

2020 Wines of Chile Programa por Semestre

PRIMER SEMESTRE



MARKET	JANUARY	FEBRUARY	MARCH	APRIL	MAY	JUNE
Asia		Corea del Sur 90+	China Shangri-La Chengdu TBC		China Roadshow TBC	Japón 90+ TBC
			China CFDF Chengdu TBC		Vinexpo Hong Kong TBC	
	WOC Academy					
USA			Charleston Food and Wine			Aspen Food and Wine
Brasil						WOC Roadshow
Canada				Destination Collection LCBO Taste n' Buy	Best Restaurants Chile Toronto Life	
UK - EUROPA		Pequeñas Tasting & Masterclass New Release Tasting	Prowein Dusseldorf 2020		Tim Atkin Chile Somm Wine Academy	
Chile	Always On Digital Campaña NGEV					
				Vendimia Fest Santiago		

2020 Wines of Chile Programa por Semestre

SEGUNDO SEMESTRE



MARKET	JULY	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
Asia	On-trade Shanghái			China 90+	On-trade Shanghái	
USA	Dist and Retailer Educational Tour	Soc of Wine Educator		China Chile Week		
		TEXSOMM	Bevcon	Interstate Hotels & Resorts		MMT 2020
Brasil		Grand Tasting Chile (SP)				
Canada					Chilean Grand Tasting Toronto	
UK - EUROPA	Drinks Business Chile Media Focus		Anual Trade Tasting			
Chile	Always On Digital Campaña NGEV					
			Día Nacional del Vino		Chile Wine Fest	

CHINA ASIA	
Actividad	Descripción
Shangri-la Hotel Pre-Fair	<p>Fecha: 22 - 25 (TBC) Target: Trade and Media Descripción: previo a CFDF, en paralelo ocurren muchos wine trade shows en diferentes hoteles. Esto crea momentum y atrae a los actores claves de la industria. Foco: Imagen, premiumización de los vinos chilenos Cupos: 12 viñas, sólo atendido por viñas Costo: USD 9,200 (sólo miembros WoC)</p>
China Foods & Drinks Fair Chengdu	<p>Fecha: 26 - 28 Marzo (TBC) Target: Trade y Medios Descripción: "La feria de vinos más grande y antigua de China" Focus: Imagen, premiumización Cupos: 21 viñas, sólo atendido por viñas Costo: • USD 8,000 (miembros WoC) • USD 10,400 (no miembros WoC)</p>
Vinexpo Hong Kong 2020	<p>Fecha: 26-28 Mayo (TBC) Target: Trade y Medios Descripción: "Desde hace más de 20 años, Vinexpo Hong Kong es la feria internacional más reconocida para profesionales de la industria del vino y las bebidas espirituosas en toda la región de Asia y el Pacífico." Focus: Imagen, premiumización Cupos: 40 viñas Costo: • USD 8,700 (Double Magnum stand) • USD 5.500 (Magnum Stand)</p>
90+	<p>Fecha: Varios Target: Trade - KOL Descripción: Existen varias ediciones de este evento estrella en China. Foco: El foco es potenciar la imagen premium de nuestros vinos en ciudades Tier 1. Corea, Japon, China. Cupos: 40 wineries / standard: Vinos >USD 60 por caja Nuevo criterio para selección de vinos. Costo USD 3,511 (China), USD 2,600 (Japon), Corea TBD.</p>
On-trade Shanghai	<p>Fecha: Julio - Noviembre Target: F&B, Buyers, Somms and Consumers Descripción: Campaña Digital enfocada en Premium Wines. Foco: Shanghai Cupos: 15 wineries Costo: TBD.</p>
China Roadshow	<p>Strengthen and build WoC image with differentiating identity in second and third order cities in China. Target: Trade – KOL - Media. Cupos: 30 wineries Costo: USD 2,200</p>
Discovering India's Potential	<p>With Magandeeep, who is a very recognized Sommelier and active in the wine market in India, and his company, we recognize 3 ways to start a long plan term, year by year, to position Chilean wine in this emerging market. The 3 activities are framed in 3 categories are: education; implementing Woc academy first level in three main cities Mumbai, Delhi and Bangalore , "Ambassadors Program" in which we will invite 2 indian sommeliers to visits chilean wineries, and the last one is Social Media, in which we are going to launch our Instagram in order to start touching trade and consumer. Cupos: 10 wineries Costo: USD 1,566</p>

USA	
Actividad	Descripción
Charleston Wine + Food Festival	<p>Fecha: Marzo Target: Consumidor y trade Descripción: Gran impacto mediático que incluye chefs, enólogos y entusiastas de vino y comida de todo el mundo. Partner oficial de NBC's Today Show y VinePair. WoC llevará a cabo una serie de actividades para una atractiva audiencia, donde se mostrará una oferta de calidad y diversa se incorporará maridaje y educación de vino. Activaciones: Masterclass exclusiva de Chile dictada por Adam Teeter de VinePair. Branding en todos los elementos del festival Participación para 10-12 viñas. Costo estimado: USD 6.600</p>
Aspen Food and Wine Classic	<p>Fecha: Junio Target: Más de 5,000 consumidores, expertos de la industria y influenciadores. Este evento culinario es uno de los más relevantes, a lo largo de tres días increíbles de demostraciones de cocina, degustaciones de vinos y paneles de discusión con chefs y expertos en vinos de clase mundial. Actividad: Wines of Chile presentará diversidad de vinos Premium chilenos través de matchs con chefs, actividades de educación sobre los vinos y fidelización de la concurrida audiencia del evento. • Presencia de Grand Tasting Pavilion en el stand de Wines of Chile con acceso a los más de 5000 asistentes. • Seminario exclusivo para Chile con matchs con salmón patagónico que estará disponible para 100 buyers y consumidores asistentes. • Publicidad opcional en la revista Food & Wine disponible a un precio reducido. Participación: Abierto a 6 bodegas en total. Costo estimado: \$ 2,700 USD por bodega (miembro de WOC) \$ 3,510 USD por bodega (no miembro de WOC)</p>
Distributor and Retailer Educational Tour	<p>Fecha: Julio Target: Distribuidores y minoristas de vinos en key markets. Descripción: Wines of Chile Academy Nivel 2. Clases de vino enfocadas a educar distribuidores en mercados clave. Clases dirigidas por (TBC) Sandy Block (MS / MW), DE Legal Seafoods. Dentro de los resultados esperados esta motivar a la venta dentro de los mercados y educar entorno al vino chileno, posterior viaje a Chile de asistentes al WOC Academy. Costos estimados (tour de 2 ciudades): \$ 1,200 por bodega (miembro de WOC) \$ 1,560 por bodega (no miembro)</p>
Trade Conferences, TEXSOM / SWE / BevCon	<p>Fecha: Varios Target: Trade. Descripción: Participación en conferencias con líderes del mercado (sommelier, trade, educadores) a través de la realización de catas educativas. • TEXSOM: Principal conferencia que reúne a los sommeliers más importantes del mercado. Wines of Chile participará con almuerzos y tastings para 300 y 150 asistentes, respectivamente (tópicos por definir). • Society of Wine Educators: reunión anual de principales educadores de vino. WoC participará con un seminario educativo, que contempla la participación de 150 ejecutivos. • BevCon: Conferencia que reúne a los principales líderes del trade. WoC participará como sponsor oficial, en seminarios temáticos, almuerzos y en el tasting. Costo estimado: *Varía por actividad KPI: Número de asistentes, encuestas y</p>
Interstate Hotels & Resorts	<p>Fecha: Oct / Nov / Dic Target: Consumidor Descripción: Se realizará una promoción para Chile en 80 hoteles con foco en Texas. Cadena Interstate Hotels & Resorts 400 localidades (Westin, Marriot, Hilton). Los restaurant, bares, y el service de comida a la habitación ofrecerán 8-10 vinos chilenos en promoción por botella o por copa, combinado con un menu especial de comida chilena. Actividad que tendrá alta visibilidad en los hoteles (menus, posters, material promocional en las habitaciones y PR) Video promocional de Chile que se mostrará en las habitaciones 20 Directores de F&B con 10 chef viajarán a Chile para experimentar la cultura chilena, exponerse a educación de vino e inspirarse con clases culinarias. Abierto a +50 viñas. Selección de vino en base a distribución local. Costo estimado: USD 1.500 participación por viña / USD 800 por placement SKU</p>
MMT Eclipse	<p>Fecha: Semana 14 Diciembre 13:00 hrs Target: Trade y Media Descripción: Viaje experiencial de Chile, sus vinos, gastronomía y cultura . 4 días en la Región de la Araucaria, 4 seminarios, 3 walk-around tasting con el objetivo de establecer conexiones entre periodistas / trade y viñas chilenas. KPI: Alcance en medios y sales leads. Costo: \$2,700 per winery (WOC member) \$3,510 per winery (non-member)</p>

BRASIL	
Actividad	Descripción
Grand Tasting Chile	<p>Fecha: Primer fin de semana de Agosto</p> <p>Target: Trade, media y consumidores</p> <p>Descripción: Llevamos los mejores vinos de Chile a Sao Paulo en la décima edición del Gran Tasting, con el objetivo de generar awareness de los Vinos Chilenos mediante una experiencia premium de alto impacto. Una actividad con contenidos para especialistas y prensa, trade y consumidor final.</p> <p>Objetivos: Fortalecer a Chile como origen de vinos premium. Generar nuevas oportunidades de negocio para las bodegas chilenas. Generar una experiencia única para los consumidores.</p> <p>Lugar: São Paulo</p> <p>Costo estimado: USD 4.000 aprox.</p>
WoC Roadshow	<p>Fecha: TBC Junio</p> <p>Target: Trade, media y consumidores</p> <p>Descripción: Llevaremos 15 viñas chilenas a recorrer distintas ciudades de Brasil, para generar awareness de los Vinos Chilenos mediante una experiencia de vinos educativa y lúdica. Una actividad con contenidos para especialistas y prensa, trade y consumidor final.</p> <p>Objetivos: Aumentar la conciencia de Chile en el comercio. Generar nuevas oportunidades de negocio para las bodegas chilenas. Acercar el origen a los consumidores.</p> <p>Lugar: Ciudades TBC</p> <p>Costo Estimado: USD 5.000</p>

UK - EUROPA	
Actividad	Descripción
Prowein Dusseldorf 2020	<p>Fecha: 15-17 Marzo Target: Trade y Medios Descripción: "ProWein es y sigue siendo la principal feria del mundo para profesionales del vino. Ninguna otra feria alcanza el alto porcentaje de expositores y visitantes extranjeros (84%) y (46%) respectivamente. ." Focus: Imagen, premiumización Cupos: 62 viñas Costo: • USD 8,000 (Stand Individual) • USD 5.500 (Stand Compartido)</p>
Tim Atkin MW Chile Review Masterclass	<p>Fecha: Mayo 2020 Target: Trade y prensa Descripción: Tim hará una masterclass y un tasting que refleja sus impresiones de su último viaje en términos de innovación, estilos y regionalidad La cata se hará en el contexto de la feria de Londres, lo que asegura una cierta convocatoria. Costo estimado: US\$300/vino KPI: Audience of 70 plus attendees</p>
Wines of Chile Sommelier Wine Academy	<p>Fecha: Mayo 2020 Target: Ontrade Programa de 3 días con Descripción: masterclasses & tastings con foco en sommelier y compradores del on trade, segmento fundamental para desarrollar el posicionamiento premium de la categoría en el cual Wines of Chile tiene actualmente una baja presencia. Este segmento es el que debemos educar y convencer respecto de la oferta de calidad de Chile para lograr los objetivos en el mercado. Les tenemos que mostrar que Chile tiene mucho más que ofrecer que un vino de la casa y que dentro de los países del nuevo mundo, es un productor de vino de calidad, valor y estilo. Con esta actividad estamos llegando a un segmento donde Chile actualmente no es tan visible y que dado a su gran potencial (5to mayor exportador de vino en el on trade), nos permite ir premiunizando la categoría. Costo estimado: US\$500/vino KPI: +50 asistentes</p>
AWE & CWW Masterclass & Tasting	<p>Fecha: Junio 2020 Target: Prensa y wine educators Descripción: La Asociación de Wine Educators (AWE) y el Círculo de Escritores de Vino (CWW) tienen una membresía conjunta de 350 personas, de las cuales la mayoría lleva regularmente a cabo tastings de vino, blogs y columnas en prensa nacional y regional. Ellos están constantemente comunicando en Inglaterra sobre vino y por lo mismo requieren estar constantemente actualizados. Alistair Cooper MW llevará a cabo una masterclass y un tasting con información actualizada de nuevos desarrollos, innovaciones, regionalidad, entre otros. La actividad incluye luego del seminario un espacio de cata de vinos. Costo estimado: US\$100/vino KPI: +70 asistentes</p>
Media Focus	<p>Fecha: A ser publicado Septiembre 2020 Target: Trade – UK & subscriptores internacionales Descripción: Visita del editor de Drinks Business para la elaboración de un artículo de Chile el cual sera publicada en el mes de Septiembre. Costo estimado: US\$600/entrevista KPI: Alcance</p>
Annual Trade & Consumer Tasting	<p>Fecha: Septiembre 2020 Target: trade, prensa y consumidores Descripción: Principal evento en el mercado que permite mostrarla diversidad y calidad de la oferta Chilena. Principal oportunidad para que las viñas puedan juntarse con compradores claves del on y off trade, sommelier y prensa de UK / Europa. Además del tasting propiamente tal contempla la realización de seminarios liderados por personas influyentes en el mercado y un evento a consumidor con Three Wine Men. Busca mostrar una verdadera experiencia de Chile que incluya música, cocina chilena, turismo y arte. Costo estimado: US\$ 2.340 KPI: # de asistentes del trade, prensa y consumidores</p>

Canada	
Actividad	Descripción
Destination Collection Chile	<p>Fecha: Abril o Mayo 2020 Target: LCBO Descripción: Tasting para viñas que estén interesadas en ingresar al mercado con el programa "Destination Collection". Involucra la realización de una tasting a los compradores del LCBO. Los vinos seleccionados serán listados en la página web del LCBO y en la tienda boutique dedicada a Chile ubicada en Mississauga. Costo estimado: \$199 /SKU -- min 50 SKUs KPI: asistentes del LCBO; listings eventuales * Posiblemente a combinar con Taste n Buy para VINTAGES/LCBO buyer</p>
Exclusive LCBO Taste 'n Buy	<p>Fecha: Abril or Mayo 2020 Target: LCBO Descripción: Organización de un tasting/almuerzo con los compradores del LCBO con el objetivo de incorporar nuevos productos en las tiendas. Representa una oportunidad para aquellas viñas que estan buscando entrar al mercado. • 50 vinos sobre +CAN\$ 15 • Foco en Pequeños productores /vinos no presentados en tenders anteriores Costo estimado: \$199 /SKU -- min 50 SKUs KPI: asistentes del LCBO; listings eventuales n+1</p>
Best Restaurants Chile Toronto Life	<p>Fecha: Mayo Target: Compradores de licensee y consumidores de vino. Descripción: Actividad en la cual Chile participo en el 2019 y que tuvo muy buena aceptación de parte de las viñas como también en el mercado. En dicha oportunidad, 1.500 consumidores de alto perfil cataron vino chileno y la campaña en medios generó 1,3 millones de impresiones. Tiene como foco lo compradores de licensee y los consumidores de vino. Contempla ser la categoría de vino exclusiva en el tasting de Best Restaurants que se realiza a principio de año, además de la campaña impresa y digital para vinos chilenos en la revista. Considera la participación entre 8 y 12 viñas. Su impacto se medirá por su alcance tanto de consumidores a los cuales se le expone el producto como también del reach que tiene la campaña digital. Costo por viña: US\$ 2.699 KPI: Más de 1500 muestras + alcance mediático de 1.3M para las marcas</p>
LCBO Staff Training	<p>Fecha: Octubre Target: LCBO Descripción: Involucra entrenar a los product consultant y fuerza de venta de las tiendas del Monopolio (LCBO). Esta actividad tiene tres objetivos claves: (1) apoyar a la fuerza de venta, (2) apoyar los nuevos lanzamientos de producto y (3) potenciar la venta. Permite aumentar el conocimiento respecto de la categoría e impulsar la venta. Son estos ejecutivos los que afectan directamente en la venta del producto y por lo tanto, darle herramientas e historias en torno al producto les facilita su trabajo. La actividad considera realizar 50 entrenamientos a lo largo de la Provincia de Ontario. Costo por viña: US\$ 149 KPI: Cantidad de ejecutivos entrenados</p>
Chilean Grand Tasting Toronto	<p>Fecha: Noviembre Traget: Trade, LCBO Buyers, Prensa, entusiastas de vino Descripción: Principal actividad que se hace en el mercado. Incluye la realización de una masterclass para KOLs y LCBO Product Consultants además de un walk about tasting y un evento a consumidor. Durante la actividad se les da la posibilidad a los consumidores de ventas E and M-Commerce (compras online via LCBO e-comm). Incluye la posibilidad de inscribirse a una cena con compradores del LCBO. Costo estimado: \$2,199 USD/mesa - min 25 mesas KPI: Alcance de 125.000, ventas en el lugar</p>
Canada 100 Best Restaurants	<p>Fecha: Abril Target: Compradores de licensee y consumidores de vino. Descripción: esta actividad involucra un partnership con la revista premium "Canadá 100 Best Restaurant´s" con el fin de ofrecerle a las marcas chilenas de vino la oportunidad de desarrollar awareness entre los principales influenciadores del on trade y consumidores del segmento de ingresos superior en Ontario y a nivel nacional. Contempla 8 páginas dedicadas a Wines of Chile en su edición de Abril (Introducción de Chile más 1/2 página por vino). Incluye también para las viñas socias la posibilidad de participar con muestras de vino en sus eventos a lo largo del año. Distribución: + 130 mil copias impresas. Costo por viña: US\$ 1.950 KPI: Alcance</p>

Hospitality	
Actividad	Descripción
FAM Trips 2020	<p>Descripción: Esta actividad involucra traer a Chile a los principales periodistas / influenciadores y agentes relevantes del sector a nivel mundial. Se busca con esto generar artículos, actualizar conocimientos, generar programas y estimular al off/on trade con la oferta de vinos chilena para premiunizar la categoría. Apriori contempla la ejecución de los siguientes programas de visita:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FAM TRIP Brasil (UK) • On trade Buyers trip (Canada) • Joaquin Hidalgo (USA) • Tim Atkin MW (UK) • FAM Trip (China) • Peter Richards MW (UK)

CHILE	
Actividad	Descripción
Always On Digital	Corresponde a la Campaña Nos Gusta el Vino, en la que se realiza una inversión constante en publicidad durante todo el año, para promocionar las actividades que realizan las viñas, la asociación y los diversos actores del rubro y potenciarlas de cara al consumidor.
Actividades NGEV	Activaciones genéricas de Nos Gusta el Vino que hacemos como categoría en diversos eventos, tales como conciertos, exposiciones, lanzamientos, entre otros. Incluye también actividades con influencers y partners clave.
Vendimia Fest Santiago	<p>Fecha: Abril</p> <p>Target: Consumidores, ocasionales y no consumidores / Prensa</p> <p>Descripción: La fiesta más importante del vino en Chile se vive también en la ciudad, acercando el vino a los chilenos.</p> <p>Trabajaremos con la Municipalidad de Providencia, en Barrio Italia aprovechando un icónico lugar para capitalizar un público joven y ávido de experiencias.</p> <p>Alcance: 45 mil.</p> <p>Costo Estimado: CLP 500.000 + IVA</p> <p>KPI's: Asistentes y venta de copas.</p>
Día Nacional del Vino	<p>Fecha: Primera semana de Septiembre</p> <p>Target: Todos los chilenos</p> <p>Descripción: Trabajamos para hacer de esta fecha un hito del calendario y acercar el vino a los chilenos, mediante un evento masivo de celebración con autoridades y consumidores. Esta es una gran oportunidad anual de levantar al vino como elemento identitario de Chile, por lo que celebraremos un gran evento estilo vendimia.</p> <p>Alcance: 20 mil asistentes.</p> <p>Costo Estimado: CLP 500.000 + IVA</p> <p>KPI's: Contactos, Asistentes, Reach (Online)</p>
Chile Wine Fest	<p>Fecha: 27 y 28 de Noviembre</p> <p>Target: Consumidores, Prensa y KOL</p> <p>Descripción: El evento más importante de Vinos Premium en Chile, se ha consolidado como un imperdible con la muestra de vinos más completa, acompañada de entretención, educación, ventas y alta gastronomía</p> <p>Asistentes esperados: 8 mil</p> <p>Lugar: Parque Bicentenario de Vitacura</p> <p>Costo Estimado: CLP 1.500.000 + IVA</p>