

VINIPORTUGAL

A ViniPortugal é a associação interprofissional para a promoção internacional do Vinhos de Portugal, reconhecida pelo Ministério da Agricultura a 1 de Outubro de 2015.

A sua MISSÃO é “**promover a imagem de Portugal, enquanto produtor de vinhos por excelência, valorizando a marca “Vinhos de Portugal/Wines of Portugal”,** contribuindo para um crescimento sustentado do volume e do preço médio dos vinhos portugueses”.

São associados Fundadores da ViniPortugal 8 associações profissionais:

Representativas do Comércio: ACIBEV, ANCEVE e AND;

Representativas da Produção: CAP, FENADEGAS, FENAVI e FEVIPOR

Representativas das regiões demarcadas: ANDOVI.

Actividade: Promoção internacional da imagem dos Vinhos de Portugal.

Orgãos Sociais: Mesa da Assembleia Geral, Conselho Fiscal e Direcção

Direcção: Jorge Monteiro, Presidente, Jorge Basto Gonçalves, Vice-Presidente pela Produção e Martim Guedes, Vice-Presidente pelo Comércio.

Fundação: 15 de Outubro de 1996

Sede

Rua Mouzinho da Silveira, nº 5
1250-165 Lisboa

Porto

Palácio da Bolsa
R. Ferreira Borges
4050-213 Porto

Website: www.viniportugal.pt

VINI (PORTUGAL) EM NÚMEROS

20 anos a promover os vinhos portugueses

14 mercados internacionais prioritários

7 milhões de euros de investimento em promoção (2017)

+ 140 acções de marketing em implementação anual (2017)

1,5 milhões de investimento nos EUA e 700 mil no Brasil (2017)

727 milhões de euros de exportação de vinho português em 2016

6 milhões HI de Produção em 2016.

4% da exportação de Bens de Consumo (2016)

29% das exportações de Bens Alimentares (2016)

45% é a percentagem de produção de vinho exportada (valor estimado para 2016)

9º é o lugar de Portugal na lista do comércio internacional de vinho

Com mais de 250 castas autóctones identificadas, a Marca Vinhos de Portugal concentra a sua comunicação nas seguintes 10, que constituem uma bandeira na promoção dos vinhos nacionais:

Tintas: Touriga Nacional, Aragonês/Tinta Roriz, Touriga Franca, Trincadeira/Tinta Amarela, Castelão, Baga;

Brancas: Alvarinho, Arinto, Fernão Pires/Maria Gomes e Encruzado.

A DIRECÇÃO

A Direcção da ViniPortugal, eleita em Março de 2017, para o triénio 2017/2020, é composta por três membros, Jorge Monteiro, Jorge Basto Gonçalves e Martim Guedes.

PRESIDENTE EXECUTIVO

Jorge Monteiro, que anteriormente exercera o cargo de Presidente do Instituto do Vinho do Porto, hoje Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, entre 1999 e 2008, assume a presidência da ViniPortugal em Abril de 2011, iniciando assim o 3º mandato à frente da Associação.

VICE-PRESIDENTES

Jorge Basto Gonçalves – em representação da Produção.

Licenciado em Direito e exercendo advocacia é Presidente da Direcção da FENADEGAS, Federação Nacional das Adegas Cooperativas de Portugal, FCRL

Martim Guedes – em representação do Comércio.

Formado em gestão financeira, iniciou o seu percurso profissional na banca de investimento. Em 2007 juntou-se à empresa da família – a Aveleda.

Tendo passado por diversas áreas da empresa, assume desde 2013, em conjunto com o seu primo António Guedes, a liderança da empresa.

A Aveleda, originalmente ligada ao vinho verde, onde é líder de mercado, está hoje também presente nas regiões do Douro e Bairrada.

INSTRUMENTOS DE GESTÃO

A VINI PORTUGAL rege-se pelos seguintes instrumentos de gestão:

- ✓ O **Plano Estratégico Institucional**, que abrange um período de 3 anos, estando em vigor o Plano para o triénio 2015/2017.

- ✓ O **Plano de Marketing e Promoção da Marca Vinhos de Portugal**, que igualmente abrange um período de 3 anos, cobrindo a actual versão o mesmo período.

- ✓ O **Plano Operacional Anual** composto pelo Plano de Actividades, Plano de Marketing e Orçamento.

MARCAS VINIPORTUGAL

A ViniPortugal é responsável pela gestão e comunicação de duas marcas:

“*Vinhos de Portugal/Wines of Portugal*”, que constitui o elemento central na sua actuação nos mercados estratégicos internacionais;

“*a Copo!*”, que incentiva o consumo Responsável e Moderado de vinho a copo.

Vinhos de Portugal / Wines of Portugal

A marca “*Wines of Portugal*”, titulada pelo IVV, Instituto da Vinha e do Vinho, é uma marca colectiva criada em 2010 para promover a imagem dos vinhos portugueses nos diversos mercados internacionais.

O vinho português tem conseguido afirmar-se a nível internacional por proporcionar uma experiência única e distintiva, baseada na diversidade das suas castas e dos seus *terroirs*, a que se associa uma elevada consistência de qualidade.

a Copo

A marca “*a Copo!*” foi criada no final de 2010 pela ViniPortugal com o objectivo de sensibilizar, quer os profissionais quer os consumidores, para as vantagens associadas ao consumo de bom vinho, a Copo, de entre as quais se destaca a possibilidade de se aceder a uma grande diversidade de vinhos de elevada qualidade, de forma moderada e responsável e a um preço mais acessível, evitando-se os desperdício mas também o consumo abusivo.

Do ponto de vista de quem prova, o acesso a vinhos *premium* é facilitado, podendo ser provado mais do que um numa só refeição, numa perfeita harmonização com um menu, sem necessidade de consumir uma garrafa inteira. Para os restaurantes, bares e enotecas, as vantagens situam-se ao nível da disponibilização de um serviço diferenciador, cada vez mais procurado, que se assume como um factor de fidelização. Nesta campanha a ViniPortugal valoriza também a formação do sector HORECA para um melhor serviço de vinho organizando acções de formação e consultoria em bares, restaurantes e *wine bars* de Norte a Sul distinguindo os que se destacam por uma elevada qualidade do serviço de vinho “a Copo”.

MERCADOS PRIORITÁRIOS

São 14 os mercados prioritários da marca Wines of Portugal, operada pela VINI PORTUGAL: Estados Unidos, Brasil, Angola, Canadá, China, Japão, Noruega, Coreia, Suíça, Rússia, Reino Unido, Alemanha, Suécia e Polónia.

O investimento de 7 milhões para a promoção dos vinhos portugueses em 2017 está concentrado nestes 14 mercados, incluindo cerca de 900 mil euros para assegurar a presença nas feiras internacionais, ProWein/Dusseldorf e Vinexpo/Bordéus.

EUA

Os EUA são hoje o maior importador mundial de vinho, em valor, tendo sido em 2016 o maior destino de exportação de vinhos de mesa portugueses. Mas os EUA são igualmente importantes enquanto “mercado montra” de vinhos com forte influência no Canadá, Ásia e América Central. É igualmente relevante de registar a forma positiva como os vinhos portugueses têm sido acolhidos pela crítica especializada.

Por estas razões os EUA são o alvo do maior investimento da promoção internacional de vinho português e onde se espera um crescimento de 12% no período 2015-2017. Actualmente posiciona-se como o 3º principal destino das exportações totais de vinho português, sendo o 1º destino de vinhos de mesa (ex-tranquilo), tendo crescido 8,6% em valor no ano de 2016.

Em 2016 Portugal colocou-se em 9º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados dos EUA.

Objectivo 2015/2017: crescer em valor 12%

Brasil

Continua a ser um dos principais mercados para os vinhos portugueses, mas a instabilidade política, económica e social tem impedido um melhor desempenho no Brasil. Não obstante, as exportações em 2016 continuaram a crescer ainda que de forma marginal (+0,6% em valor em 2016), tendo melhorado a sua posição nas tabelas dos maiores destinos de vinho português.

Os vinhos portugueses em 2016 afirmaram-se como a 3ª origem de vinhos no mercado brasileiro, após o Chile e a Argentina, mas tendo ultrapassado a Itália, que se encontra agora em 4º lugar.

Em 2016 Portugal assegurou o 3º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados do Brasil.

Objectivo 2015/2017: crescer em valor 11%.

Angola

Os vinhos portugueses lideram as vendas de vinho engarrafado neste mercado, tendo fechado 2016 com uma quota de 74,4%. Angola foi neste ano o 8º destino de vinhos portugueses, depois de ter sido o primeiro destino durante os últimos anos.

Porém este é um dos mercados com um preço médio mais baixo, mas que tem consistentemente subido nos últimos 5 anos, aproximando-se dos 2 euros.

Em 2016 Portugal manteve o 1º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados de Angola.

Objectivo para 2015/2017: crescer em valor 24%.

Canadá

Trata-se de um mercado que importa a maioria dos vinhos consumidos, sendo as Províncias do Québec, Ontário e British Columbia (BC) os maiores consumidores, representando no seu conjunto mais de 75% do consumo de vinho. Os vinhos portugueses conquistaram uma quota de mercado de 2.5%, posicionando Portugal no 9º lugar tanto em volume como em valor.

As importações de vinho pelo Canadá são controladas por organizações provinciais, monopólios, com regras distintas e em que Portugal mantém igualmente posições muito diferentes de província para província. O Québec é o mercado de maior influência europeia, e onde Portugal tem uma maior penetração e quota de mercado (4.3%). A British Columbia vê em Portugal um fornecedor de vinhos *premium* e daí o preço médio de venda de vinhos portugueses e a quota de mercado (1.4%) reflectirem exactamente este posicionamento. Ao contrário, o mercado de Ontário vê em Portugal um fornecedor de preço, atingindo aqui a venda de vinhos portugueses o preço médio mais baixo para uma quota de mercado de 2.3%.

O Canadá foi em 2016 o 7º destino de conjunto dos vinhos portugueses, em valor, sendo o 4º destino de vinhos tranquilos.

Em 2016 Portugal colocou-se em 9º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados do Canadá.

Objectivo para 2015/2017: crescer 13% em valor

China

A China é um dos mercados de diversificação da actividade promocional dos Vinhos de Portugal, representando em 2016 mais de 17,5 milhões de euros em valor para as exportações nacionais. É considerado um dos mercados de maior potencial de crescimento mas cujo modelo de negócio é ainda mal entendido, assim como escassa a informação sobre que são os consumidores.

Em 2016 a China foi o 14º destino das exportações totais de vinhos portugueses, tendo sido o 10º destino de vinhos tranquilos.

Em 2016 Portugal ocupou o 10º lugar no fornecimento de vinhos engarrafados da China.

Objectivos para 2015/2017: crescer 45/ em valor.

Japão

Japão é um dos mercados de elevado desenvolvimento económico, com grande interesse pelos vinhos estrangeiros e com uma intensa cultura de vinho. É um dos principais destinos da Vinho da madeira. Dadas as afinidades históricas com Portugal é tido hoje como um dos mercados prioritários para os nossos vinhos. Tendo iniciado acções promocionais neste mercado em 2014, a ViniPortugal pretende implantar a marca Vinhos de Portugal neste mercado.

Em 2016 o Japão foi o 18º destino de vinhos Portugueses, em valor, e 24º se apenas tivermos em conta os vinhos tranquilos. No entanto estes últimos tiveram em 2016 um crescimento em valor acima do 25%.

Em 2016 Portugal ocupou o 11º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados do Japão.

Objectivo para o período 2015/2017: crescer 10% em valor.

Singapura

Era tido como uma das grandes estrelas no complexo mercado asiático mas o crescimento do consumo de vinho em Singapura, assim como na Malásia, tem ficado muito aquém das expectativas, acompanhando Portugal esta constatação.

Singapura constitui igualmente uma importante plataforma de reexportação para países vizinhos.

Tendo sido o 38º destino das exportações em valor de Vinhos de Portugal Singapura será descontinuado ao longo deste ano, permitindo à ViniPortugal reorientar investimentos para outros mercado de maior potencial de procura.

Noruega

A Noruega apesar de ser um mercado de monopólio e apenas representar 1% das exportações portuguesas de vinho tem vindo a justificar o esforço de promoção da marca Vinhos de Portugal, tendo apresentado um crescimento, em valor, de 10,4% em 2016, embora ocupe o 17º lugar na lista de principais destinos dos nossos vinhos.

Objectivo para o período 2015/2017: crescer 9% em valor.

Coreia

Mercado emergente de vinho a Coreia passou a estar debaixo do radar das principais empresas de *market intelligence*, apresentando sinais de influencia de comportamentos por parte do Japão. Sendo uma das principais economias do nordeste asiático e no seguimento dos investimentos da marca Wines of Portugal a ViniPortugal em 2016 passou a incluir a Coreia no leque de mercados prioritários para a sua intervenção.

Em 2016 Portugal ocupou o 11º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados da Coreia.

Objectivo para o período 2017: conhecer o mercado marcando maior presença dos Vinhos de Portugal através de um evento de referência.

Suíça

Sendo, a partir de 2016, uma das novas opções estratégicas assumidas pela ViniPortugal para a promoção da marca Wines of Portugal, a Suíça é o 10º mercado de destino das exportações totais de vinhos portugueses, com um crescimento de 6% em valor, e o 8º destino de vinhos de mesa onde o crescimento, em valor, ultrapassou os 14%.

Se no contexto das exportações de vinhos portugueses a Suíça traduz um bom preço médio já no contexto das suas importações Portugal afirma-se por um baixo preço médio, traduzindo um interessante potencial de valorização dos nossos vinhos.

Em 2016 Portugal colocou-se em 5º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados da Suíça.

Objectivo para o período 2016/2017: conhecer o mercado e ensaiar modelo de valorização da imagem dos vinhos de Portugal.

Rússia

Mercado ausente na intervenção da marca Vinhos de Portugal, a Rússia tem-se mostrado algo aberta aos nossos vinhos, razão que levou a ViniPortugal a ensaiar uma aproximação cujo objectivo será antes de mais tentar identificar uma estratégia adequada para o trabalhar no futuro.

Em 2016 Portugal colocou-se em 7º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados da Rússia.

Objectivo para 2017: aprofundar conhecimento sobre o modo de funcionamento do mercado.

Reino Unido

Mercado tradicional com extrema importância ao nível de formação de opinião e liderança de tendências seguidas por outros mercados a nível mundial.

Apresenta-se como uma porta para outros países e constitui o segundo mercado de exportação dos vinhos portugueses em valor, dado a grande tradição de vinho do Porto. De acordo com dados de 2016, apresentou um comportamento díspar pois teve uma queda de 2,7% em valor no total das exportações e um acentuado crescimento de 14,7% em valor nos vinhos de mesa, o que traduz uma acentuada queda das exportações de Vinho do Porto. No entanto ocupa ainda um modesto lugar (7º em valor) nas exportações desta categoria de vinho, atrás da França.

Em 2016 Portugal colocou-se em 11º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados do Reino Unido.

Objectivo para o período 2015/2017: crescer 3% em valor

Alemanha

Alemanha ocupa o 6º lugar nos destinos de exportação de vinhos portugueses, ultrapassando os Países Baixos, e alcançou em 2016 o 2º lugar relativamente aos vinhos de mesa, logo atrás dos EUA.

Sendo um dos grandes importadores, mas também exportadores de vinho mundial, estima-se em 20% a parte de vinho importado que será reexportado para outros destinos (Europa Central e de Leste). No caso dos vinhos portugueses é de referir o elevado peso que o Vinho Verde representa nas nossas exportações.

Em 2016 Portugal colocou-se em 7º lugar enquanto fornecedor de vinhos engarrafados da Alemanha.

Objectivo para o período 2015/2017: crescer 11% em valor

Suécia

Suécia tem sido um mercado desafiante para os vinhos portugueses. Os vinhos Italianos têm muita força neste mercado, bem como os vinhos do novo mundo. A forma de trabalho do monopólio tem igualmente dificultado o progresso dos vinhos nacionais, não obstante o comprador do monopólio de vinhos portugueses ter apreciação muito favorável aos nossos vinhos.

A Suécia representa 2% das exportações portuguesas de vinho, apresentou um decréscimo de 3.8% em valor em 2014.

Objectivo no período 2015/2017: crescer 11% em valor

Portugal

A intervenção no mercado nacional faz-se essencialmente por duas vias, a da Formação Profissional e da Educação dos Turistas que nos visitam.

Quanto à primeira a ViniPortugal desenvolveu um vasto programa de formação debaixo do chapéu da Academia Vinhos de Portugal, destinado à formação em vinhos quer dos profissionais da restauração quer dos conselheiros de vendas da grande distribuição. No nível de Iniciação aborda-se em particular o conceito do Vinho A Copo e suas vantagens muito em linha de conta com os princípios do movimento Vinho com Moderação.

Quanto à segunda via a mesma centra-se essencialmente nas duas Salas de Provas de Lisboa e do Porto onde o visitante, essencialmente estrangeiros, experiencia os vinhos portugueses podendo fazê-lo em Prova livre ou por recurso a provas temáticas em que um especialista apresenta os vinhos, castas e regiões de proveniência.

Eventos transversais

A ViniPortugal é responsável ainda pela organização de dois eventos anuais de carácter transversal ao sector, embora perseguindo objectivos distintos:

Concurso Vinhos de Portugal

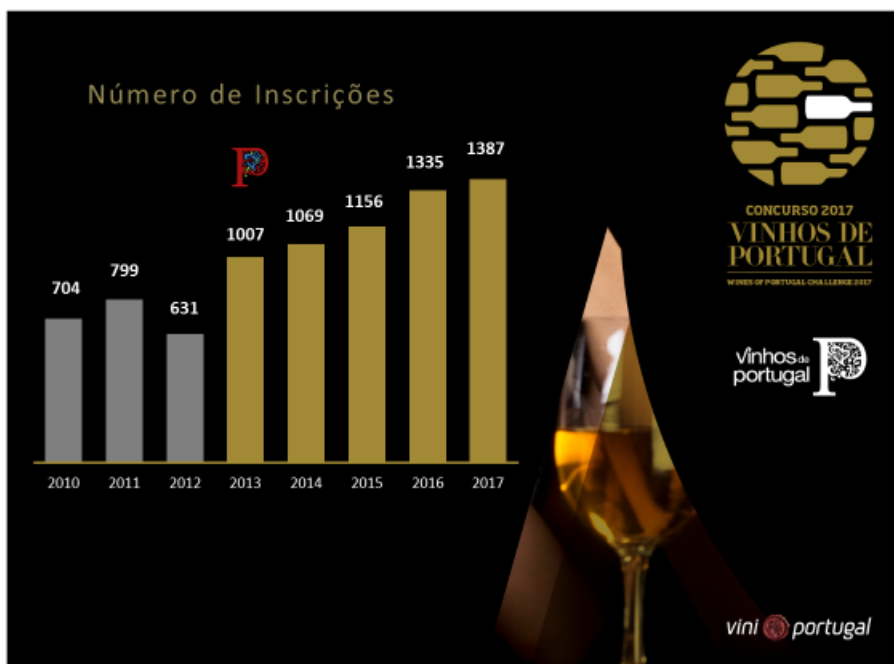
Em parceria com o CNEMA a ViniPortugal, decorre durante o mês de Maio o Concurso Vinho de Portugal, que completou em 2017 a sua 5ª edição. Este concurso visa constituir-se como um acontecimento de elevada relevância internacional exclusivamente dedicado a contribuir para o ganho de visibilidade dos nossos vinhos nos principais mercados de exportação.

Na edição de 2017 concorreram mais de 1387 vinhos, de todas as regiões Vitivinícolas nacionais, e que de forma inequívoca demonstram a qualidade e a diversidade da produção nacional.

Os júris envolveram 110 participantes dos quais 81 portugueses e 29 estrangeiros. Depois de 3 dias de provas foram seleccionados apreciação pelo Grande Júri 140 vinhos, de onde foram eleitos 30 Grande Medalha de Ouro.

Paralelamente às sessões técnicas do concurso decorrem Master Classes, Jantares Vínicos e Visitas a Regiões destinados exclusivamente aos jurados estrangeiros e elaborados numa lógica formativa.

Tendo em vista conferir rigor e elevada selectividade o Regulamento do Concurso limita a 25% dos Vinhos inscritos o número de medalhas a atribuir, não podendo os Grandes Ouros ultrapassar 2% daquele total, sendo de 8% o limite para as Medalhas “Ouro”.



Fórum Anual Vinhos de Portugal

Este evento decorre anualmente na última semana de Novembro, no Palace Hotel da Curia, pretendendo constituir-se como um momento de reunião dos agentes económicos e suas instituições para debater a actualidade e reflectir sobre as perspectivas futuras para a fileira. Nele são apresentados conjunta e articuladamente os Planos de Promoção da marca Wines of Portugal e das Denominações de Origem e Indicações Geográficas, os primeiros sob responsabilidade da ViniPortugal e os segundos das Comissões Vitivinícolas Regionais ou do IVDP e IVBAM.

Em 2017 quase 300 produtores participaram nos trabalhos do Fórum Anual.

SALAS DE PROVA

(Wines of Portugal Tasting Rooms)

A ViniPortugal possui duas Salas de Prova, abertas ao público no Terreiro do Paço – Lisboa e no Palácio da Bolsa - Porto, em edifícios classificados como monumentos nacionais.

Abertas ao público de segunda a sábado (*) entre as 11h00 e as 19h00, as Salas de Prova Vinhos de Portugal são espaços onde os visitantes são convidados a fazer uma viagem de norte a sul do País através de uma prova de vinhos de várias regiões.

() No período entre 1 de Abril e 31 de Outubro a Sala de Provas de Lisboa encontra-se igualmente aberta aos domingos, entre as 11h00 e as 19h00*

Para os consumidores mais exigentes ou para grupos as salas tem à disposição uma carta de Provas Temáticas, devendo no caso de grupos ser efectuada reserva prévia.

Milhares de turistas visitam anualmente estes espaços, onde lhes é dado a conhecer a diversidade do vinho português, ensinando-os a descobrir as diferentes regiões, degustar e identificar variados aromas e sabores das diferentes castas.

As Salas de Prova apresentam um vasto programa anual de pequenos eventos, destinados a públicos apreciadores de vinhos e que pretendem aprofundar os seus conhecimentos através da prova. Estes eventos, com calendário estabelecido, acontecem nos finais de tarde de 6ª Feiras ou Sábados, sendo as inscrições efectuadas via correio electrónico por um custo a partir de 6 euros. Veja [aqui](#) as próximas provas!

Alguns dos vinhos disponíveis para prova podem ser adquiridos no local pelos visitantes e o pessoal de apoio das Salas de Prova está em condições de proporcionar aos interessados todas as informações relativas aos vinhos em degustação.

OS VINHOS PORTUGUESES PREMIADOS NO MUNDO

Os vinhos portugueses têm sido reconhecidos pela crítica internacional e, ao longo de 2016, foram distinguidos em prestigiados concursos internacionais.

As diversas competições valorizaram o permanente esforço dos produtores portugueses, que têm procurado afirmar o carácter diferenciado do vinho português, garantindo sempre elevados padrões de qualidade e procurando adaptar os néctares aos gostos do mercado.

A qualidade dos vinhos e dos produtores nacionais foi ainda enaltecida em vários concursos internacionais e pela crítica internacional.

Os vinhos portugueses estão certamente em sua melhor fase em termos de qualidade, rivalizando com os melhores vinhos do mundo. Existem muitos rankings de vinhos que respaldam essa afirmação. Seguem alguns exemplos:

A empresa **Sogrape** foi considerada a melhor empresa de vinhos do mundo por 2 anos consecutivos pela Associação Mundial de Jornalistas e Críticos do Vinho. Portugal também é o único país com duas empresas de vinhos no Top 5 deste ranking.

A isto acresce Portugal ter conseguido colocar 4 vinhos no **Top 100 da Wine Spectator**, uma das publicações de referência no mundo vinícola. O vinho **Quinta de Cabriz 2014** da região do Dão foi o vinho português melhor posicionado na lista, em 46º lugar com 90 pontos. Os restantes vinhos premiados, oriundos da região do Douro, são o **Evel 2014** tinto na 50ª posição, o **Carm Reserva Tinto de 2012**, a figurar a 69ª posição, e o **Lemos & Van Zeller Quinta Vale D. Maria de 2013**, na 80ª posição.

A **Wine & Spirits**, outra das revistas de peso americanas, colocou em 2016 quatro empresas portuguesas no **top 100** das melhores empresas de vinhos mundiais, a saber: **Blandy's, Ramos Pinto, Soalheiro e Taylor Fladgate**.

Também a revista americana **Wine Enthusiast** elegeu na lista **Top Cellar Selection** 7 vinhos portugueses que distinguiu com pontuações acima dos 95 pontos tendo-se destacado na quinta posição o vinho **Quinta Vale do Meão 2013** da região do Douro. Portugal foi o quarto país mais premiado, a seguir aos EUA, França e Itália. A região do Porto e Douro destacou-se com cinco vinhos tranquilos e um porto.

Portugal destaca-se pela positiva com 357 vinhos premiados no conceituado **Concours Mondial de Bruxelles 2016**. Entre os 8750 vinhos provenientes de 51 países produtores, os vinhos portugueses foram distinguidos com 357 medalhas. No total, Portugal arrecadou 16 medalhas de Grande Ouro, 114 medalhas de ouro e 227 medalhas de prata.

A edição de 2016 do concurso **Decanter World Wine Awards** premiou 578 vinhos portugueses. Os fortificados **Verdelho Blandy's 1979**, da região da Madeira e o **Moscatel Bacalhôa 2013**, da Península de Setúbal arrecadaram 2 das 31 medalhas “Platina - Melhor da Prova” atribuídas durante o concurso, anteriormente conhecidas como troféus internacionais. Portugal somou ainda 7 medalhas Platina, 33 medalhas de ouro, 127 de prata.

Já no concurso **Decanter Asia Wine Awards**, um dos maiores concursos de vinho realizados na Ásia, Portugal arrecadou 103 medalhas no concurso tendo o vinho **Bacalhôa Superior, Moscatel de Setúbal, da colheita de 2002** alcançado a melhor distinção da competição, a medalha Platinum - Best in Show. Os durienses **Quinta das Murças Reserva 2011** e **Quinta Vale d'Aldeia, Grande Reserva 2013** foram distinguidos com uma medalha Platinum: Best Red Portugal e uma medalha de ouro, respetivamente.

Os vinhos **Quinta da Aveleda 2015** da região dos Vinhos Verdes e **DFJ Vinhos Paxis Red Blend 2013** da região de Lisboa destacaram-se, respetivamente, em terceiro e quinto lugar, com 90 pontos, no top '**100 Best Buys**' da **Wine Enthusiast**. No total, Portugal conquistou 9 premiações e foi o 3º país mais premiado da lista a seguir à França e Estados Unidos da América.

Seis vinhos portugueses conquistaram lugar no **Top 100 da Wine Enthusiast**, uma das mais conceituadas revistas de vinhos do mundo O tinto **José Maria da Fonseca 2014**, da região do Alentejo, conquistou o 5º lugar da tabela, com 93 pontos, e foi o vinho português com melhor classificação na lista.

A edição de verão da competição **MundusVini 2016** distinguiu 131 vinhos portugueses com 3 medalhas de grande ouro, 76 medalhas de ouro e 52 medalhas de prata. As regiões portuguesas mais premiadas foram o Douro e Minho, com 43 e 10 medalhas, respetivamente.

O painel de jurados da **Wines & Spirits** avaliou no último ano 277 vinhos tintos Portugueses. Joshua Greene, crítico dos Vinhos de Portugal na revista Wine & Spirits, pontuou 39 como excepcionais - com mais de 90 pontos - e 26 como “Melhores Compras”.