



MERCADO DOS VINHOS EM PORTUGAL

JUNHO 2017

THE PORTUGUESE WINE MARKET

JUNE 2017



Mercado dos vinhos em Portugal 2017

O Portugal Landscapes 2017 inclui:

- Relatório com informação relativa ao consumo de vinhos em Portugal, baseado em:
 - Wine Intelligence Vinitrac®
 - Experiência de Mercado da Wine Intelligence
 - Informações de fontes secundárias

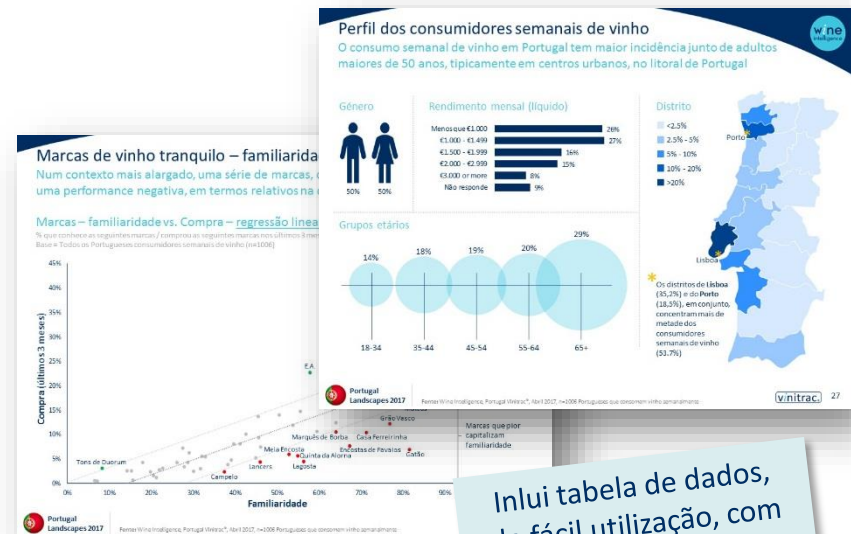


5
report
credits

Preço:

GBP 2,500
USD 3,250
AUD 4,750
EUR 3,100

[Clique
aqui para
adquirir](#)



Inclui tabela de dados,
de fácil utilização, com
todas as variáveis
Vinitrac® com
significâncias
estatísticas



5
report
credits

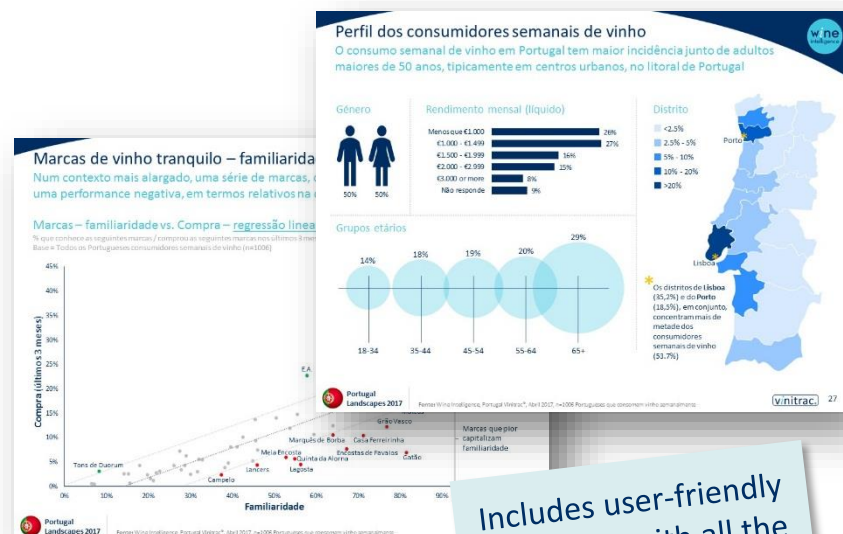
[Click here
to
purchase](#)

Report price:

GBP 2,500
USD 3,250
AUD 4,500
EUR 3,000

The Portugal Landscapes 2017 report includes:

- 77-page PowerPoint report with the latest information regarding the Portuguese wine market, supported by:
 - Wine Intelligence Vinitrac®
 - Wine Intelligence market experience
 - Secondary sources



Includes user-friendly
data table with all the
measures from
Vinitrac® showing
significances

Contents



▪ Introdução / <i>Introduction</i>	p. 5	
▪ Sumário executivo / <i>Management summary</i>	p. 8	
▪ Mercado Português	p. 19	
Classificação de mercado		
Consumo de vinho tranquilo		
Consumo de vinho espumante		
Consumo de vinho fortificado		
Consumo per capita		
Exportações Portuguesas		
▪ Consumidores Portugueses	p. 25	
Tamanho e representatividade		
Perfil demográfico		
▪ Associações e preferências de consumo	p. 28	
Associações a vinho		
Reportório de bebidas alcoólicas		
Consumo relativo de vinho		
Preferências ao nível de estilo		
Envolvimento, valor atribuído e auto-conhecimento		
Consumo de castas tintas		
Consumo de castas brancas		
Regiões:		
Familiaridade		
Compra		
Percepção de qualidade		
Percepção de relação qualidade preço		
▪ Canais e ocasiões		p. 41
Canais de venda		
Retalhistas		
Ocasões off-trade		
Ocasões on-trade		
Factores de escolha		
▪ Marcas de vinho tranquilo		p. 52
Mais compradas		
Familiaridade vs. Compra		
Familiaridade		
Compra		
Consideração		
Recomendação		
▪ Marcas de vinho do Porto		p. 60
Perfil do consumidor		
Familiaridade vs. compra		
Familiaridade		
Compra		
▪ Perfil dos consumidores por grupos de idade		p. 65
Sumário		
18-34		
35-44		
45-54		
55-64		
65+		
▪ Metodologia		p. 73

“Portugal passou, no último ano, por um período atípico. Há um ano atrás, se alguém me dissesse o que iria entretanto acontecer, eu provavelmente não acreditaria!

Os acontecimentos dos últimos 12 meses contrastam (pelas melhores razões) com os da última década. Foram 10 anos de más notícias que parecem ter começado no dia em que a Selecção Nacional perdeu, contra a Grécia, a final do Euro 2004 em Lisboa. Apenas o início de uma tragédia, que do desporto passou para a economia e da economia para a sociedade em geral. Sem grandes motivos para sorrir os Portugueses passaram por um período negro da sua história, marcado por um resgate financeiro que custou muito desemprego, muita juventude a fugir e muitas empresas a fechar.

Os acontecimentos dos últimos 12 meses contrastam portanto com toda esta negatividade. Para além de uma economia finalmente a crescer, com alguns sectores a brilhar (e.g. turismo, calçado, vinho), Portugal também tem motivos para sorrir no empreendedorismo (Web Summit), na cultura (Eurovisao 2017), na política internacional (António Guterres na ONU) e no desporto, tendo ganho finalmente a sua primeira grande competição internacional de futebol (Euro 2016).

Na Wine Intelligence não queremos ficar de fora desta onda de positividade e decidimos investir no primeiro grande estudo Vinitrac em Portugal. Este estudo irá ajudar o sector a melhor compreender os consumidores Portugueses do ponto de vista das suas preferências, hábitos e tendências.

Tipos de vinho, castas, regiões e marcas que consome, quanto gasta em diferentes ocasiões, onde compra, como compra e o que compra. Este é o primeiro grande estudo realizado em Portugal que responde a estas e outras questões de fundo indo especificamente ao encontro de quem consome vinho pelo menos uma vez por semana, o equivalente a cerca de 48% da população adulta em Portugal.”



Luis Osório
Manager
Wine Intelligence

Introduction

Portugal Landscapes 2017



“In the past year, Portugal has been through an unusual period. A year ago, had someone told me what would happen in my home country, I probably wouldn’t have believed them.

The events of the last 12 months stand in sharp contrast to Portugal’s recent history. For the last 10 years, ever since Portugal’s football team lost against Greece in Lisbon at the final of the Euro 2004 (a day still fresh and vivid in every Portuguese mind), we have had nothing but bad news. This loss seemed to kickstart a downfall on the scale of an ancient Greek tragedy; first, we lost our sport, then economic security. In turn, society suffered: the Portuguese went through a very dark period marked by economic recession, financial catastrophe, and high unemployment. In these days there were few reasons to smile, and many young people – like myself – left to find opportunities abroad.

The events of the last 12 months, contrast brightly with all this darkness. Portugal’s economy has not only entered a period of marked growth, but it is growing faster than all predictions. The sun is shining on a range of economic sectors, such as tourism, textiles, and wine. Portugal finally has something to smile about, from celebrating their entrepreneurial spirit (see Web Summit), their recent Eurovision 2017 victory, and their long awaited win at Euro 2016, to bolstering their standing in international politics (António Guterres is now the head of UN).

Here in Wine Intelligence, we don’t want to miss out on being swept away on this wave of positivity, so we have launched our first consumer Vinitrac® study in Portugal. Through our research, we hope to better understand Portugal’s regular wine drinkers.

We have examined everything from what types of wine, varietals, regions and brands they purchase to spend scales, retail channels and consumption occasions. This is the first ever consumer study conducted in Portugal aimed at developing a picture of consumer behaviour and attitudes amongst those who drink wine at least once a week – an impressive 48% of all adults in Portugal.”



Luis Osório
Manager
Wine Intelligence

- A informação para este estudo foi recolhida em Portugal, em Abril de 2017
- A informação foi recolhida através da ferramenta Vinitrac®, da Wine Intelligence, através de um questionário online
- Foram entrevistados 1006 Portugueses adultos que consomem vinho semanalmente
- Os inquiridos foram filtrados por forma a assegurar que bebem vinho tinto, branco ou rosé pelo menos uma vez por semana
- Inquiridos inválidos (aqueles que concluíram o questionário demasiado rápido ou deram respostas inconsistentes) foram removidos
- A informação é representativa dos Portugueses adultos que consomem vinho pelo menos uma vez por semana em termos de idade e género

Fonte: Wine Intelligence, Portugal Vinitrac®, Abril 2017, n=1006 Portugueses que consomem vinho semanalmente

- The data for this survey was collected in Portugal in April 2017
- Data was gathered via Wine Intelligence's Vinitrac® online survey
- The sample consists of 1006 Portuguese adults who drink wine weekly
- Respondents were screened to ensure that they drink wine (red, white or rosé wine) at least once a week
- Invalid respondents (those who sped through the survey or gave inconsistent answers to selected questions) were removed before analysis
- In terms of age and gender, the data is representative of Portuguese wine drinkers who drink wine once a week

Source: Wine Intelligence, Portugal Vinitrac®, April 2017, n=1006 Wine drinkers in Portugal who drink wine once a week

REPORT PRICE: • AUD 4,500 • GBP 2,500 • USD 3,250 • EUR 3,000 • 5 Report Credits

Format: 77 page PowerPoint (PDF)

Purchase online: <http://www.wineintelligence.com/product-category/report-type/wine-landscape-reports/>

Contact us directly: reports-shop@wineintelligence.com

If you have any questions, please contact your local Wine Intelligence office:

AVIGNON

Jean-Philippe Perrouy, Director, Wine Intelligence France | T +33 (0)486 408 417 | Email: jean-philippe@wineintelligence.com

CAPE TOWN

Dimitri Coutras, South Africa Country Manager | T +27 828288866 | Email: dcoutras@iafrica.com

DELAWARE

Erica Donoho, USA Country Manager | T +1 973 699 4158 | Email: erica@wineintelligence.com

FRANKFURT

Wilhelm Lerner, Associate Director/Germany Country Manager | T +49 (0)175 5806 151 | Email: wilhelm@wineintelligence.com

LONDON

Eleanor Hickey, Business Manager | T +44 020 7378 1277 | Email: eleanor@wineintelligence.com

SYDNEY

Liz Lee, Australia Country Manager | T +61 (0) 416 638 272 | Email: liz@wineintelligence.com

TRIESTE

Pierpaolo Penco, Italy Country Manager | T +39 349 424 3371 | Email: pierpaolo@wineintelligence.com