

25 FEBRERO 2025

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**

TRANSMISIÓN ONLINE



[LINK A LA GRABACIÓN](#)

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**

Fecha

Martes 25 de febrero 2025
15h.

Modalidad

Virtual vía Zoom.

ORDEN DEL DÍA

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
2. Malbec World Day 2025.
3. Gala Guía Michelin.
4. Administración:
 - a. Informe de Tesorería y Cobranzas.
 - b. Escenarios Presupuestarios 2025
 - c. Situación Cuotas.
5. Varios:
 - a. Wine Paris 2025
 - b. Cambios Comisión Directiva
 - c. Autorización para percibir y rendir subsidio EMETUR.

1

Lectura y aprobación Acta de reunión anterior



Disponible en Back Office WofA

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



2.

MALBEC WORLD DAY
2025

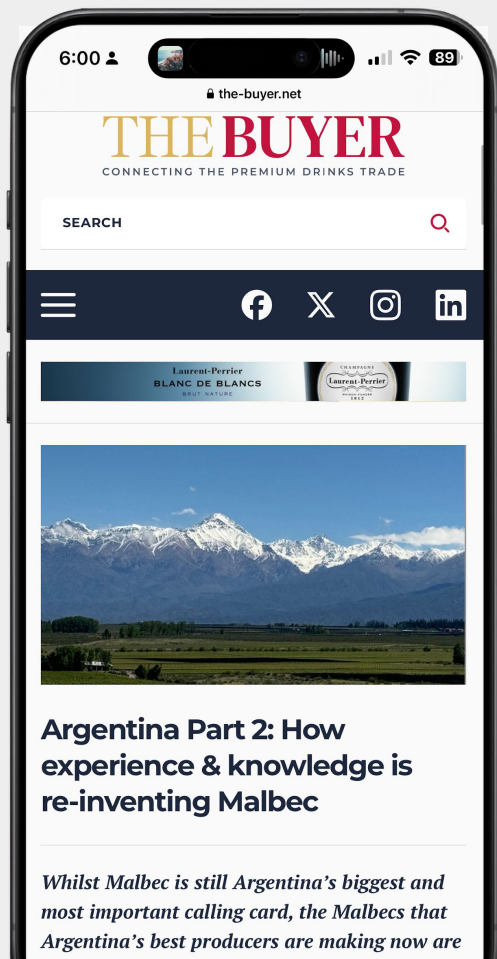
MALBEC
WORLD
DAY

W
WINES OF ARGENTINA
A

El Día Mundial del Malbec evolucionó a través de los años pasando de **destacar la diversidad y el éxito del Malbec Argentino** a **comprometerse con la sostenibilidad**.

Manteniendo la esencia de las celebraciones anteriores, proponemos continuar destacando esa diversidad del Malbec Argentino que lo caracteriza y la importancia de conocer los nuevos estilos que están surgiendo.

Argentina, con su variedad de terruños y la constante innovación de sus productores, ofrece una gama de Malbecs que va más allá de los estilos tradicionales. **¡Hay Malbecs para todos los gustos!**



“Si bien el Malbec sigue siendo la principal y más importante carta de presentación de Argentina, **los Malbec que elaboran hoy los productores del país son muy diferentes a los de hace diez o incluso cinco años**” .

**CREATE.
CHANGE.**

“La industria del vino puede tardar en aceptar los cambios, está impregnada de tradición. Encontrar soluciones a menudo significa hacer cambios audaces”.

Mike Carter

en South America Workshop by Lulie Halstead

#1 We are not our consumers – and never will be

‘Understand the behaviour and motivations of your customers and other folks whom you’d like to buy your wine.
Do your research so you no longer have to guess’

Patrick Merrill

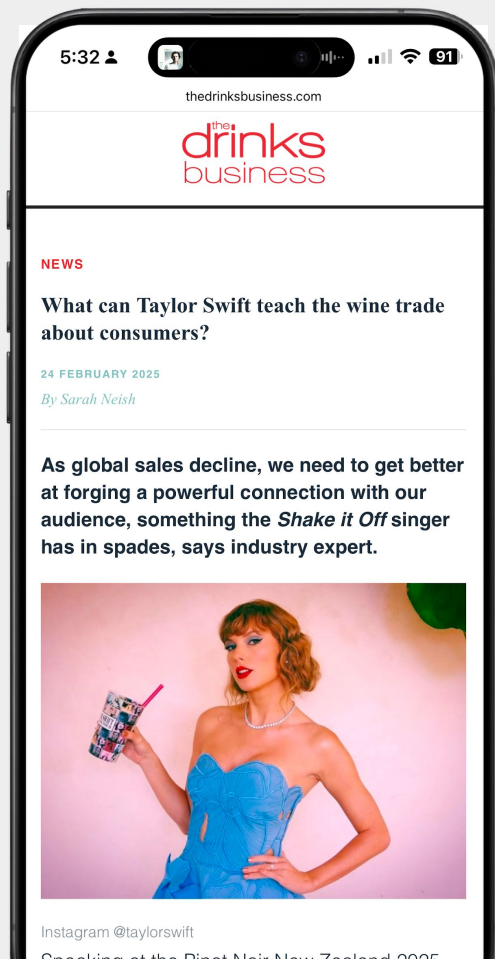


The real world



Our world





“La industria del vino debería centrarse en empoderar a los consumidores en lugar de educarlos y considerarlos personas en lugar de simples consumidores”
By Sarah Neish

**Poner al MALBEC
del lado del CONSUMIDOR**

+ DIVERSIDAD

+ COMPARTIR



YOUR MALBEC

Your Malbec:

Celebrá el Día Mundial del Malbec a tu manera.

En el Día Mundial del Malbec, queremos celebrar la versatilidad de nuestra cepa emblemática y la diversidad de formas en la que la disfrutamos.

Por eso, lanzamos la campaña *Your Malbec*, una invitación a encontrar tu propio estilo de consumo y a compartirlo con el mundo.

**¿Cómo lo hacemos? ¡A través de los recipientes!
Cada uno representa una ocasión de consumo, un
momento especial y una manera única de vivir el
Malbec.**

Your Malbec va más allá de una simple campaña. Es un homenaje a la diversidad y a la libertad de disfrutar el Malbec como cada uno quiera. Porque, al final, lo importante es el momento, la compañía y la experiencia.

YOUR MALBEC. Share it your way.

#YourMalbec #MalbecArgentino #MalbecWorldDay

El Malbec es nuestro. Argentino, apasionado, diverso. **Como nosotros.**

No hay una única forma de disfrutarlo. Cada copa, cada vaso, cada sorbo, es una expresión individual, una experiencia que se comparte.

La frescura de un Malbec con hielo en verano, la elegancia de una copa en una cena especial, la simpleza de un vaso de plástico compartido con amigos remiten a experiencias y momentos únicos que el Malbec hace posible. **Esa es la esencia de esta cepa.**

Your Malbec celebra esa diversidad . Reconoce que en cada elección y en cada momento, hay un Malbec esperando ser descubierto. No importa el recipiente, no importa la ocasión. Lo que importa es el encuentro y experiencia compartida.

YOUR MALBEC. Share it your way.

#YourMalbec #MalbecArgentino #MalbecWorldDay

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



3.

GALA GUÍA MICHELIN

MICHELIN GUIDE CEREMONY: BENEFITS & AUDIENCE

- Benefits from the MICHELIN Guide Ceremonies that generate \$1-3M in Earned Media Value per event
- Build relationships and create content throughout the ceremony with a **branded footprint** and **foster engaging moments** with a private tasting lounge or gifting opportunities
- Interact with other Partners to generate cross-industry contacts
- ~350 distinct attendees per ceremony

Here is a look at the audience – both at the event and globally:



B2B

- Restaurateurs
- Destination Partners
- Other Brand Partners activating at MGC or guests
- Government Officials
- Media Representatives



B2C

- Influencers and Media Representatives
- Social Media Users
- Livestream Viewers
- Restaurant Customers





FINANCIAL PROPOSAL – SUPPORTER LEVEL ARGENTINA

SUPPORTER

\$50,000 USD + IVA
(four bodegas through WOFA)

SUPPORTER BENEFITS

- “SUPPORTER” Title exclusively at ceremony for WofA and wineries
- Showcase brand at ceremony – see below for activation details
- Mention on Online save the date and/or invitations
- Dinner / cocktail menu

MGC ACTIVATION BOOTH

- Space within MGC ceremony or proposed design if not booth – this does not include activation design or cost
- Space will allow up to **five** bodegas to provide product (one confirmed winery)
- Product to be provided by wineries – must be enough to serve ~300 guests
- Corkage and service to be provided by WofA and wineries
- Two partner passes for WofA plus two per bodega (totaling 10 tickets)



FINANCIAL PROPOSAL – SUPPORTER LEVEL BRAZIL

SUPPORTER

\$60,000 USD + IVA
(if all five through WOFA)

SUPPORTER BENEFITS

- “SUPPORTER” Title exclusively at ceremony for WofA and wineries
- Showcase brand at ceremony – see below for activation details
- Mention on Online save the date and/or invitations
- Dinner / cocktail menu

MGC ACTIVATION BOOTH

- Space within MGC ceremony or proposed design if not booth – this does not include activation design or cost
- Space will allow up to **five** bodegas to provide product
- Product to be provided by wineries – must be enough to serve ~300 guests
- Corkage and service to be provided by WofA and wineries
- Two partner passes for WofA plus one per bodega (totaling 12 tickets)

4. ADMINISTRACIÓN

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



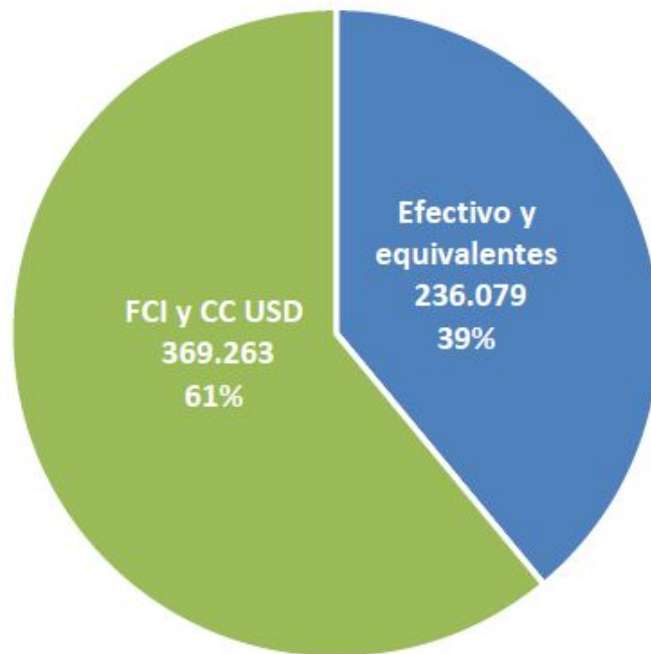
Informes de Tesorería y Cobranzas

POSICIÓN DE TESORERÍA

AL 31/1/2025



TOTAL USD 605.342,05



INFORME DE COBRANZAS



INFORME COBRANZAS AL 31 DE ENERO DE 2025

CUOTAS 1, 2 , 3 , 4 , 5 Y 6 DEVENGADA - VENCIMIENTO 31/01/2024 - 31/03/2024- 31/05/2024 - 31/07/2024 - 30/09/2024 - 30/11/2024

					T.C. \$1073,50
	CUOTAS EXIGIBLES	IMPORTE COBRADO	IMPORTE CUOTA BIMESTRAL	% COBRADO DE CUOTA	
CRÉDITO DEVENGADO EN PESOS	\$ 1.287.272.496	\$ 1.226.917.106	\$ 214.545.416	95%	
CRÉDITO DEVENGADO EN DOLARES	USD 1.199.136	USD 1.142.913	USD 199.856	95%	

SALDO A COBRAR			
AL 30/11/2024	\$	USD	
SALDO A COBRAR POR CUOTA	\$ 60.355.391	USD	56.223
SALDO A COBRAR POR EVENTOS T.C DÓLAR MEP \$1164,79	\$ 427.116.044,00	USD	397.872
TOTAL A COBRAR AL 31/01/25		USD	454.095

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



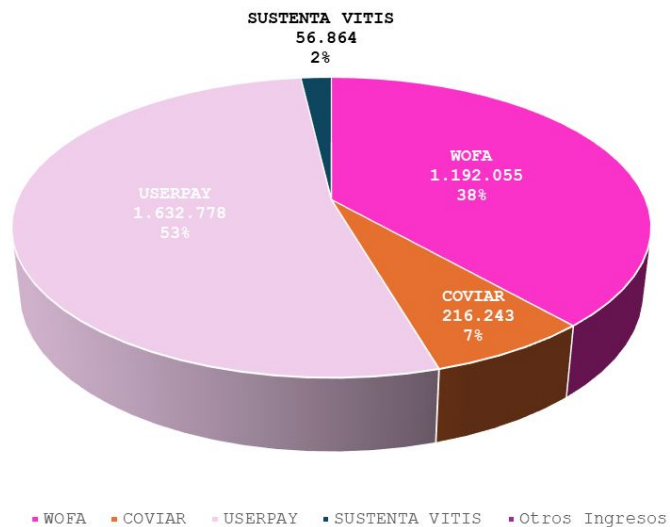
Escenarios Presupuestarios 2025

Tesorería

PRESUPUESTO RESUMEN 2025

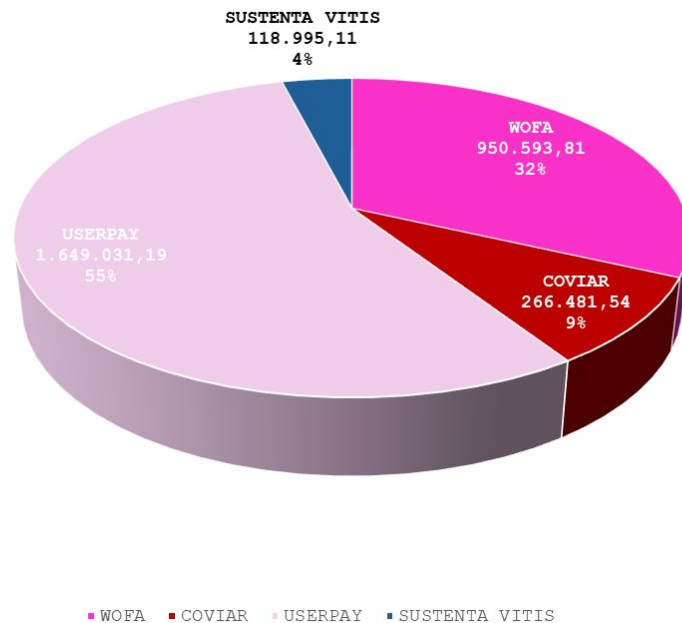


PRESUPUESTO 2025 - FUENTES DE INGRESOS



TOTAL USD 3.097.940

PRESUPUESTO 2025 - EGRESOS POR FONDOS



TOTAL USD 2.985.101,65

PRESUPUESTO

RESUMEN DE ESCENARIOS 2025



BE 1 Sin ingresos COVIAR proyecto 2025 - 2026

\$ 80.000.000,00 Menos por
COVIAR

\$ 155.437.330,15 Cash flow
positivo

BE 2 Sin ingresos COVIAR proyecto 2025 - 2026 Pérdida del 8% del ingreso por cuota

\$ 122.106.943,66 disminución
en \$

\$ 7.289.034,42 Cash flow
positivo

En **SOCIOS = -32**

- 2 Grandes
- 4 Medianas
- 6 Pequeñas
- 20 Micro

BE 3 Con ingresos COVIAR proyecto 2025 - 2026 / Pérdida del 15% del ingreso por cuota

\$ 228.950.519,35 disminución
en \$

\$ 6.486.810,79 Cash flow
positivo

En **SOCIOS = -62**

- 5 Grandes
- 5 Medianas
- 21 Pequeñas
- 31 Micro

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



Situación Cuotas 2025

Tesorería

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



5. **VARIOS**

2024 Figures

- 41,253 visitors (+ 14% vs. 2023)
- 41% international visitors from 137 countries
- 4,074 exhibitors representing 48 producing countries and including a 53% growth of international exhibitors.

2025 Figures

- 52,622 visitors **(+27.6% vs. 2024)**
- 45% of them internationals from 154 countries.
- 80% increase in floor space allocated to international exhibitors vs. 2024, with 3 entire halls reserved for them. +5300 exhibitors boasting 54 exhibitor countries.
- 35% increase in attendance by the main buyers in key markets.
- Networking service doubled the number of online connections between producers and buyers vs. 2024.

2025 - Wines of Argentina

30 participating wineries, a 150% increase on last year (12 wineries) and 275% more than in 2023 (8 wineries).



52,622

TRADE VISITORS



154

REPRESENTED COUNTRIES



5,300+

EXHIBITORS



20,229

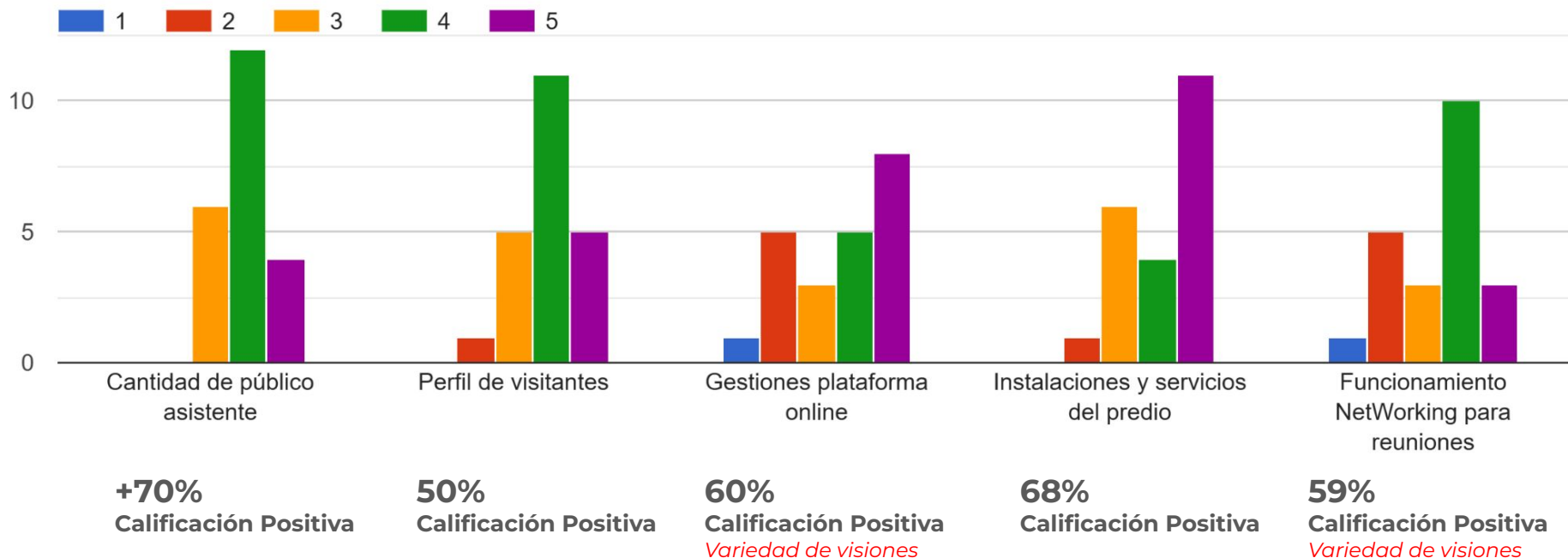
PRE-BOOKED MEETINGS

22

respuestas
(73.3%)

Aspectos de organización de la feria (VINEXPOSIUM)

Calificación: 1 más baja / 5 más alta



WINE PARIS 2025

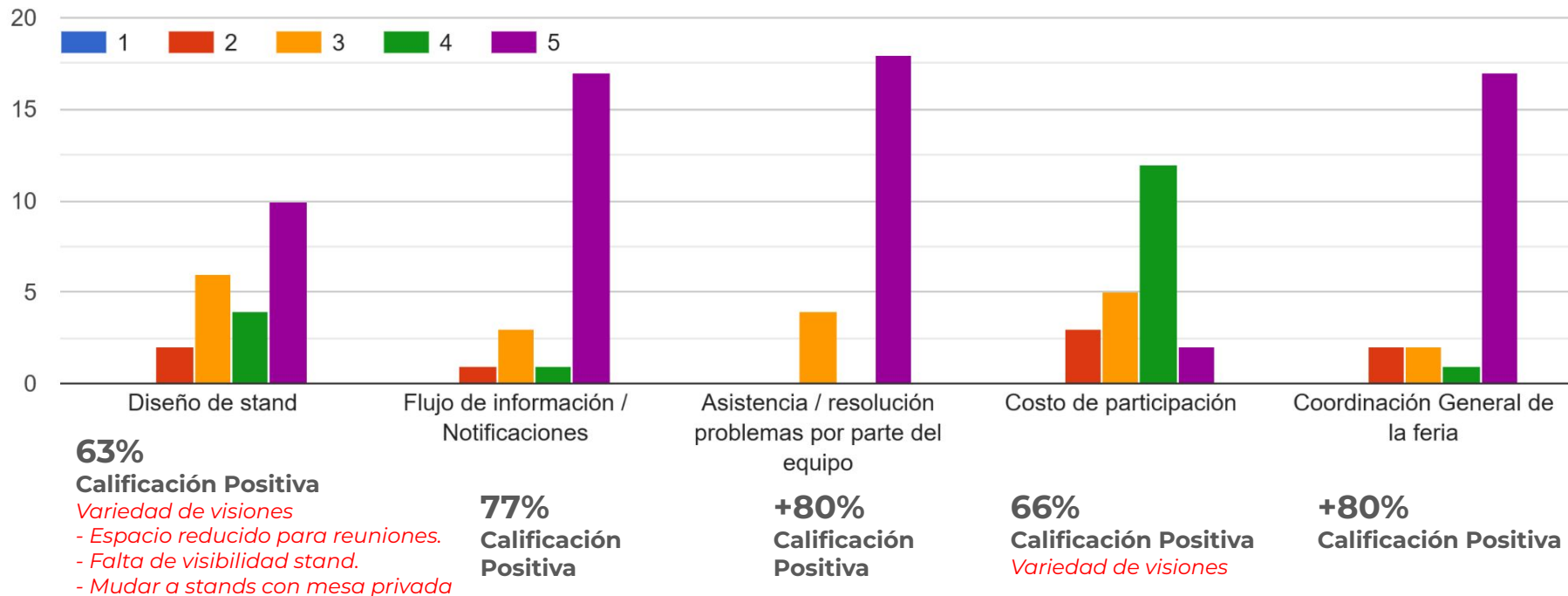
INSIGHTS & RESULTADOS



22
respuestas
(73.3%)

Aspectos de participación junto a WOFA

Calificación: 1 más baja / 5 más alta



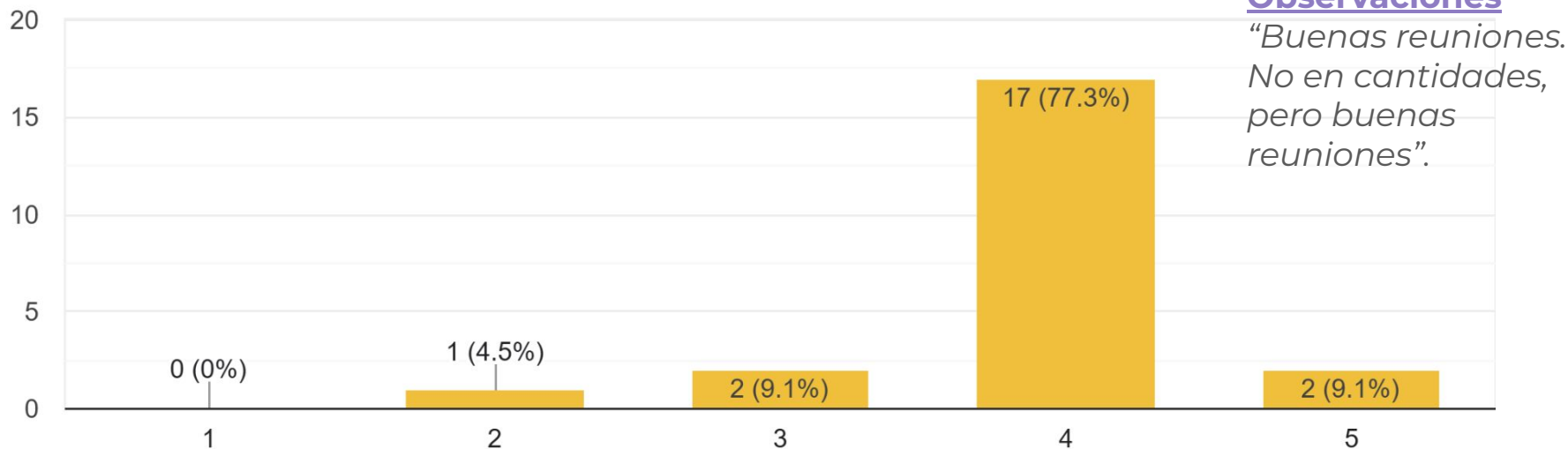
22

respuestas
(73.3%)

Calidad de las reuniones mantenidas

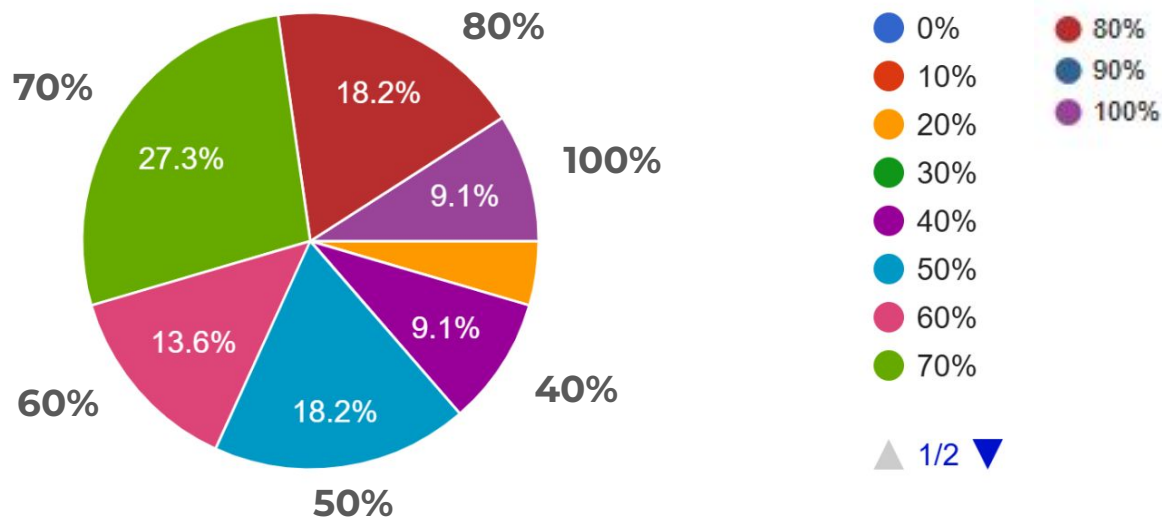
(Engloba aspectos como si el comprador asistió o no a la reunión; el interés manifestado; la coincidencia de su búsqueda con el perfil de la bodega, etc.)

Calificación: 1 más baja / 5 más alta



22
respuestas
(73.3%)

% de impacto en futuras oportunidades comerciales para la bodega



Observaciones

1 sola bodega indicó un % menor a 40%.

WINE PARIS 2025

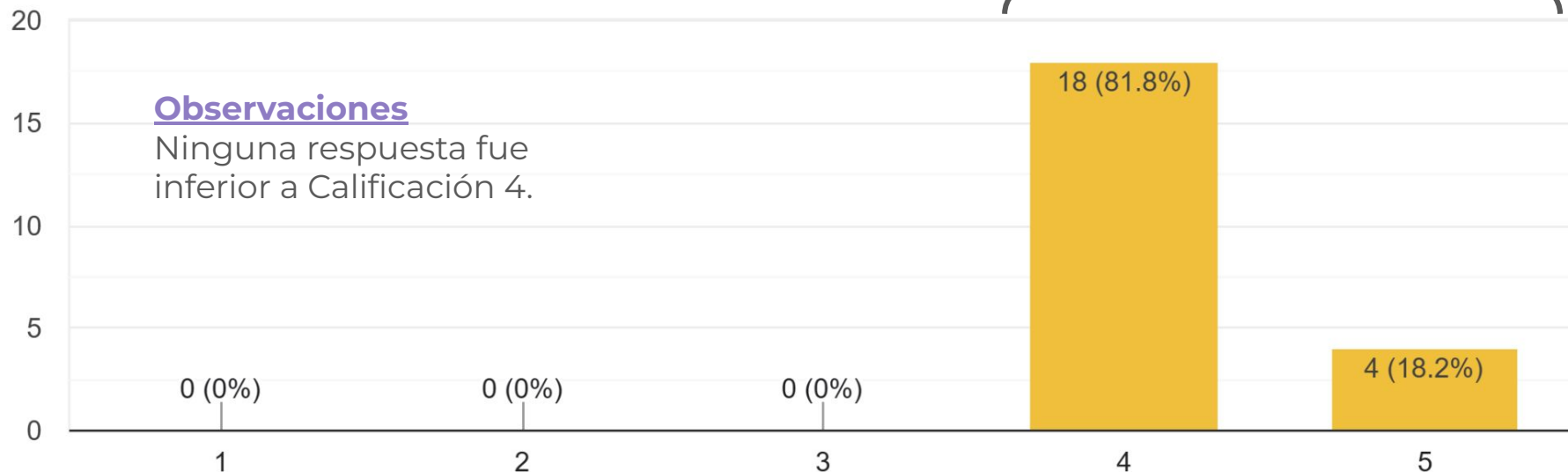
INSIGHTS & RESULTADOS



22
respuestas
(73.3%)

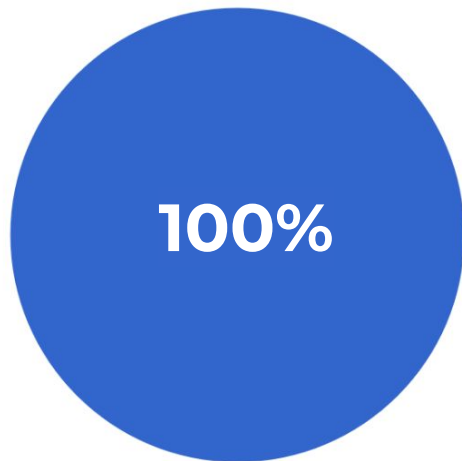
Balance GENERAL de la feria (todos los puntos antes considerados)

Calificación: 1 más baja / 5 más alta



De acuerdo a tu experiencia 2025, ¿volverías a participar de Wine Paris el próximo año?

22 respuestas



- SI
- NO
- NS/NC

NEXT EDITION:

9 to 11 February 2026

22
respuestas
(73.3%)

WINE PARIS 2025

INSIGHTS & RESULTADOS



22
respuestas
(73.3%)

¿En qué otra feria internacional tiene previsto participar la bodega en 2025?	Rtas	%
PROWEIN DÜSSELDORF	8	28.6%
VINEXPO ASIA (Singapur)	8	28.6%
PROWEIN SÃO PAULO	4	14.3%
VINEXPO MIAMI	2	7.14%
GREAT WINES OF THE WORLD	1	3.57%
BWW	1	3.57%
WINE SOUTH AMERICA BRAZIL	1	3.57%
AMERICAS FOOD & BEVERAGE SHOW	1	3.57%
JAMES SUCKLING MIAMI	1	3.57%
WORLD BULK WINE EXHIBITION	1	3.57%

Oportunidades de mejora 2026

VINEXPOSIUM

- La feria debería terminar como tarde a las 18h. en relación a los horarios de la ciudad para cenar, distancias y tráfico.
- Poder estar más cerca del ingreso del HALL.
- Mucho mejor que el año pasado en afluencia de visitantes y compradores
- Sería bueno que las bodegas Argentinas estemos todas juntas para lograr un mayor impacto (***Algunas estaban en pabellones europeos junto a sus importadores*).

WOFA

- Espacio algo reducido por momentos para mantener reuniones.
- Mudar al diseño de stand individuales con mesa privada / Poder tener stand individuales y generales (dos opciones).
- El stand no estaba fácilmente visible.

- Baja de FINCA FLICHMAN de la nómina de asociados de WofA.Ocupaba el cargo de "Director/a Titular" (representado por Celeste Pesce).
- Procedimiento institucional
El cargo vacante debe ser ocupado por un Director/a Suplente. Teniendo en cuenta la distribución de cargos definida en Reunión de Comisión Directiva con fecha 23 de abril de 2024 celebrada post Asamblea General Ordinaria que renovó autoridades, y según consta en Acta N°160, **dicho cargo fue ocupado por la razón social GRUPO COLOMÉ** (Bodega Colomé), representada por **Manuel Lanús**.

AUTORIZACIÓN SOLICITUD Y RENDICIÓN SUBSIDIO EMETUR



MENDOZA ENTE MENDOZA TURISMO

Se requiere **autorización** por parte de la Comisión Directiva para solicitar, percibir y rendir el Aporte No Reembolsable (ANR) del Ente Mendoza Turismo (EMETUR) para ser destinado a dos proyectos estratégicos de promoción para la provincia de Mendoza:

- Gala de premiación de la Guía Michelin en Mendoza (7 de abril)
- Gala en San Pablo, Brasil (primera semana de mayo 2025).

La suma solicitada en concepto de ANR de \$10.000.000 permitirá cubrir parcialmente los costos asociados a dichas acciones, contribuyendo a fortalecer la imagen de Mendoza en el mercado internacional del vino.

MUCHAS
GRACIAS

