REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA N°163

Fecha: 01 de agosto de 2024.
Lugar: La Enoteca (Av. Peltier 611, Ciudad de Mendoza). También fue transmitida en simultáneo de manera virtual a través de la plataforma Zoom.
Hora: 16:30 hs.

Asistentes tanto presenciales como virtuales:
Miembros integrantes de la Comisión Directiva: Claudia Piedrahita (Casarena ByV S.A.); Ramiro Barrios (Clos de los siete S.A.); Lucas Lowi (Bodegas Chandon S.A.); Guillermo Barzi (Est. H. Canale SA); Patricia Freuler de Ortiz (Fincas Patagónicas S.A.); Germán Frenk (Viñedos Casa de Uco SA); María Victoria Acosta (Trivento ByV S.A.); Celeste Pesce (Finca Flichman S.A.); Pablo Aranda (Bodega Argento S.A.); Matías Avico (Molinos Río de la Plata); Manel Lanús (Grupo Colomé); Daniel Gómez (Tittarelli V.O.S.A.); Lis Clément (Bodega Clément); Renzo Monge (S.A. E.V. Escorihuela); Dolores Urquía (Finca 1948 S.A.); Leandro Bastías (Bodegas Budeguer S.A.); Ana María Correas (Kaikén S.A.); Christophe Chartier (Finca Von Wigstein S.A.) y Lucía Romero (Uvas del Valle S.A.).

En representación de bodegas socias, socios estratégicos y organizaciones invitadas participaron: Juan Cruz Morales (Est. H. Canale S.A.); Paula Pía Ariet (Gestión Capital Humano); Agostina Lencinas y Carlos Fiochetta (COVIAR).

Por parte del equipo de WofA: Magdalena Pesce, Analía Lucero, Paula Valle, Verónica Kathuria, Natalia Oviedo, Sebastián Oviedo, Sofía Brazzolotto, Yael Doctorovich, María Sol Rico, Daniel Benitez y Juan P. Sandoni. También participaron Marcela Balter y Viviana Leyes (E. Balter & Asociados).

Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
2. Resumen Encuentro de Estrategia 26/7.
3. Novedades: visita Matthew Luczy.
4. Mercados
    - Novedades Brasil y México
    - Novedades Canadá
    - Actividades Europa
    - Actividades Asia
5. Avances Comisión de Comunicación.
6. Informe de Tesorería y Cobranzas.
    - Presentación Nueva Herramienta Tesorería.
7. Varios:
    - Sustenta Vitis.

- Enoturismo: acuerdos con Destino Argentina y AHT.
- COVIAR.

---

1. Se llevó a cabo la lectura del acta de la reunión anterior, que fue aprobada por unanimidad. Se recordó que todas las actas se encuentran disponibles para consulta en el Back Office (intranet) de la entidad.

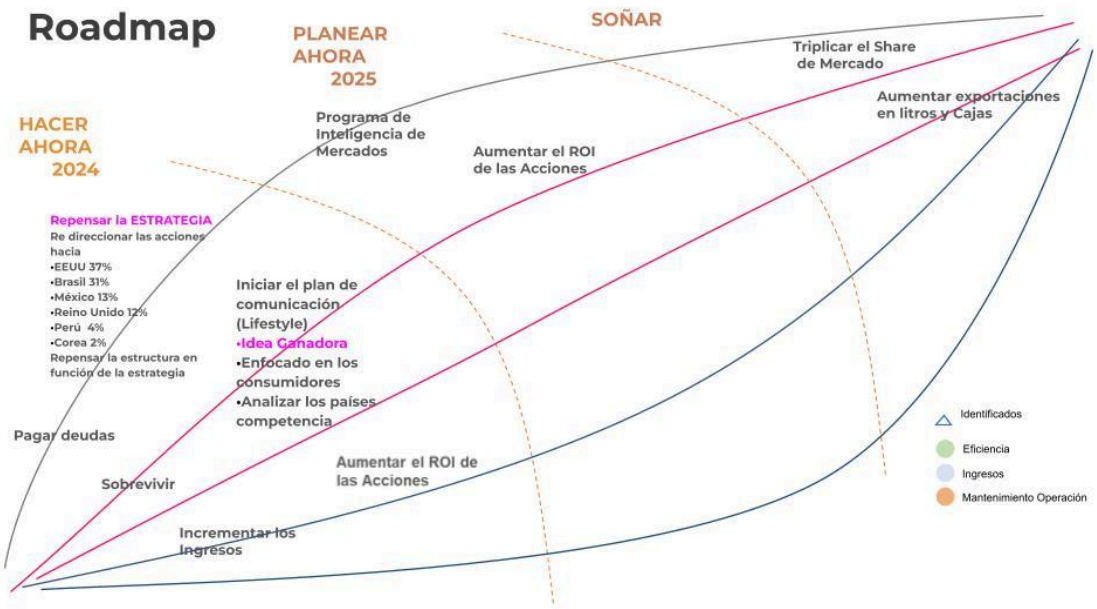
2. Se hizo mención a la jornada de revisión de la estrategia de la entidad llevada a cabo el viernes 26 de julio de la que participaron 12 integrantes del Comité Ejecutivo. Esta instancia contó con una guía metodológica externa que permitió ordenar y acelerar el proceso. La sesión fue moderada por Paula Pía Ariet (Gestión Capital Humano, socia estratégica de la entidad).

   Se hizo una revisión del contexto que vive actualmente la categoría Vino Argentino en función del cual se plantearon ideas para intentar modificarlo utilizando dinámicas de facilitación, que concluyó en una puesta en común para lograr una visión de consenso.

   A continuación los puntos clave en relación al contexto de mercado:

   - Caída en el nivel de consumo de vino a nivel global y cambios en la forma y patrón de consumo.
   - Cambios significativos en la pirámide demográfica y demora de nuevos consumidores (jóvenes) en entrar a la categoría.
   - Desconocimiento/desinterés sobre la categoría Vino Argentino en mercados clave del mundo por parte de consumidores (ej. US) vs. Mejor posicionamiento de la categoría cuando hablamos de *trade* o especialistas.
   - Cambio climático y su influencia en la productividad tanto como en los hábitos de consumo.
   - Caída de *market share* del vino argentino, caídas sistemáticas y sostenidas de las exportaciones.
   - Restricciones presupuestarias WOFA debido a la política monetaria del año anterior, menores fondos del gobierno y dificultades de los socios.
   - Altos costos logísticos en el comercio exterior / altos costos internos.
   - Oportunidades relacionadas con la generación de experiencias y la cultura.

   En función de los objetivos planteados como objetivos para alcanzar en 2024 se hizo una revisión de lo alcanzado tras los primeros siete meses del año. A partir de ahí metodológicamente se plantearon meta-objetivos estratégicos (también denominados aspiracionales) y objetivos anuales para su consecución. Esto se vio reflejado en el siguiente gráfico:



A partir de la validación de estos resultados se comenzará a trabajar en objetivos y planes de acción por cuatrimestres que permitan llevar adelante acciones con la correspondiente rendición de cómo se vienen alcanzando y determinar cuán lejos / cerca estamos de los objetivos propuestos. Se dejó abierta la instancia para que el Directorio pueda dar feedback en relación a estos puntos.

Asimismo, durante la jornada metodológica del 26/07 se solicitó a los participantes realizar una ponderación (en %) de los mercados que consideran más importantes para abordar desde WofA. A continuación la síntesis:

- EEUU - 37%
- Brasil - 31%
- Perú - 4%
- México - 13%
- Inglaterra - 12%
- Corea - 2%

Hubo acuerdo en que esta consulta sobre mercados se extienda a la base de socios de Wines of Argentina para ampliar el alcance de resultados, utilizando un formulario de Google sumamente simple. Se conocerán avances en la próxima reunión de Directorio para comenzar a trabajar en los objetivos específicos.

3. Se ofrecieron novedades en relación a la visita a Argentina de Matthew Luczy, ampliando la información presentada en la reunión de Directorio anterior. El viaje se desarrollará del 18 de noviembre al 1 de diciembre de 2024 y visitará únicamente Mendoza, con foco en educación y en recorrer viñedos, limitando las degustaciones en bodegas a 1 o 2 vinos. El resto de los vinos para *review* los degustará en Los Ángeles (USA) del 6 al 10 de enero de 2025. El degustador mantendrá el esquema de degustación de Luis Gutiérrez (cada 16-18 meses) y publicará su reporte a finales de febrero del próximo año.

   Se informó que desde Wines of Argentina se llevarán a cabo negociaciones intentando flexibilizar estas condiciones de visita para lograr una mejor experiencia tanto para el invitado como para las bodegas. Entre otros puntos se adelantó que se generarán seminarios que

permitan ampliar la cantidad de vinos degustados, abriendo la participación a vinos de otras regiones (fuera de Mendoza). También se solicitará la posibilidad de ampliar la cantidad de vinos a degustar en Los Ángeles.

El degustador se hará cargo de costear todos sus gastos con su propio presupuesto y se adelantó que existe un compromiso por parte del degustador de visitar otras regiones en sucesivos viajes.

4. Se hizo un repaso por las principales acciones de los principales mercados:

BRASIL
Se dieron a conocer detalles de las dificultades para el envío de muestras a la feria ProWine Sao Paulo como consecuencia de la negativa por parte de la Embajada Argentina en Brasil y el Consulado Argentino en San Pablo a extender la franquicia diplomática para su ingreso. Asimismo, se hizo mención a todas las gestiones llevadas a cabo por Wines of Argentina y FedEx para destrabar esta situación. Finalmente, y tras el cambio sistemático de requerimientos y documentación por parte del *forwarder* oficial de la feria, se informó desde ProWine Sao Paulo que existe un régimen especial para ingreso de muestras a la feria sin valor comercial.

De todos modos, se informó que este procedimiento involucra por parte de las bodegas una serie de burocracia y documentación (aptitud de exportación y certificado de origen) que dilatan los tiempos y encarecen los costos de envío. Desde WofA se están haciendo gestiones para intentar facilitar este proceso.

Desde WofA se propuso elevar formalmente una presentación a Cancillería Argentina informando la situación y el detalle de costos involucrados para manifestar la disconformidad con esta situación que contrasta con el fomento a las exportaciones que se promueve desde el Gobierno nacional.

MÉXICO
Viaje de Mariana Torta (Area Manager de Brasil y LATAM) a México por primera vez como representante de WOFA en LATAM en el mes de septiembre 2024. Se dieron detalles de la agenda incluye reunión con importadores, actividades educativas para *trade* y consumidores, con la participación de bodegas argentinas.

CANADA
Con el objetivo de seguir fortaleciendo la vinculación con Liquor Boards del mercado, se han previsto dos actividades de promoción: WINES OF ARGENTINA SAQ PROMOTION 2024 y MALBEC WORLD DAY X LCBO PROGRAM 2025 (PERIOD 1). Las inscripciones se encuentran abiertas para que las bodegas se registren.

EUROPA
Se refirió a que desde principios del 2023 la entidad ha venido desarrollando actividades en el mercado europeo sin la presencia de un Área Manager, debiendo ser asumida esa tarea por el equipo de Market Liaison, junto a las representaciones argentinas en el exterior. En el período se han realizado 9 acciones educativas focalizadas en *trade* en los siguientes mercados: Polonia, Reino Unido, Suecia, Noruega, Finlandia, Islandia, a los que se suma la coordinación de participación en las ferias Vinexpo Paris y ProWein Düsseldorf. Actualmente hay dos eventos abiertos para activaciones en Suecia y Suiza.

ASIA

Se lanzó la convocatoria a Prowine Shanghai, con 2 bodegas actualmente inscriptas y abierto el período de registro. Se informó que se avanzará con la organización a condición de que se consiga reunir al menos 8 bodegas, que es el mínimo requerido para justificar la participación.

Asimismo, se informó que se está trabajando en *training sessions* para importadores de Corea del Sur y Japón durante el mes de septiembre, junto a las representaciones argentinas.

Se informó que en el Comité Ejecutivo se habló sobre la necesidad de generar nuevos equipos de comisiones por mercados, como en el caso de USA, ASIA, y profundizar el trabajo con personas de bodegas expertas en cada mercado específico.

5. Se compartieron avances de la Comisión de Comunicación, bajo los siguientes objetivos:
    - Plantear la necesidad del Vino Argentino de posicionarse de manera global, con principal foco en sus mercados clave (especialmente USA).
    - Comprender cómo trabaja cada agencia y solicitar una propuesta de trabajo y sus respectivos presupuestos.

   Teniendo como desafío construir una *"Love Brand"* que pueda conectar emocionalmente con el consumidor, utilizando un storytelling atractivo y emocionante. Se dejó en claro que se mantendrá la línea de trabajo actual con foco más en trade y KOLS, y contenidos de carácter más técnico que ha venido funcionando muy bien.

   Se ha estado trabajando en el armado de un brief de comunicación y se han mantenido reuniones con dos agencias: Felicidad y NINCH COMPANY. La próxima semana la Vicepresidenta de WofA se reunirá con Futurebrand.

   Se presentó un timeline tentativo de trabajo muy ambicioso para llegar a abril 2025 (idealmente para Malbec World Day) con un reposicionamiento, creatividad, storytelling y estrategia de comunicación para el período 2025-2030.

   Se alentó al Directorio a hacer sus aportes y comentarios para enriquecer ese brief. Se irá avanzando de manera acelerada y se presentarán las propuestas al Directorio.

6. Se presentaron las posiciones de Tesorería y el informe de cobranzas que fueron aprobados sin observaciones. Se informó que en la próxima reunión de Comisión Directiva se presentará la nueva herramienta de visualización de la información de Tesorería y Cobranzas.

7. VARIOS

    - Se hizo mención a dos nuevos socios estratégicos de la entidad: BELOG y LA MORADA.

    - En materia de acuerdos interinstitucionales, WofA firmará convenios con AAPRESID y AHT, que se suman al ya firmado con DESTINO ARGENTINA.

      En cuanto al convenio con AAPRESID, se dieron a conocer los highlights de ese acuerdo, poniendo de manifiesto la relevancia y adecuación a los objetivos de la entidad. Establece, entre otros puntos, la mutua colaboración y cooperación entre LAS PARTES a fin de llevar a cabo acciones para el desarrollo y la promoción del vino argentino, la agricultura y su proyección a nivel internacional y nacional. Acciones a realizar:
        - Realización de campañas de comunicación y promoción a nivel internacional y nacional para destacar los valores sostenibles del país

- Promover prácticas sostenibles en la agricultura y vitivinicultura.
- Asesoramiento y transferencia de información y/o material del que dispusieran.
- Realizar cualquier actividad de interés para LAS PARTES o cuya finalidad sea de bien público que en forma directa o indirecta se vincule con la promoción del vino argentino como marca y sus regiones productoras como destino turístico internacional.

  Se reforzaron las instancias de participación de WofA en el Congreso AAPRESID (7 al 9 agosto), invitando a más bodegas que se sumen.

- En relación al programa *Sustenta Vitis*, se informó un nuevo desembolso de EU 30.000, abriendo las últimas oportunidades para participar de los programas vigentes, ya que el programa finaliza en diciembre de 2024. Se recordó que la participación se amplió a Cooperativas y productores primarios.

  Se gestionó una reunión con el Presidente y equipo de trabajo de Bodegas de Argentina para unificar esfuerzos y potenciar la difusión del programa *Sustenta Vitis*, para lograr que más bodegas de todo el país se sumen a las iniciativas, entre ellas la Certificación del Protocolo de Sustentabilidad creado por esa entidad.

  En línea con el eje de innovación se invitó a participar de la reunión informativa online donde se presentará la Misión de Innovación a Burdeos, Francia, en el marco de la Feria Vinitech Sifel. El encuentro tendrá lugar el miércoles 7 de agosto a las 9.00hs.

- Se realizó la presentación del cierre de proyecto 2023-2024 ante la COVIAR y se está trabajando en el nuevo proyecto. Se tendrán novedades presupuestarias en el próximo mes, trabajando con anticipos para poder continuar con la actividad de WofA como unidad ejecutora.

Siendo las 18:02 hs, se da por finalizada la reunión.