

# REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA N°151

Fecha: 16 de mayo de 2023.

Lugar: Salón Cruce de los Andes, 1° piso edificio del Centro Cívico (Núcleo 7), Av. Libertador Gral. San Martín 750, provincia de San Juan. El encuentro fue también transmitido vía streaming a través de la plataforma virtual Zoom.

Hora: 10:35 hs.

## Asistentes:

Miembros integrantes de la Comisión Directiva: Alejandro Vigil (Puerto Ancona S.A.), Mauricio Boullaud (Barbarians S.A.); Guillo Barzi (Est. Humberto Canale); Juan Manuel Ponce (en representación de Roberto Luka, Finca Sopenia); Herve Birnie Scott (Bodegas Chandon); Victoria Acosta (Trivento VyB); Diego Levy (en representación de Celeste Pesce, Finca Flichman); Leandro Bastías (Bodegas Budeguer); Mauricio Lorca (ByV Mauricio Lorca); Miguel Del Amo (Familia Millán); José Asensio (La Agrícola S.A.). También participaron en representación de bodegas: Federico Boxaca (Familia Schroeder); Alessandra Cartoni (Antigal); Alejandro Cavallo (Norton); Lis Clement (Bodega Clement); Julián Iñarra Iraegui (Escorihuela); Claudio Mendoza (Bodega Luigi Bosca); Damián Escobar y Gerardo Izquierdo (CAMPORO SRL); Augusto Martín (Bodegas Bórbore); Emiliano Lorenzo (Casimiro Wines); Andrés Biscasaque (Los Dragones); Ezequiel Milenko Stusek (El Cansao); Facundo Conte-Grand (Bodega Conte Grand); Juan Pablo Ripalta (Roble Negro Wines); Juan Camuñas (Finca Camuñas); Marcelo Onofri (Violinista Wines); Azcona Juan Felipe y Juliana Rauek (Elefante Wines); Sebastián Murúa (TRESPIRA2); Rodolfo Nahuel Aldalla (Influenciados Wines); Francisco Bugallo (Cara Sur); Sebastián Rodríguez Landi (Bodega Merced del Estero); José Morales (José A Yanzón S.A.); Manuel Ruiz (Bodegas y Viñedos Los Médanos); Federico Riveros (Desfachados); Felipe Canepa (Las Invernadas Wines); Gustavo Alfredo Chiconi (Argus Bodega y Viñedos); José Di Marco (Finca del Enlace). La reunión contó con la participación además de los siguientes representantes: Ariel Lucero y Julián Olivera (Ministerio de Producción y Desarrollo Económico de la provincia de San Juan); Carla Martínez, Agustina Lencinas, Romina Palazzo y Carlos Fiochetta (COVIAR); Roberto Martínez (IDEP).

Por parte del equipo de WofA formaron parte del encuentro Magdalena Pesce, Natalia Oviedo, Paula Valle, Analía Lucero, Sofía Brazzolotto, Soledad Juncosa, Verónica Kathuria, Yael Doctorovich, Sebastián Oviedo, Carolina Tonnelier, Romina Ruiz y Juan P. Sandoni. Por parte del estudio Balter & Asociados participaron Marcela Balter y Viviana Leyes.

## Orden del Día:

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.
  - a. Situación de pagos al exterior.
  - b. Novedades Sustenta Vitis.
  - c. Reunión con autoridades de Coviar. Novedades.
  - d. Solicitud de asociación: productores de Vermut

1. Se procedió a la lectura del acta de la reunión anterior, que fue aprobada de manera unánime.
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 avances del proyecto de caracterización de terroirs motorizado por COVIAR con financiamiento del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y el CFI (Consejo Federal de Inversiones), que se enmarca en el plan estratégico vitivinícola 2030 (PEVI 2030).

El estudio integra información de los diferentes factores físico-ambientales (suelo, geología, geomorfología, clima y paisaje), a los que se le suma el estudio del análisis del impacto socioeconómico y socioambiental de las diferentes regiones vitivinícolas del país. Cubre una amplia regionalidad de 14 provincias argentinas.

Se hizo un repaso de las etapas del programa, siendo la primera la búsqueda de especialistas que abarcaran cada una de las regiones. Toda la información, materiales y mapas creados forman parte de una serie de entregables que se encuentran centralizados en una plataforma online a la que tienen acceso tanto productores como bodegas. Se presentaron además ejemplos de los diferentes mapas y entregables de diferentes tipos.

El gran acierto del proyecto ha sido desarrollar una metodología unificada para la caracterización de las zonas vitivinícolas del país y estructurar al sector. Esto va a permitir el desarrollo de la identidad del Vino Argentino y descubrir las particularidades que nos distinguen y vuelven un país único en la elaboración de vinos.

El trabajo se encuentra liderado por equipos de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNCuyo y del INTA, bajo la dirección técnica de Guillermo Corona y el apoyo de diversas universidades de todo el país.

Se adelantó que la información estará alojada en el sitio del Observatorio Vitivinícola Argentino y que se está trabajando en la sección web para el mes de Septiembre.

Se generó una instancia de intercambio entre los presentes para conocer más detalles, alcances y responsables del estudio, y determinar la manera de hacer sinergia para potenciar el estudio.

4. Se presentaron las próximas actividades previstas en el calendario de promoción de WofA categorizadas según las diferentes áreas.

En términos de acciones de **Marketing Digital**, se hizo referencia a Media sips, una alternativa estratégica para que bodegas socias y no socias puedan amplificar su mensaje a diferentes audiencias en el mundo, con la implementación de MEET THE WINERIES. Se trata de una activación desarrollada para disponibilizar los canales, audiencias y recursos de WofA a bodegas. Cada edición de Meet the Wineries se da en el contexto de alguna de las campañas estacionales para los distintos mercados. Se hizo referencia a la actual campaña "Argentina Unsurpassed" que funciona como eje de contenido de las actividades, basada en los siguientes pilares: innovación, diversidad, sostenibilidad y prestigio. Esta campaña será la que nutra de contenidos a "WOFA SUMMER CAMPAIGN", que estará corriendo a partir del mes de julio en coincidencia con el verano en el hemisferio norte.

En materia de **Hospitalidad**, se compartieron los insights de las últimas misiones inversas organizadas:

- Visita a Argentina de Pablo Braida, primer Master Sommelier argentino. Se desarrolló en marzo y contempló un recorrido por Mendoza, San Juan, Salta, Neuquén y Río Negro. La agenda involucró el encuentro con productores de diferentes escalas; sesiones de cata y seminarios para profundizar su conocimiento sobre la vitivinicultura de nuestro país. Se destacó que de las 33 bodegas degustadas en su viaje, 18 fueron pequeños productores de San Juan y 7 de Córdoba, lo cual pone de manifiesto el foco de la acción en mipymes.
- Visita de compradoras de LCBO (Canadá), Ann Patel (LCBO Category Manager) y Marie Cundari (LCBO Senior Director). Contó con una instancia de encuentro previo (virtual) con las compradoras que brindaron información sobre el mercado y cómo trabaja el Liquor Board, de la que participaron bodegas socias y no socias. Luego se compartió un documento con información detallada sobre los vinos de interés para las compradoras, y en función a eso se diseñó la agenda de visitas. La acción contó con seminarios sobre diferentes temáticas, de la mano de winemakers y expertos de bodegas. Como consecuencia de esta visita, LCBO realizó compras directas (información disponible en junio 2023) y solicitó a agentes de bodegas suscribir varios de los vinos degustados en el viaje en su tasting panel.
- Visita de Wine Influencers de Brasil, del 3 al 5 de mayo de 2023: Pri Matta; Tina Bini Bornstein; Cris Sant Ana y Deco Rossi, quienes con sus cuentas de instagram totalizan +442K seguidores. Recorrieron Mendoza, Neuquén y Río Negro y se propuso a las bodegas el diseño de acciones innovadoras para que pudieran generar una cobertura impactante en redes: Maridaje chocolate + vino; seminarios de variedades no tradicionales; historia de la vitivinicultura Argentina + asado tradicional; Innovación & Sustentabilidad; armar su propio blend, etc.

En materia de programas transversales de la entidad se compartieron avances de AWTC e IWSC.

**AWTC 2023 (Argentine Wine Trade Convention)**, a desarrollarse del 4 al 10 de junio de 2023 con sedes en Mendoza y San Juan, con la participación de bodegas de todo el país. Se trata de un programa B2B con la participación de 12 empresas importadoras de Estados Unidos, México, Colombia, Brasil y Paraguay, con el objetivo de que puedan identificar nuevas oportunidades comerciales y enriquecer su portfolio de vinos argentinos. Asimismo, les permitirá profundizar su conocimiento de la industria vitivinícola nacional y conocer las últimas tendencias que ofrece Argentina.

Se informaron detalles de la dinámica de la actividad, que consta de dos instancias: rondas de negocios one-on-one donde las bodegas tendrán la posibilidad de reunirse de manera independiente con importadores en base a un sistema de matchmaking. Serán en total 144 reuniones, que estarán complementadas con un espacio de networking diario para potenciar la interacción con el trade. Por otro lado, la agenda también prevé instancias de visita a bodegas con el desarrollo de seminarios con degustación a cargo de expertos para seguir promoviendo el conocimiento de nuestros terroirs y reflejando la diversidad del Vino Argentino.

Son 54 las mipymes vitivinícolas que formarán parte del programa, con beneficios diferenciales ofrecidos por Wines of Argentina.

**IWSC (International Wine & Spirit Competition)**: uno de los certámenes de wines & spirits más reconocidos e influyentes a nivel global, que se desarrollará "in situ" en Mendoza. Las tasting sessions serán a ciegas los días 4 y 5 de julio de 2023. A la fecha son 300 etiquetas las que se registraron para participar y se invitó a bodegas a registrarse hasta el 19 de mayo.

El jurado está integrado por un panel diverso de 14 referentes internacionales del mundo del vino de Estados Unidos (Cristie Norman), Reino Unido (Rebecca Palmer, Matteo Montone MS, Beth Pearce MW, David Kermode) y Brasil (Dirceu Vianna Junior MW, Paulo Brammer, Jorge Lucky, Suzana Barelli), a quienes se suman representantes de gran reconocimiento que degustarán por nuestro país: Andrea Donadio, Delvis Huck, Amanda Barnes, Alejandro Iglesias y Aldo Graziani.

Las jornadas de cata se complementarán con una agenda con visitas a Primera Zona y Valle de Uco, donde se dictarán seminarios temáticos con degustación a cargo de destacados/as profesionales locales. Se prevén además diferentes instancias de networking con la presencia de representantes de más de 30 bodegas.

En ambos programas se hizo referencia a los detalles de la cobertura en prensa y de la estrategia de comunicación para difundir esta actividad.

### **Análisis de mercados**

Se procedió a realizar un análisis de los objetivos propuestos en diciembre 2022 a la hora de diseñar el plan de actividades para el año en curso, reflejando el grado de cumplimiento de cada uno de ellos discriminado por cada uno de los mercados foco de la estrategia: USA, Canadá, LATAM, ASIA & China, UK & Europa. El contenido de la presentación con el detalle de los avances se encuentra a disposición de las bodegas socias en la intranet de la institución.

5. Se hizo una recapitulación de los resultados de la 13° Edición de la campaña **MALBEC WORLD DAY**, cuyos objetivos fueron:
  - Reconocimiento del evento MWD y de la categoría Malbec Argentino.
  - Llevar tráfico al sitio web del evento.
  - Generar interacción con la marca y categoría, y los contenidos relacionados.

En términos de performance de la campaña en social media, se destacaron los siguientes números alcanzados: 140 M de impresiones en el periodo 5/04 al 5/05; 196K clics y un VTR en Youtube de 94,03%, superando ampliamente las cifras de la campaña 2022. Se ofrecieron detalles de la pauta publicitaria en Google Ads, META (CROSS) y Programmatic (DV360), así como de la landing page de campaña que alcanzó: 93.8K usuarios y 102.3K sesiones en 2023, comparado con los 74.1K y 93.2K respectivamente en el año anterior.

Se presentaron las repercusiones en prensa de la campaña, que a nivel nacional alcanzó 245 notas totales en medios (publicadas hasta el 28 de abril de 2023 inclusive), 45 de las cuales correspondieron a medios TIER1, con un VEP total (Valor estimado publicitario) equivalente a \$17.7M. A nivel global, de acuerdo a datos de la plataforma Meltwater, la campaña alcanzó un ROI 9.86M, y un alcance potencial global de 1066M.

### 6. Varios

#### a. Situación de pagos al exterior.

Se informó que desde el 21 de abril la entidad no puede emitir pagos al exterior. El CEF actual alcanza los \$220 millones de pesos, las operaciones se encuentran debidamente cargadas, pero no se ha podido destrabar la situación. Desde la WofA continúan las gestiones ante diferentes organismos y dependencias para poder encontrar una solución. Se dejó en claro la gravedad de la coyuntura para poder seguir desarrollando actividades en el exterior y afrontando los pagos del personal en las oficinas externas. Próximamente se presentarán al Directorio diversas propuestas y mecanismos de acción para evaluar.

b. Novedades Sustenta Vitis.

Se repasaron las diferentes acciones del programa de sostenibilidad para el Vino Argentino “*Sustenta-Vitis*”, posibilitado por AL-INVEST Verde, gracias a un aporte no reembolsable de 300.000 euros de la Unión Europea. Se invitó a las bodegas a sumarse a las diferentes iniciativas que se encuentran en marcha bajo la modalidad de producto mínimo viable (PMV) para ir escalando y ampliar la base de bodegas beneficiadas, con foco en micro y pequeñas bodegas. Se destacó la importancia de seguir fomentando la sostenibilidad como rasgo del vino argentino, que constituye además una exigencia real de los mercados de exportación.

c. Reunión con autoridades de Coviar. Novedades.

Se adelantaron detalles de la reunión con el Presidente de COVIAR, comentando que se buscó alinear el trabajo en conjunto y los puntos de agenda común, logrando el máximo aprovechamiento de los recursos evitando solapar las funciones de ambas entidades en materia de promoción externa. Se aprovechó esa instancia para ofrecer detalles del cambio de estatuto de WofA.

d. Solicitud de asociación: productores de Vermut.

Se contactó un grupo de productores de Vermut con intenciones de asociarse para formar parte de las actividades de WofA. Se discutirá internamente esta incorporación, porque son productos complementarios, están en la mesa y en la cultura del vino de Argentina y puede resultar positivo incorporarlos.

Siendo las 12:55 hs, se da por finalizada la reunión.