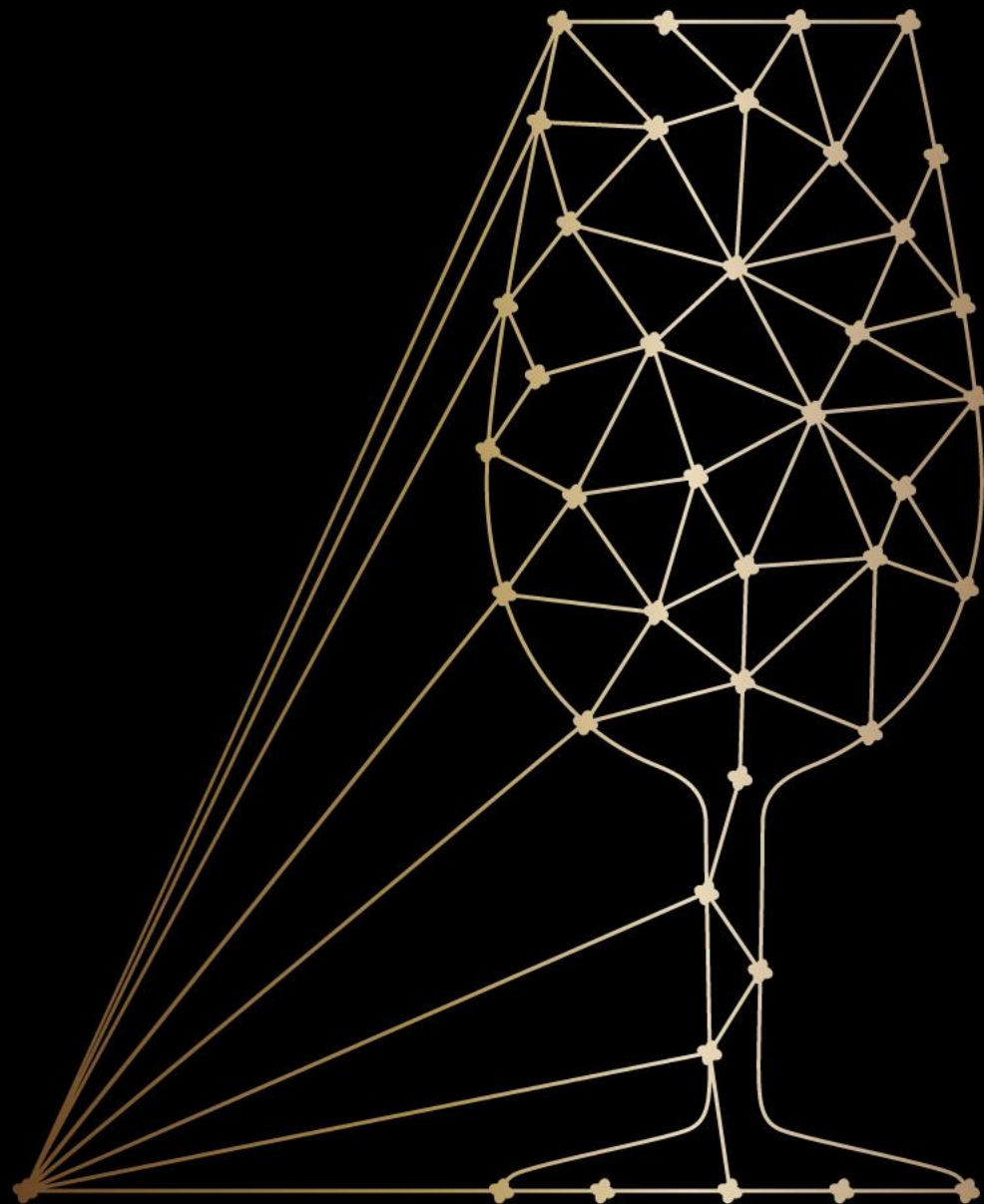


FÓRUM ANUAL • 2023 •

TEATRO JOSÉ LÚCIO DA SILVA
EM LEIRIA

22 NOVEMBRO

vinhos de
portugal 



**FÓRUM
ANUAL
* 2023 ***

PLANO DE PROMOÇÃO
VINI PORTUGAL
2024

vinhos de
portugal **P**

VINI PORTUGAL



OBJECTIVOS
ESTRATÉGICOS
DA MARCA
2019/2023

vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças



- ✦ Incrementar a **Notoriedade** da marca Wines of Portugal.
- ✦ Desenvolver o **Posicionamento Distintivo** da marca Wines of Portugal para **Credibilizar** a oferta.
- ✦ Afirmar Portugal como **Hot Spot** internacional do sector do vinho.



AMBIÇÃO DA MARCA
2019/2023

vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças

Vinhos de
portugal **P**
um mundo de diferenças

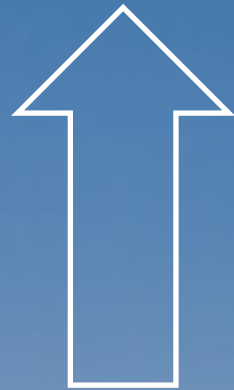
AMBIÇÃO DA MARCA

- ✦ Alcançar os **Mil Milhões de Euros** na exportação até final de 2023
- ✦ Assentar este crescimento no **Aumento do Preço Médio**

1.000.000.000 €



2,7%
CAGR
2012-2022
12 ANOS



8,15%
2021



1,68%
2022



1,08%
Jan-set
2023



6,21%
Necess
2023



OBJECTIVOS
ESTRATÉGICOS
DA MARCA
2024/2030

Vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças

ESTRATÉGIA 2024-2030

O Plano Estratégico para o período 2024-2030 ainda não está terminado;

A consulta ao sector só será concluída em Dezembro de 2023;

2024 será por isso um ano de transição;

O orçamento de 2024, terá um envelope assegurado para outras acções que resultem dos novos objectivos libertados pela Estratégia.

vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças



vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças



PLANO DE PROMOÇÃO 2024

ESTRATÉGIA
2024

ESTRATÉGIA 2024



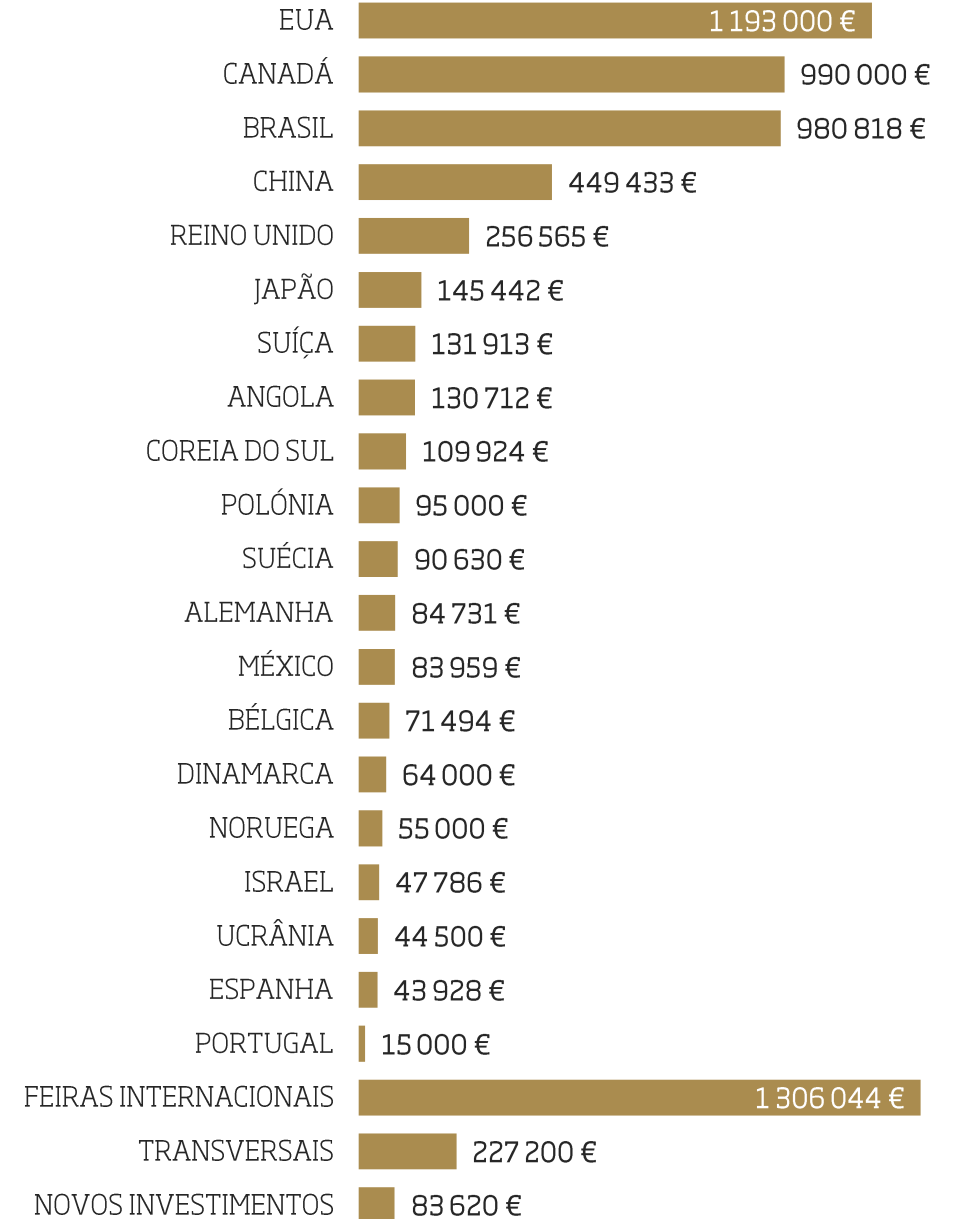
21
Mercados

8,32
Milhões
de Euros



■ Países Terceiros ■ Mercado Interno

Investimento por País



ACÇÕES A REALIZAR

21 MERCADOS - 13 EM PAÍSES TERCEIROS E 8 NA EUROPA
NUM TOTAL DE 50 ACÇÕES, COM PARTICIPAÇÃO DIRECTA DAS EMPRESAS

34

EVENTOS

29

ACÇÕES DE
EDUCAÇÃO
(PT E FORA)

13

VISITAS
INVERSAS

8

FEIRAS

4

ACÇÕES DE
PROMOÇÃO





ACADEMIA
DE VINHOS DE
PORTUGAL

ACÇÕES A REALIZAR 2024

11

Acções de formação da Academia Vinhos de Portugal enquadradas no Plano de Marketing.

26

Acordos de formação da Academia Vinhos de Portugal com parceiros locais em outros tantos mercados

22

Acções de formação da Academia Vinhos de Portugal no mercado Nacional.



SEM ABANDONAR UMA
PREOCUPAÇÃO DE CONCENTRAÇÃO
38% DO INVESTIMENTO TOTAL



EUA



CANADÁ

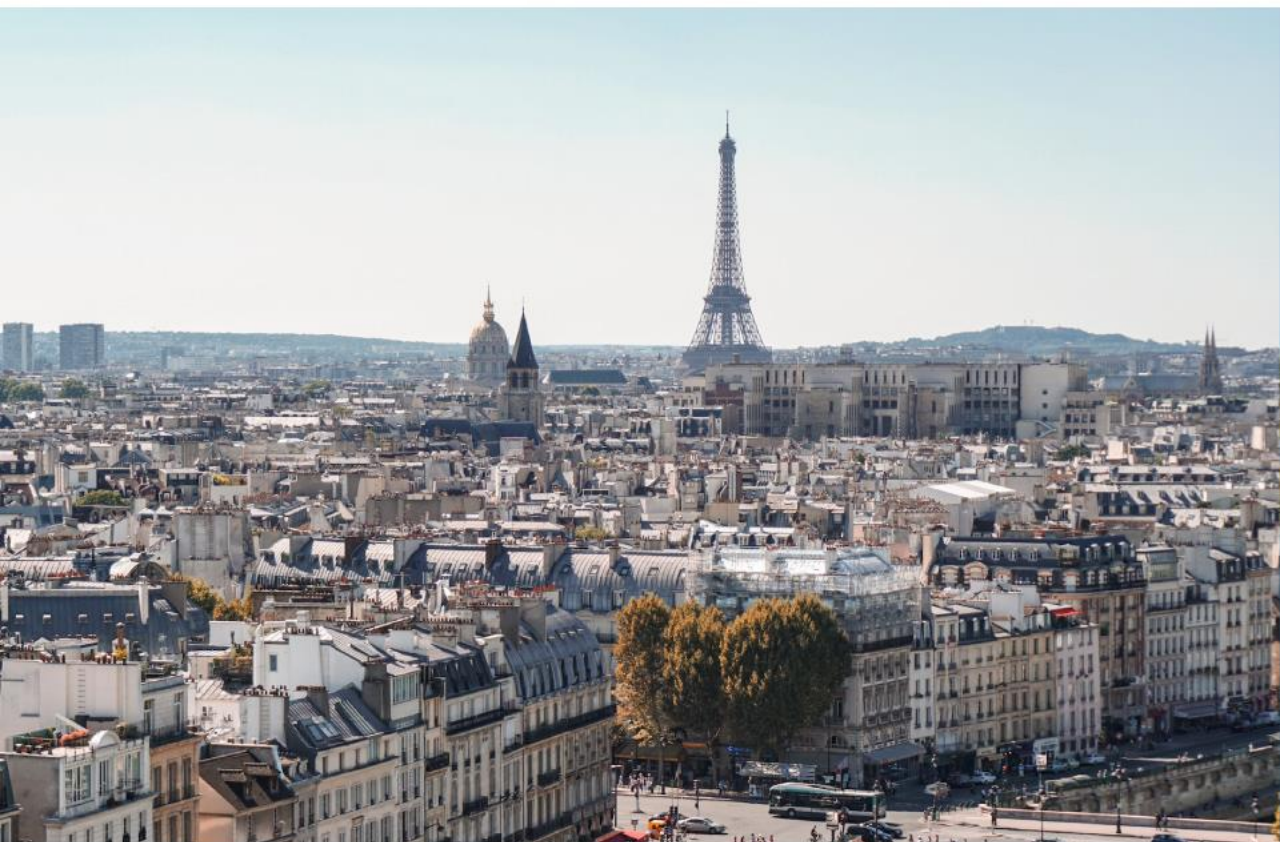


BRASIL





Feiras na Europa concentram **15% de investimento em 2024**
Mesma área mas com um incremento grande de custos de implementação





REFORÇO DA ABORDAGEM
FOCADA EM ACÇÕES
EM PARCERIA



EVENTOS PROFISSIONAIS
E DE CONSUMIDOR EM
TODOS OS MERCADOS





MANUTENÇÃO DE PARCERIAS ESTRATÉGICAS - EDUCAÇÃO



ASSOCIATION
DE LA SOMMELLERIE
INTERNATIONALE





REFORÇO DAS MISSÕES
INVERSAS DE TRADE



 **SAQ**



LCBO



MANUTENÇÃO DE ACÇÕES
NO PONTO DE VENDA PARA
ESTIMULAR A COMPRA



 **SAQ**

LCBO



REFORÇO DE ACÇÕES
QUE IMPRIMAM MAIOR
NOTORIEDADE À MARCA



MANUTENÇÃO DAS
VISITAS INVERSAS
DE MEDIA





MANUTENÇÃO
DA COMUNICAÇÃO
NAS PRINCIPAIS
REVISTAS MUNDIAIS

vinsider
DIN INSIDER I VIN- OCH MATVÄRLDEN

BCLIQUOR

taste

ADEGA

E L L E
Gourmet

LE DEVOIR

PRAZERES DA
MESA
essencial à gastronomia



SevenFifty

Wine Spectator

 **WINE
ENTHUSIAST**

Vinum
EUROPAS WEINMAGAZIN



ABORDAGENS
DE COMUNICAÇÃO
DIFERENCIADORAS

- TV
- DIGITAL
- INFLUENCERS
- OUTDOORS



TV ZIMBO



**CBC
TORONTO**





vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças



PLANO DE PROMOÇÃO 2024

DETALHE
POR MERCADO



ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA



8 CIDADES A IMPACTAR

- Nova Iorque
- São Francisco
- Houston
- Atlanta ou Chicago ou Boston
- Dallas
- Chicago
- Washington DC
- Miami



1,19 M€ DE INVESTIMENTO

ACÇÕES POR TIPOLOGIA

- 4 Provas
- 3 Jantares harmonizados para consumidor (Portugal Month)
- 2 Visitas inversas
- 4 Acções de educação
- 1 Promoção
- 5 Actividades de publicidade

KPI's

- Trade: 6.079
- Consumidor: 371.865
- Impressões: 98,7M





CANADÁ



3 a 4 CIDADES A IMPACTAR

- Montreal
- Toronto
- Vancouver e Calgary (TBC)



990.000€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 3 ou 4 Provas
- 4 Visitas inversas
- 3 Accções de educação
- 2 Promoções
- 6 Actividades de publicidade:
- 1 Influencer
- 3 Imprensa (Taste, Le Devoir, Elle Gourmet)
- 2 TV (Les Chefs e Previsão do tempo)

KPI's

- Trade: 746
- Consumidor: 107.910
- Impressões: 24,6M



BRASIL



9 CIDADES A IMPACTAR

- Rio de Janeiro
- São Paulo
- Florianópolis
- Curitiba
- Brasília
- Porto Alegre
- Vitória
- Campos Jordão
- Fortaleza



980.818€ DE INVESTIMENTO

ACÇÕES POR TIPOLOGIA

- 4 Eventos
- 2 Feiras
- 6 Acções de Educação
- 6 Actividades de Publicidade
- Gestão das Redes Sociais - Brasil

KPI's

- Trade: 83.690
- Consumidor: 11.225
- Impressões: 24,6M
- KOL 25



REINO UNIDO

256.565€ DE INVESTIMENTO

vinhos de
portugal 



2 CIDADES A IMPACTAR

- Londres
- Edimburgo



1,19 M€ DE INVESTIMENTO

ACÇÕES POR TIPOLOGIA

- 2 Provas
- 1 Festival
- 1 Acção de Educação
- 1 acção de Promoção no Ponto de Venda
- 1 Acção Comunicação (6 Newsletters Online)

KPI's

- Trade: 3.692
- Consumidor: 2.250



CHINA



4 CIDADES A IMPACTAR

- Chengdu,
- Xangai
- Cantão (TBD)
- Macau



449.000€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 2 Feiras
- 2 Provas
- 2 Acções de educação
- Acções de Comunicação: Website e WeChat

KPI's

- Trade: 32.300
- Consumidor: 100
- KOL: 50
- Wechat - Alcance mensal: 7.800





1 CIDADE A IMPACTAR

- Tóquio



145.442€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova
- 2 Acções de Educação
- 1 Visita inversa para importadores
- Gestão das Redes Sociais

KPI's

- Trade: 298
- Consumidor: 50



COREIA DO SUL



2 CIDADES A IMPACTAR

- Seoul
- Busan



109.924€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 2 Provas
- 1 Acção de Educação
- Acções de Comunicação - redes sociais

KPI's

- Trade: 300
- Consumidor: 70
- Redes Sociais:
- +24 K page views/day on Sommelier Times
- 110,000 page views/day on Segye Times
- +1500-2000 clicks on Wine21.com



1 CIDADE A IMPACTAR

- Zurique



131.913€ DE INVESTIMENTO

ACÇÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova
- 1 Acção de Educação
- 1 Feira
- 1 Visita Inversa
- 1 Acção de Publicidade

KPI's

- Trade: 405
- Consumidor: 150
- KOL: 15



ANGOLA



1 CIDADE A IMPACTAR

- Luanda



130.712€ DE INVESTIMENTO

ACÇÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova/ Festival
- 1 Acção de Comunicação -TV

KPI's

- Trade: 150
- Consumidor: 3M



MÉXICO



1 CIDADE A IMPACTAR

- Cidade do México



91.602€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova

KPI's

- Trade: 250
- Consumidor: 50



POLÓNIA



1 CIDADE A IMPACTAR

- Varsóvia



95.000€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova
- 1 Visita Inversa
- Comunicação (Redes Sociais)

KPI's

- Trade: 170
- Consumidor: 2600
- KOL: 50



ALEMANHA



1 CIDADE A IMPACTAR

- Hamburgo



84.731€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova
- 1 Visita inversa
- Comunicação (Redes Sociais)

KPI's

- Trade: 120
- Consumidor: 80
- KOL: 5
- Redes Sociais: atingir 5 344 seguidores



BELGICA



1 CIDADE A IMPACTAR

- Bruxelas



72.053€ DE INVESTIMENTO

ACCÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova
- 1 Jantar
- 1 Visita Inversa
- Comunicação

KPI's

- Trade: 175
- Consumidor: 50
- KOL: 5



DINAMARCA
64.000€ DE INVESTIMENTO



NORUEGA
55.000€ DE INVESTIMENTO



SUÉCIA
90.630€ DE INVESTIMENTO



ACÇÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Roadshow: Copenhaga + Oslo + Estocolmo
- 1 Acção de Educação - Suécia
- 2 Visita inversas - Suécia e Dinamarca
- Comunicação (Redes Sociais) - Suécia e Dinamarca
- Publicidade - Suécia e Dinamarca
- Comunicação



ISRAEL



UCRÂNIA



47.786€ DE INVESTIMENTO

1 CIDADE A IMPACTAR

- Tel Aviv

A construção do plano antes de
7 de Outubro - carece de uma revisão
tendo em conta a situação de conflito.



44.500€ DE INVESTIMENTO

1 CIDADE A IMPACTAR

- Kiev
(Sem deslocação ao Mercado)

ACÇÕES POR TIPOLOGIA

- 1 Prova
- Comunicação (Redes Sociais)





vinhos de
portugal

um mundo de diferenças



COMUNICAÇÃO
DIGITAL



Wines of Portugal

Agosto 21 · 🌐



[PT] Descubra mais uma região vitivinícola de Portugal: A região da Madeira! 🍷

👍 Nas majestosas montanhas da Madeira, onde as vinhas nascem em pequenos socalcos, desenrola-se uma dança de sabores únicos.

As quatro castas nobres são Sercial, Verdelho, Boal e Malvasia, comercializadas nos estilos seco, meio seco, meio doce e doce. Mas há uma estrela versátil entre as castas da Madeira: a Tinta Negra, a rainha da ilha, capaz de deslumbrar em todos os estilos de doçura.

👍 Sol... [Ver mais](#)

👍❤️ 2 mil

31 💬 124 ➡



• ARINTO • GRAPE VARIETY



winesofportugalofficial [PT] 🍷 Já ouviu falar da casta Arinto? 🤔 Se ainda não, prepare-se para conhecer uma das castas mais versáteis e fascinantes da vitivinicultura portuguesa!

Com a sua acidez vibrante e frescura intensa, a casta Arinto é perfeita para produzir vinhos brancos de alta qualidade e com personalidade única. ✨

E a melhor parte? É cultivada em várias regiões de Portugal, o que significa que há uma grande variedade de vinhos produzidos com a casta Arinto para experimentar!

👉 Quer um vinho branco para harmonizar com frutos do mar ou pratos leves e frescos? O Arinto é uma excelente escolha!

👉 Prefere um vinho mais encorpado e complexo? A casta Arinto também pode ser utilizada para produzir vinhos de guarda.

Além disso, é conhecida pela sua capacidade de transmitir as características do terroir em que é cultivada. Isso significa que cada vinho Arinto é único e reflecte a região de onde vem. 🌿

Descubra todo o sabor e complexidade que esta casta pode oferecer! 🍷 ✨

[EN] 🍷 Have you heard of the Arinto grape variety? 🤔 If not, get ready to discover one of the most versatile and fascinating grape varieties in Portuguese winemaking!



WINE AND HEAT Make a good match



REDS

Choose a young, ruby-colored Red with good acidity. It should be stored between 12° and 14°



WHITES

Choose those with high acidity and low alcohol content. It should be stored at 8°



ROSÉS

They are tasty and refreshing, choose the lighter-colored ones. Store between 10° and 12°



SPARKLING WINES

Just like whites, choose light sparkling wines with good acidity. Store between 6° and 8°



winesofportugalofficial [PT] 🍷 🍷 Desfrute dos vinhos portugueses este verão!

Refresque-se com as melhores sugestões de temperatura para cada estilo de vinho.

Deixe-se envolver pelos aromas e sabores únicos em cada copo 🍷 🍷

[EN] 🍷 🍷 Enjoy Portuguese wines this summer!

Cool down with the best temperature suggestions for each wine style.

Let yourself be enveloped by the unique aromas and flavors in every glass 🍷 🍷

#WinesofPortugal #worldofdifference #VinhosdePortugal #winetime #winelovers #wine

12w See translation

COMUNICAÇÃO DIGITAL

EXEMPLOS DE PUBLICAÇÕES



winesofportugalofficial [PT] 🍷 Descubra a autenticidade de Portugal em cada garrafa de vinho.

Cada gole é uma jornada sensorial pelas paisagens naturais do país, onde o sol, a brisa do mar e o solo diversificado criam as condições perfeitas para a produção de alguns dos melhores vinhos do mundo.

Com uma tradição vitivinícola rica e milenar, os vinhos portugueses são um verdadeiro património cultural, que reflecte a alma e a autenticidade do nosso país

[EN] 🍷 Discover the authenticity of Portugal in every bottle of wine.

Each sip is a sensory journey through the natural landscapes of the country, where the sun, sea breeze, and diverse soil create the perfect conditions for producing some of the world's best wines.

With a rich and ancient wine tradition, Portuguese wines are a true cultural heritage that reflects the soul and authenticity of our country.

#WinesofPortugal #VinhosdePortugal #vinhoportugues
#worldofdiference #winelovers #portuguesevinevarieties
#winetime #vinhoscomhistoria

23w See translation



COMUNICAÇÃO DIGITAL TOTAL DE INTERAÇÕES (FEV-OUT)



GLOBAL
81 595



ANGOLA
100 054



MÉXICO
87 673



EUA
45 159



REINO UNIDO
41 639



CANADÁ
31 108



COMUNICAÇÃO DIGITAL

AUMENTO DE SÉGUIDORES (FEV-OUT)



GLOBAL



3 063



1 308



ANGOLA

9 572

267



MÉXICO

5 503

440



EUA

1 464

654



REINO UNIDO

1 165

433



CANADÁ

973

419

• LOUREIRO •
GRAPE VARIETY

COMUNICAÇÃO DIGITAL

PREVISÃO DE RESULTADOS MENSAL



GLOBAL

ALCANCE
NOVOS LIKES

30 000
170



EUA

25 000
90



REINO UNIDO

26 000
75



CANADÁ

22 000
70



MÉXICO

60 000
80



ANGOLA

20 000
45



SUIÇA

18 000
70

• LOUREIRO •
GRAPE VARIETY

* Sugestão de investimento

COMUNICAÇÃO DIGITAL

PREVISÃO DE RESULTADOS MENSAL



GLOBAL

ALCANCE
NOVOS LIKES

36 000
280



EUA

40 000
230



REINO UNIDO

15 000
130



CANADÁ

10 000
100



MÉXICO

31 000
500



ANGOLA

18 000
1000



SUIÇA

20 000
180

• LOUREIRO •
GRAPE VARIETY



vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças



PLATAFORMA
VINI PORTUGAL
ALERTAS

ABOUT US

ViniPortugal

ViniPortugal is the Interprofessional Association of the Portuguese Wine Industry, recognised by the Ministry of Agriculture. It is the managing entity for the brand Wines of Portugal.

+ REVISITAR

+ ACTUALIZAR

PERFIL
UTILIZADORES
MERCADOS
VINHOS

Bem vindo Produtor

Nome da Empresa

SALDO EM DÍVIDA

0.00€

Conta Corrente +

Documentos Pendentes +

DESTAQUES

Concursos - Tenders

2024-06-30
Tender Opportunities Suecia, Finlândia e Noruega| Concealed Wines

2024-05-31
Noruega - Vinmonopolet - Concursos para inserção de novos vinhos

2024-05-31
NORUEGA - TENDER STRAG GRUPPEN

2024-01-11
FLAATEN NORWEGIAN MONOPOLY TENDERS

2023-12-29
Tender Competition in Norway - Norwegian importer

Revistas e Líderes de Opinião

Próximos Eventos

Os Meus Eventos

Calendário de Eventos

Evento	Localização	Data	Limite	
Webinar LCBO (CA23)	Canadá	2023-11-29	2023-11-24	EDITAR INSCRIÇÃO  



OBRIGADA PELA VOSSA ATENÇÃO

vinhos de
portugal 
um mundo de diferenças