco 32%
Tinto 62%

ESPAÑA - Variaciones (Ene May 2023 vs. Ene May 2022)



MERCADOS (MM Lts.)

Alemania	24
Portugal	10
Francia	-31
Italia	-11

Portugal	3
UK	3
Rusia	3
China	-7



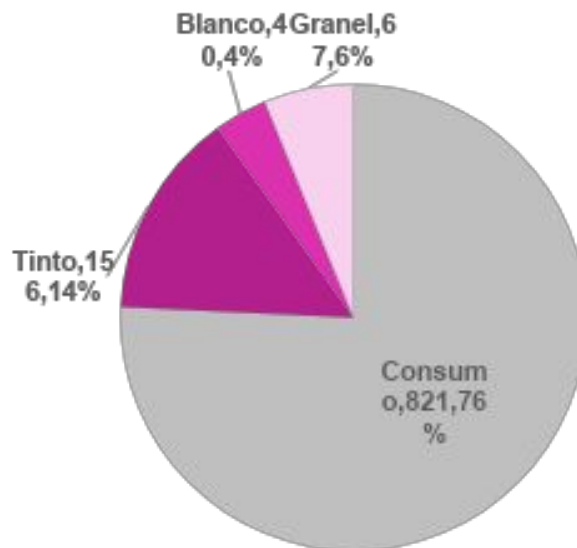
ARGENTINA



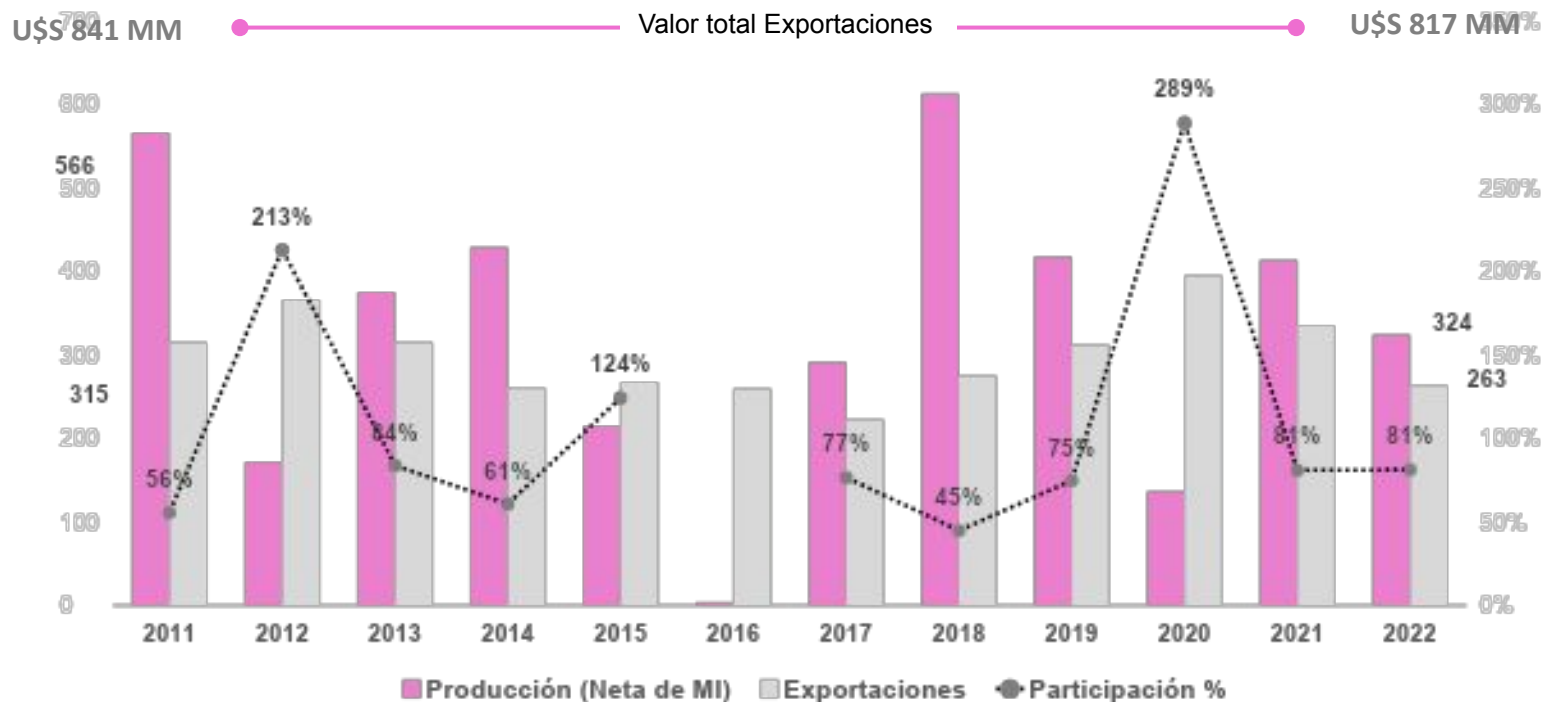
ARGENTINA - Composición de la Oferta 2022



VENTAS TOTALES: 1.084 MM Lts.

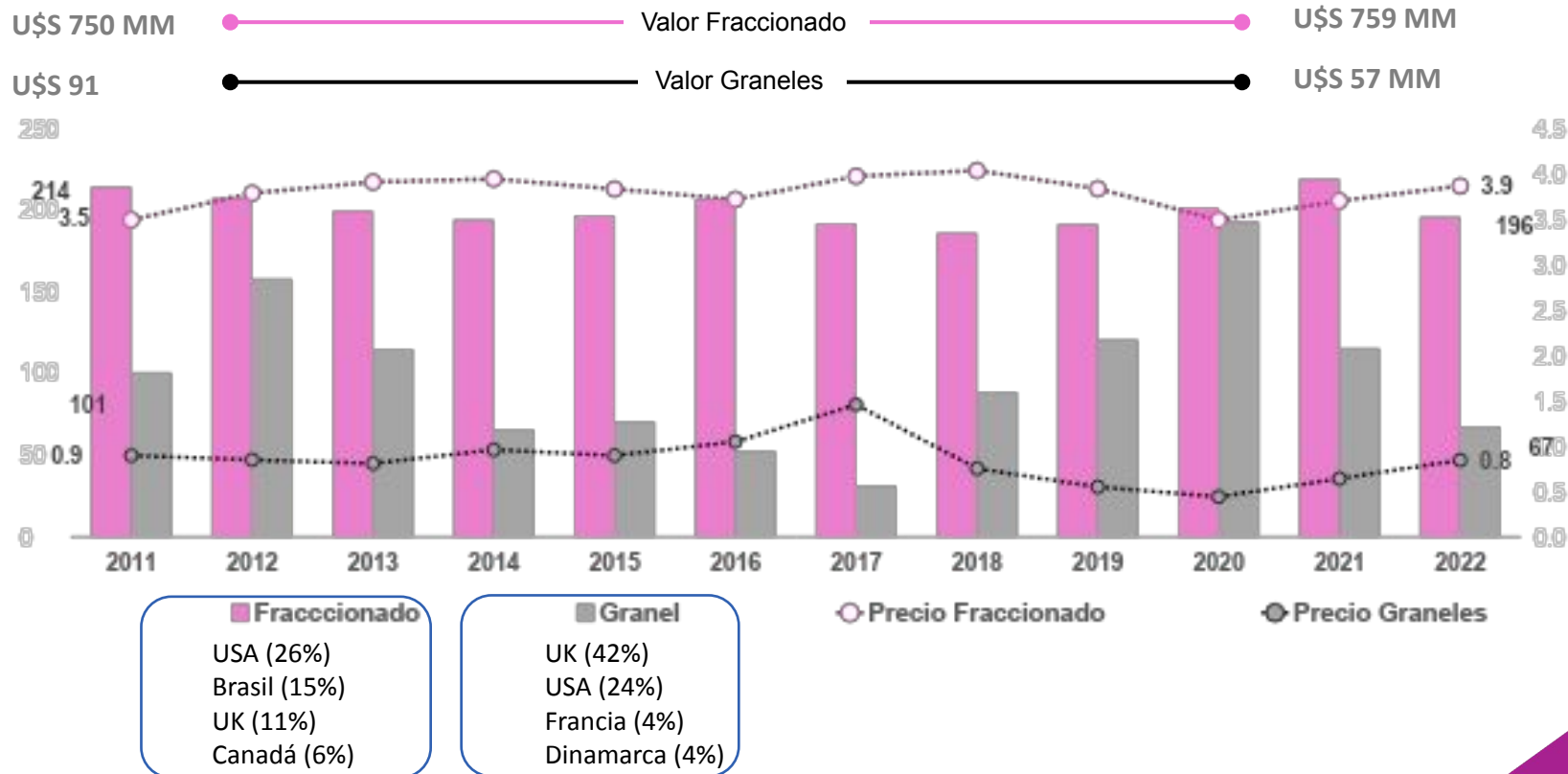


ARGENTINA - Producción y Exportaciones



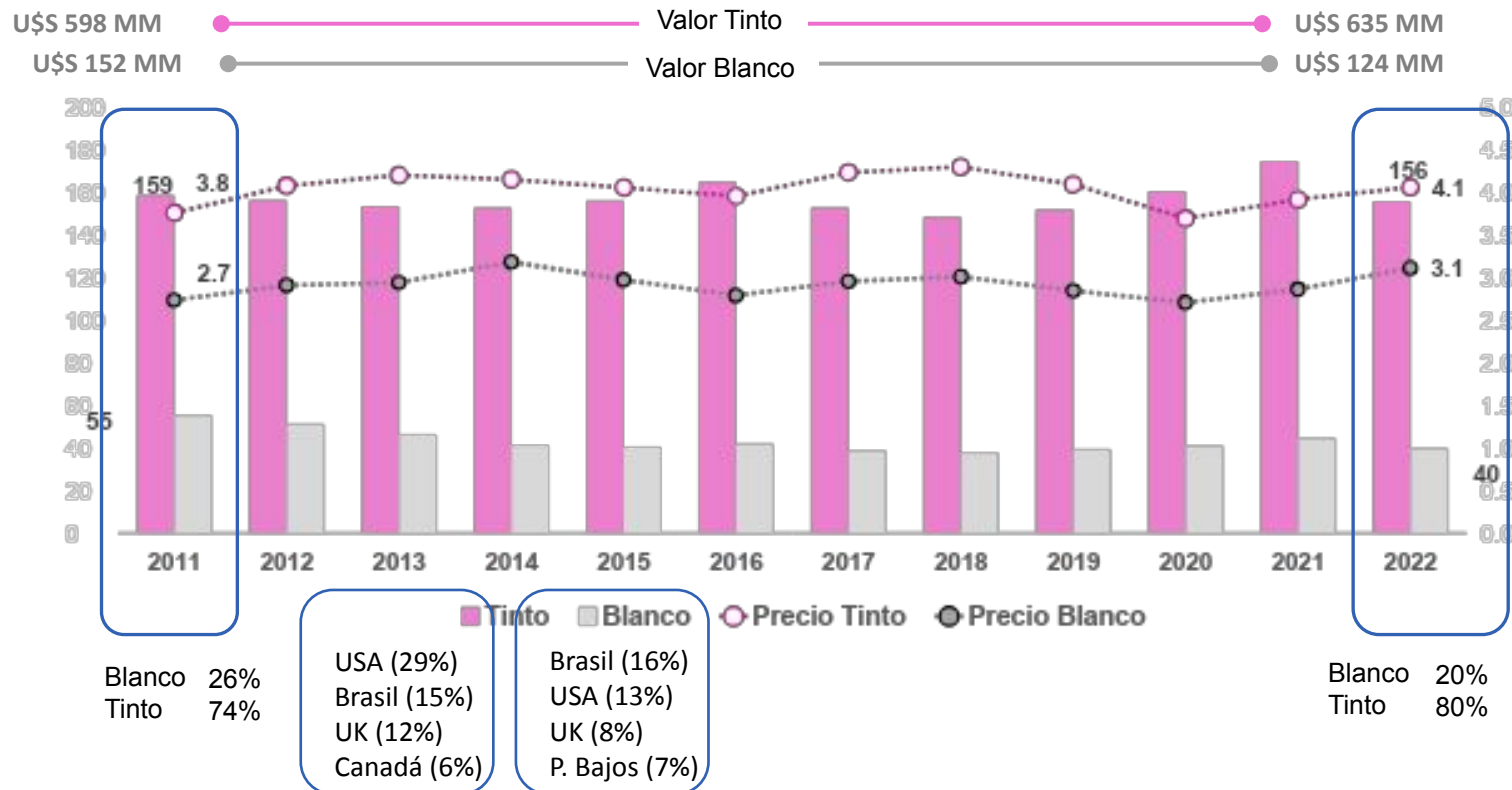
Fuente: OIV, INV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

ARGENTINA - Composición de la Oferta por Exportaciones



Fuente: OIV, INV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

ARGENTINA - Composición de la Oferta por Exportaciones



Fuente: OIV, INV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

ARGENTINA - Variaciones (Ene May 2023 vs. Ene May 2022)



	VOLUMEN (MM Lts.)		PRECIO		VALOR MM de U\$S		MERCADOS (MM Lts.)	
Granel	-45%		-11%		21%		US UK	-13 2
Fraccionado Blanco	-30%		-6%		23%		Us	-7,4
Fraccionado Tinto	-25%		-2%		7%		UK Paraguay	-4 -4
Fraccionado	-26%		-2%		10%			

Fuente: OIV, INV y Centro Internacional de Comercio (ITC)

Tendencias de Consumo: El Perfil del Consumidor de Vino Argentino en USA

Luis Osorio, IWSR/Wine Intelligence

Workshop Estratégico

Estrategia “Phygital” de Wines of Argentina

Team WofA

Workshop Estratégico

ARGENTINA'S GOT RANGE

Una nueva estrategia
comunicacional que da origen
a futuras campañas.





ESTRATEGIA *Argentina's Got Range*

INNOVACIÓN

La vitivinicultura argentina está atravesada por profundos procesos de innovación que están redefiniendo la identidad y la oferta de vinos del país.

MALBEC: A SUCCESS STORY

Argentina le ha brindado al Malbec un lugar muy importante en la escena vitivinícola mundial. Constituye una historia de éxito.

DIVERSIDAD

Argentina concentra una diversidad natural, climática, geográfica, cultural y varietal que le permitió convertirse en un destacado productor en la escena vitivinícola mundial.

SUSTENTABILIDAD

El sector vitivinícola argentino comparte una misma visión hacia una vitivinicultura sustentable, diversa e inclusiva, implementando prácticas y llevando adelante acciones que buscan generar un impacto social, ambiental y económico positivo.





ENCUESTA DE GESTIÓN Y ACCIONES



HOSPITALITY



TRABAJO CON KOLs



Tim Atkin^{MW}
TIM ATKIN MW VISIT
Febrero 2024



Antonio Galloni
vinous
explore all things wine
JOAQUÍN HIDALGO
Acción múltiple 2024



Visita de KOL y
educadores de China
y Corea
Segundo semestre
2024 (Septiembre)



THE INSTITUTE OF
MASTERS
of WINE

Visita de Masters of Wine
Noviembre 2024



JOURNALISTS & SOMMS TRIP

SOMMELIERS

Actualizar / profundizar el conocimiento sobre Argentina bajo el paraguas de nuestra estrategia comunicacional.



- VISITA DE SOMMELIERS DE CANADÁ



- VISITA DE GRADUADOS WSET 4 BRASIL



- VISITA DE MS EVAN GOLDSTEIN E INVITADOS (MS & MW)
- VISITA DE SOMMELIERS ASI

PRENSA

Insumo fundamental para la generación de contenidos sobre Argentina.



- ZOOM IN ARGENTINA (BRAZIL & LATAM)

WOFA
ZOOM IN
ARGENTINA



VISITA DE IMPORTADORES & COMPRADORES

Estos programas tienen como objetivo potenciar la venta de los vinos de argentina en el país de origen de los invitados y además profundizar el conocimiento del vino argentino, a través de seminarios y degustaciones.

Se generan instancia de participación para bodegas de todas las regiones vitivinícola.

Se prioriza la participación de bodegas micro y pequeñas, según los objetivos de cada importador



NOVIEMBRE 2024



SEGUNDO SEMESTRE 2024

EUROPA GIRA DE MONOPOLIOS

Países: Suecia - Noruega -
Finlandia - Islandia





DIGITAL MKT



Campañas Digitales con inversión en Mix de Medios

OBJETIVO GENERAL

Posicionar al Vino Argentino como sostenible, diverso y premium.

Demostrar que los avances, estudios y mejoras en las prácticas productivas, y el extenso abanico de estilos y variedades continúan poniendo al vino argentino en un lugar de prestigio y reconocimiento, y que su futuro es prometedor a escala internacional.

1. Argentina Unsurpassed (1er trimestre)
2. Malbec World Day (Abril)
3. Summer (Agosto-Septiembre)
4. Fin de año (Octubre-Noviembre)



Programas transversales

OBJETIVO GENERAL

Generar oportunidades de negocios y maximizar la exposición de la categoría en el trade

Mostrar la consistencia, equilibrio y alcance de los avances y estudios sobre el Vino Argentino, a través de segmentos educativos en los programas, y traccionando atención con prensa y social media.

1. Argentina Wine Trade Convention (AWTC).
2. IWSC/Masters of Wine + Masters Somm.
3. Zoom In Argentina.



Comunicación en canales digitales

OBJETIVO GENERAL

Reforzar la comunicación en diferentes assets, medios y activaciones propias, de cada uno de los pilares de la estrategia comunicacional Argentina's Got Range, con distintas líneas de contenido a lo largo del año.

1. Mes de la mujer (marzo) & Women of Argentina.
2. Sustenta Vitis (Wineries for Change y más).
3. Blog. Daily content.
4. Campañas de Email Marketing especiales para los mercados.
5. Nuevo proyecto para el sitio Malbec Argentino (incluye MWD).
6. Calendario de efemérides.
7. Proyecto con CamOn (Agencia especializada en realidad aumentada).
8. WineFolly: Argentina Wine Country Guide.



Activaciones Media Sips

OBJETIVO GENERAL

Amplificar a través de los canales digitales de WOFA los mensajes de las bodegas socias que estén en línea con los pilares de la estrategia comunicacional Argentina's Got Range.

1. Meet the Wineries (Occidente y China)
2. Malbec Makers
3. Arquitectura en Bodegas
4. Podcast (Mercado Interno)
5. Wineries for Change (Sustenta Vitis).



MERCADOS



TRABAJO CON KOLs 2024



Robert Parker
WINE ADVOCATE
LUIS GUTIERREZ
Abril 2024



Antonio Galloni
vinous
explore all things wine
JOAQUÍN HIDALGO
Evento Insignia en NY 2023



Paz Levinson
Valeria Gamper
Andrea Donadio



Fongyee Walker MW
Terry Xu
Lu Yang



Pablo Braidá MS
Aaron Romano
Jessica Vargas



ACCIONES CON RETAILERS 2024

Temáticos, acciones educativas y de promoción con Liquour Boards y retailers.

LCBO



LIQUOR
DISTRIBUTION
BRANCH

Binny's
BEVERAGE DEPOT



VINMONOPOLET



Total Wine
& MORE

PA
pennsylvania
LIQUOR CONTROL BOARD



Pão de Açúcar

Walmart

COSTCO
WHOLESALE

天猫
TMALL.COM

JD.COM

Workshop Estratégico



ACCIONES EDUCATIVAS 2024

Contenidos en línea con los mensajes de la estrategia comunicacional *Argentina's Got Range* y *Spice Up your moments* reflejando la diversidad, calidad, excelencia y evolución del Vino Argentino.

Desarrollo de materiales “phygital” complementarios que se retroalimentan entre sí como un sistema.





MALBEC WORLD DAY 2024

Acciones para celebrar el Malbec Argentino en los mercados y en conjunto con las representaciones.

MALBEC
WORLD
DAY



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
Argentina



Workshop Estratégico



MEDIA & SM ACTIVATION 2024

Participación en eventos y envío de gacetillas.

WINE ENTHUSIAST

Wine Spectator

the
drinks
business

BCL BCLIQUOR

WINE  ALIGN

LE JOURNAL
DE MONTRÉAL

Q.

ADEGA

O GLOBO



Weibo



Red



Wech

PLTFRM 

Workshop Estratégico



FERIAS 2022 & 2023 | Con presencia de WOFA | Resultados

	PROWINE SAO PAULO 2022- Octubre	VINEXPO PARIS 2023 - Febrero	PROWEIN DUSSELDORF 2023 - Marzo	VINEXPO ASIA SINGAPUR 2023 - Mayo
Exhibidores	450	3387	6000	1000
Países participantes	22: Portugal, Brasil, Chile, Argentina	42 (+31% comparado 2022)	60: Italia, Francia, Alemania, Portugal	35: USA, España, Francia
Visitantes	8000	36.334	49.000	9989
Países visitantes	Principalmente Brasil y Latinoamérica	149: USA, Bélgica, Italia	141: Alemania, Países Escandinavos, USA	64: Singapur, China, Malasia, Vietnam
Participación de WOFA	20 bodegas	8 bodegas	70 bodegas (20 con formato de booth privado y 50 con booth tradicional)	12 bodegas



FERIAS 2022 & 2023 | Sin presencia de WOFA | Resultados

	PROWINE SINGAPUR Abril 2023	PROWINE SHANGHAI Nov 2022	PROWINE MUMBAI Nov 2022	VINEXPO AMERICAS Marzo 2022
Exhibidores	230	459	151	24
Países participantes	27: Francia, Alemania, Portugal	19: Francia, Alemania, Italia, China	19	Argentina, Francia, Sudáfrica, Brasil
Visitantes	8500	15000	4200	3200
Países visitantes	Principalmente Singapur, Indonesia, Malasia	19: Principalmente China	Principalmente de India	Principalmente Norteamérica (89%)
Comentarios	Singapur: n°1 de países emergentes en importación de vinos.			



FERIAS EN AGENDA WOFA 2024

VINEXPO PARÍS – FEBRERO 12-14

PROWEIN DUSSELDORF – MARZO 10-12

CHENGDU FOOD & DRINK FAIR - ABRIL 2024

VINEXPO ASIA HONG KONG – MAYO 28-30

PROWINE SAO PAULO - OCTUBRE 2024



SUSTENTA VITIS



Cofinanciado por
la Unión Europea



EJES DE ACCIÓN DEL PROGRAMA

- Sustenta-Vitis involucra una serie de **ejes de acción** cuya implementación impactará positivamente en las bodegas de nuestro país, contribuyendo a profundizar la comunicación de la sostenibilidad como uno de los rasgos del Vino Argentino.



WOFA
SUSTENTA

Asistencias y transferencias para implementar mejoras en la fase productiva de las bodegas y lograr certificaciones.



WOFA
CONCIENTIZA

Programa de difusión de buenas prácticas y campañas de comunicación.



WOFA
RECUPERA

Asistencia a las bodegas en la valorización de residuos; acuerdos interinstitucionales.



WOFA
INNOVA

Desafío de Innovación Abierta; Vinculación interinstitucional e interempresarial.

SAVE
THE
DATE

I Foro de Sostenibilidad **SUSTENTA-VITIS**



**Repensar el vino argentino
desde una mirada sostenible**

21 de septiembre, 2023
Espacio Arizu

Descifrando el Media Mix Perfecto: Cómo los Expertos en Marketing Están Logrando Resultados Extraordinarios

Celeste Lang & Jaime Andrés Lopez Rendón
Globant Create Studio

Workshop Estratégico

CONCLUSIONES

Workshop Estratégico



CONCLUSIONES



iMuchas gracias!

