

2025

# PLAN DE ACCIÓN

Te presentamos nuestro programa de actividades de promoción del *Vino Argentino* para 2025.



### META OBJETIVO WOFA 2030

Incrementar el posicionamiento del Vino Argentino, direccionado al crecimiento de las exportaciones de la categoría.

- Determinación de los **objetivos específicos** desde los cuales cada área contribuye a ese objetivo general.
- Definición de puntos clave: cronograma de tiempos, actividades, KPIs, responsables.

En alianza con  
**Gestión**  
COMPENSACIONES Y CAPITAL HUMANO

PLAN DE ACCIÓN  
2025

# ESTADOS UNIDOS





## Objetivos

**Aumentar 25%** el **nivel de conocimiento** sobre el vino argentino en el **trade** para generar interés sobre Argentina y **lograr oportunidades de venta** para bodegas participantes.



## KPIs GENERALES

- Cantidad de personas educadas en seminarios
- Cantidad de bodegas/vinos participantes.

### PLAN DE ACTIVIDADES

ARGENTINE SPARKLING WINE IN NEW YORK	MARZO
MALBEC WORLD DAY AT THE ARGENTINE EMBASSY IN WASHINGTON DC	ABRIL
MALBEC WORLD DAY EVENT IN LOS ANGELES	ABRIL
WINE DINNER CONSULATE OF CHICAGO	SEPTIEMBRE
TRADE SEMINAR IN NEW YORK	OCTUBRE / NOV.
NATIONAL WINE DAY IN LA	NOVIEMBRE
NATIONAL WINE DAY IN CHICAGO	NOVIEMBRE
NATIONAL WINE DAY IN ATLANTA	NOVIEMBRE



## Objetivos

**Realizar 3-4 actividades con *retailers* y aumentar las ventas de #VinoArgentino en un 10% en estos *retailers* (off y online) / Generar alianzas con 2 *retailers* incluidos en el top 10 de USA para *seasonal campaigns* sobre Vino Argentino.**



## KPIs GENERALES

- Cantidad de programas realizados vs. planificados.
- Valoración positiva de las bodegas de la tienda y actividad. Lograr continuidad del vínculo y programa al año siguiente.

### PLAN DE ACTIVIDADES

BINNY'S MWD DIGITAL CAMPAIGN, SEMINAR & IN-STORE TASTING	ABRIL / MAYO
GARY'S WINE & MARKETPLACE MWD DIGITAL CAMPAIGN, STAFF TRAINING & IN-STORE TASTINGS	ABRIL / MAYO
IN-STORE CONSUMER TASTING WITH ABC FINE WINE & SPIRITS	ABRIL / MAYO
PLCB STAFF TRAINING	AGOSTO / SEPT.
CONSUMER IN-STORE TASTINGS WITH ABC FINE WINE & SPIRITS	OCTUBRE / NOV.
CONSUMER IN-STORE TASTINGS WITH CROWN FINE WINE	OCTUBRE / NOV.



## Objetivos

**Organizar las catas solicitadas por Joaquín Hidalgo, Matthew Luczy y Virginie Bonne en 2025**, asegurando la mayor participación de bodegas socias de WOFA.



## KPIs GENERALES

- Cantidad de bodegas socias participantes.

ROBERT PARKER WINE ADVOCATE - ANNUAL TASTING - MATTHEW LUCZY	ENERO
DEGUSTACIÓN JOAQUIN HIDALGO VINOUS	VARIOS MESES
VIRGINIE BONNE TASTING	TBC



## Objetivos

**Aumentar 20% el *brand awareness* de Argentina en prensa** con acciones de Colangelo.



## KPIs GENERALES

- Cantidad de notas y artículos y alcance.
- Cantidad de bodegas/vinos mencionados después de enviar los *itches*.

MEDIA PITCH 2025

COLANGELO & PARTNERS

FEBRERO -  
JULIO



## Objetivos

**Participar como categoría argentina de 3 eventos** con foco en el *trade* por año.



## KPIs GENERALES

- Cantidad de bodegas/vinos participantes en estos eventos.

### PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA USA: CABERNET STAR LOS ANGELES	ENERO
WOFA USA: SIP OF SOUTH AMERICA, WINE ENTHUSIAST	JUNIO
WOFA USA: TEXSOM ANNUAL CONFERENCE DALLAS, TEXAS	AGOSTO
WOFA USA: TASTE OF SOUTH AMERICA IN DC	SEPTIEMBRE
WOFA USA: SOMMCON SAN DIEGO 2025	OCTUBRE
WOFA USA: VINOUS ICONS TASTING	NOVIEMBRE



PLAN DE  
ACTIVIDADES

PLCB PENNSYLVANIA - VISIT TO ARGENTINA	FEBRERO
VINOUS (JOAQUÍN HIDALGO)	MARZO
EDUCADORES WSET	MAYO
TRADE TRIPS	JULIO / AGOSTO / SEPT.
ZOOM IN ARGENTINA	OCTUBRE



### KPIs GENERALES



Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2025.

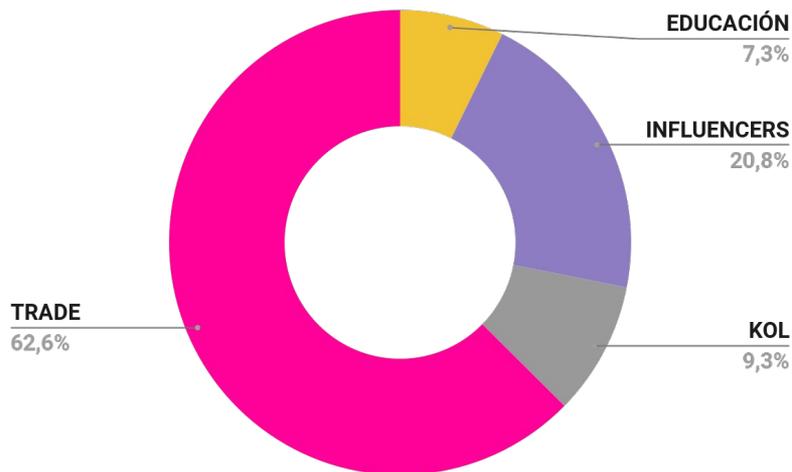


**+80%**

Nivel satisfacción +80% a través de encuestas en 2 direcciones.

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS



PLAN DE ACCIÓN  
2025

# BRASIL





## Objetivos

**Aumentar en 50% la cantidad de personas del trade capacitadas** en 2025, mediante programas de formación especializados para sommeliers (WSET y ABS), con el fin de mejorar sus conocimientos sobre Vino Argentino y aumentar la presencia de marca.



## KPIs GENERALES

- Cantidad de personas educadas. Bodegas/vinos participantes

CAPACITACIÓN WSET / ABS SAO PAULO	AGOSTO
-----------------------------------	--------



## Objetivos

**Aumentar en un 50% la cantidad de actividades para prensa, influencers y *trade* durante el 2025.**



## KPIs GENERALES

- Cantidad de publicaciones

### PLAN DE ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY EN SÃO PAULO 2025	ABRIL
ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN CON DISTRIBUIDORES	ABRIL
ALMUERZO TRADE / DEGUSTACIÓN SAO PAULO	SEPT. & DICIEMBRE
PROWINE SÃO PAULO 2025	OCTUBRE



## Objetivos

**Realizar una actividad de promoción y/o de tipo educativa** en otras ciudades (Belo Horizonte, Recife, Salvador de Bahia y Rio de Janeiro) en 2025.



## KPIs GENERALES

- Cantidad de actividades realizadas sobre las actividades planeadas

### PLAN DE ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY EN BELO HORIZONTE 2025	MARZO
MALBEC WORLD DAY EN RECIFE 2025	MARZO
MALBEC WORLD DAY EN RÍO DE JANEIRO 2025	ABRIL
MALBEC WORLD DAY EN SALVADOR DE BAHÍA 2025	ABRIL
ACTIVIDAD DEGUSTACIÓN RECIFE	AGOSTO
ACTIVIDAD DEGUSTACIÓN RÍO DE JANEIRO	NOVIEMBRE



PLAN DE ACTIVIDADES	ZOOM IN ARGENTINA	MAYO
	MICRO-PROGRAMA COMUNICADORES DE VINO	SEPTIEMBRE
	EDUCADORES WSET	MAYO
	REPRESENTANTES DEL TRADE	JUNIO / AGOSTO



### KPIs GENERALES



Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2025.

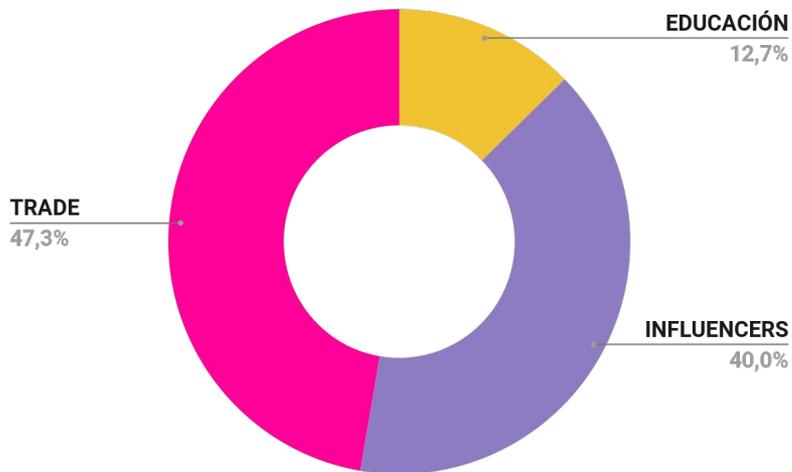


**+80%**

Nivel satisfacción +80% a través de encuestas en 2 direcciones.

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS



PLAN DE ACCIÓN  
2025

# OTROS MERCADOS



PLAN DE ACCIÓN  
2025

# LATAM

## MÉXICO & PERÚ





## Objetivos

- 1. Garantizar el reclutamiento de 4 DISTRIBUIDORES** de México y Perú con posibilidad de compra en la segunda mitad del 2025.
- 2. Aumentar en un 30% la cantidad de personas del trade capacitadas** en México durante 2025, mediante programas de formación especializados para distribuidores y socios clave, con el fin de mejorar sus conocimientos sobre el Vino Argentino y aumentar la presencia de la marca.
- 3. Realizar dos actividades** (MWD y segunda parte del año) con foco en distribuidores de México y Perú para lograr ventas y visibilidad de marcas en el 2025.
- 4. Garantizar el reclutamiento de 4 referentes** (influencers, comunicadores) de México en el primer semestre 2025.



## KPIs GENERALES

- Valoración positiva (80%) del perfil del invitado por parte de las bodegas mediante encuesta de satisfacción.
- Cantidad de personas educadas en el mercado.
- Cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados.
- Valoración positiva del perfil del invitado por parte de las bodegas en un 80% en la encuesta de satisfacción a las bodegas.
- Cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados.
- Lograr que alguno de los invitados participen en alguna actividad que hagamos en el mercado como embajador, anfitrión de WOFA.



PLAN DE  
ACTIVIDADES

WOFA MÉXICO: MALBEC WORLD DAY EN MÉXICO 2025	MARZO
WOFA LATAM: MALBEC WORLD DAY EN PERÚ 2025	MAYO
WOFA LATAM: CAPACITACIÓN TRADE PRESENCIAL MEXICO	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: ALMUERZO DEGUSTACIÓN TRADE MEXICO	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: ACTIVIDAD ASOCIACIÓN MEXICANA SOMMELIERS	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: ACTIVIDAD CAPACITACIÓN TRADE PRESENCIAL PERÚ	NOVIEMBRE
WOFA LATAM: DEGUSTACIÓN TRADE PRESENCIAL PERÚ	NOVIEMBRE
WOFA LATAM: REUNIÓN CON IMPORTADORES PERU	NOVIEMBRE



PLAN DE  
ACTIVIDADES

LATAM: ZOOM IN ARGENTINA	MAYO
LATAM: REPRESENTANTES DEL TRADE	AGOSTO



**KPIs GENERALES**



Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2025.



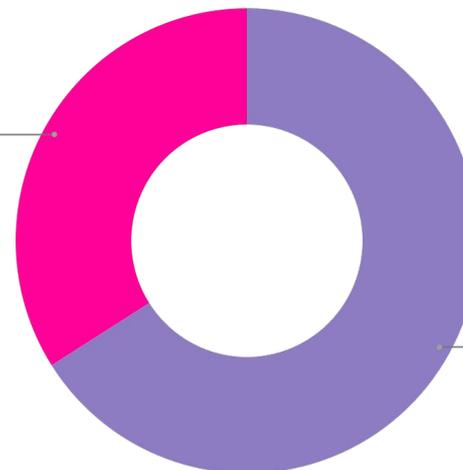
**+80%**

Nivel satisfacción +80% a través de encuestas en 2 direcciones.

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS

**TRADE**  
34,0%



**INFLUENCERS**  
66,0%

PLAN DE ACCIÓN  
2025

# EUROPA





## Objetivos

- 1. Realizar tres actividades en UK** en 2025: educación y otra de promoción.
- 2. Realizar una actividad de promoción** que refuerce vínculo con monopolios de Noruega, Islandia, Suecia, Finlandia para lograr que haya más tenders para Argentina en 2025-2026.
- 3. Realizar una actividad de promoción y/o educativa en Irlanda** en 2025.
- 4. Realizar una actividad de promoción y/o educativa** en mercados escandinavos (Dinamarca, Noruega y Suecia) en el 2025.
- 5. Realizar una actividad de promoción y/o educativa en Suiza, Polonia o Países Bajos** en 2025.



## KPIs GENERALES

- 1. KPI** cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.
- 2. KPI** Cantidad de tenders.
- 3. KPI** Cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.
- 4. KPI** Cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.
- 5. KPI** Cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.



PLAN DE  
ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY IN SWITZERLAND	ABRIL /MAYO
MALBEC WORLD DAY IN UK	ABRIL/MAYO
MALBEC WORLD DAY IN DENMARK	ABRIL/MAYO
MALBEC WORLD DAY IN IRELAND	ABRIL/MAYO
MASTERCLASS & WALK-AROUND TASTING IN UK	SEPTIEMBRE
MASTERCLASS IN SWEDEN	SEPTIEMBRE
MASTERCLASS IN NORWAY	OCTUBRE
MASTERCLASS IN FINLAND	OCTUBRE
MASTERCLASS IN ICELAND	NOVIEMBRE
MASTERCLASS IN NETHERLANDS	NOVIEMBRE



PLAN DE  
ACTIVIDADES

UK: VISITA TIM ATKIN MW	FEBRERO
NETHERLANDS: SEMINARIO DE REGIONES en Bs.As.	FEBRERO
VISITA ESTUDIANTES OIV	MARZO



### KPIs GENERALES



Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2025.

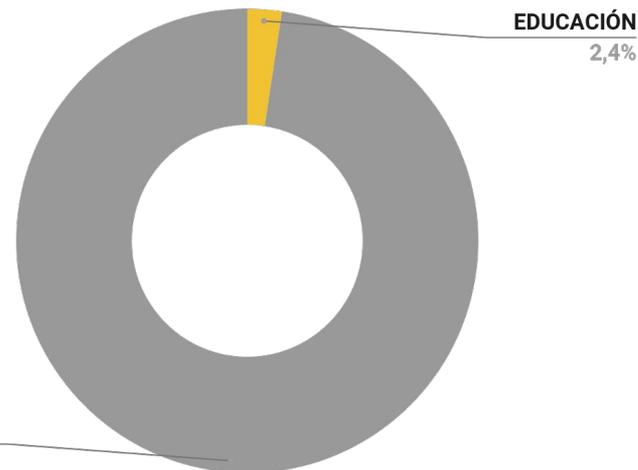


**+80%**

Nivel satisfacción +80% a través de encuestas en 2 direcciones.

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS



PLAN DE ACCIÓN  
2025

# CANADÁ





## Objetivos

**Aumentar un 25% la cantidad de personas del trade** educadas sobre Argentina para generar interés sobre el Vino Argentino y de esta manera lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.

**Realizar 1 temático por año con los 3 monopolios** más importantes, aumentar las ventas y la visibilidad de la categoría en el mercado en un 10% según año anterior.

**Lograr la visita de los compradores de los 3 monopolios** más importantes (LCBO, SAQ, BC) para el 2025-2026.



## KPIs GENERALES

**KPI** cantidad de personas educadas en los seminarios y cantidad de bodegas/vinos participantes.

**KPI** ventas alcanzadas en temáticos vs. mismo período del año anterior.

**KPI** que el viaje se lleve a cabo.  
KPI: cantidad de tenders y etiquetas que los compradores sumen a su portfolio luego del viaje en un período de un año.



PLAN DE  
ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY X LCBO PROGRAM 2025 (PERIOD 1)	ABRIL
MALBEC WORLD DAY IN TORONTO	ABRIL
MALBEC WORLD DAY IN QUEBEC	ABRIL
MALBEC WORLD DAY IN WESTERN CANADA	ABRIL
SAQ THEMATIC PROGRAM	TBC
LCBO THEMATIC PROGRAM	TBC
BC THEMATIC PROGRAM	TBC



PLAN DE ACTIVIDADES	SOMMELIERS (GANADORES)	MAYO
	LCBO VISIT TO ARGENTINA	SEPTIEMBRE
	SAQ VISIT TO ARGENTINA	SEPTIEMBRE/ DICIEMBRE
	BC VISIT TO ARGENTINA	OCTUBRE



### KPIs GENERALES



Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2025.



**+80%**

Nivel satisfacción +80% a través de encuestas en 2 direcciones.

KPIs diferenciados:

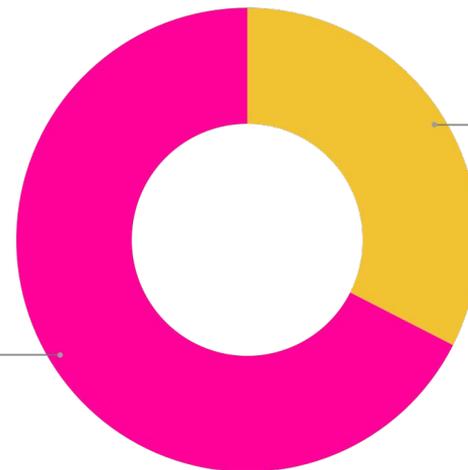
- BODEGAS
- INVITADOS

**TRADE**

67,5%

**EDUCACIÓN**

32,5%



PLAN DE ACCIÓN  
2025

# ASIA

China -HK-, Corea del Sur,  
Singapur e India





## Objetivos

**1. Educar al menos 80-100 personas del trade** (sommeliers, compradores, distribuidores argentinos, KOL) sobre Argentina como país y sus vinos en 2025 para generar interés sobre Argentina y lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.

**2. Educar a 2 de las 5 principales escuelas de formación** sobre Argentina como país y sus vinos en 2025 para generar interés sobre Argentina y lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.

**3. Asegurar el reclutamiento** y ayudar a organizar un viaje a Argentina para **importadores o KOLs** de los mercados asiáticos en 2025.

**4. Aumentar un 50% la visibilidad de Argentina** como país vitivinícola en los mercados de Asia (China -HK-, Corea del Sur, Singapur e India) a través de diferentes eventos.



## KPIs GENERALES

**1. KPI** cantidad de personas educadas.

**2. KPI** cantidad de escuelas alcanzadas/alianzas.

**3. KPI** Valoración positiva (80%) del perfil del invitado por parte de las bodegas mediante encuesta de satisfacción.  
**3.1. KPI:** cantidad de programas realizados/cantidad de programas planificados.

**4. KPI** cantidad de bodegas/vinos participantes.



PLAN DE  
ACTIVIDADES

CHENGDU WINE FAIR 2025 (HOTEL SHANGRI LA)	MARZO
MWD X DRAGON PHOENIX BEIJING WALK AROUND TASTING	ABRIL
MWD X DRAGON PHOENIX CITY TRAINING SCHOOL	ABRIL
MWD X CONSULATE / EMBASSY TASTING	ABRIL
MWD X SAN NIAN JIAN ONLINE SALES	ABRIL
MALBEC X SAN NIAN JIAN OFFLINE SALES	ABRIL
VINEXPO SINGAPORE	MAYO
SINGAPORE MASTERCLASS	MAYO
SEOUL MASTERCLASS	MAYO
WOFA ASIA: TRAINING PROGRAM FOR SOMMELIERS	JUNIO - SEPT.
WOFA ASIA: TRAINING PROGRAM FOR IMPORTERS	JUNIO - SEPT.
PROWINE SHANGHAI (TASTING AREA)	NOVIEMBRE
WOFA ASIA: ARGENTINE DAY 2025	NOV. - DIC.

## HOSPITALITY

VIAJE DE IMPORTADORES y KOLS

NOVIEMBRE

# FERIAS INTERNACIONALES

Alcance global



**WINE** PARIS

Düsseldorf  
Germany

March 16-18  
2025

DISCOVER  
THE TASTE  
OF TOMORROW.

The ProWein logo, which consists of a stylized white wine glass icon above the text 'ProWein' in white.

PLAN DE ACCIÓN 2025



**¡MUCHAS**  
GRACIAS!