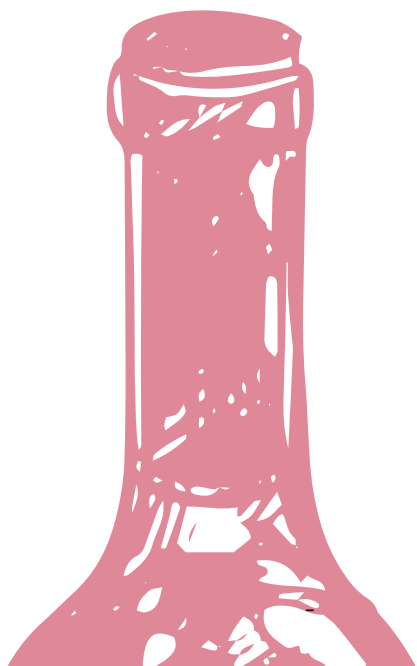




SWISS WINE

RAPPORTO ATTIVITÀ 2024

Svizzera. Naturalmente.



75 MILIONI* DI LITRI DI VINO

Produzione totale di vino svizzero

14'485* ETTARI

superficie vitivinicola

LE CIFRE CHIAVE DEL 2024 IN UN COLPO D'OCCHIO

424'831 LITRI DI VINO
SVIZZERO ESPORTATI

15.22 CHF/litro in media



**OLTRE 220 MILIONI
DI PERSONE**

raggiunte da campagne promozionali
in Svizzera e all'estero

10 COLLABORATORI

18 MILIONI DI CHF

Impegno finanziario complessivo

* Comunicato stampa: «Vendemmia 2024 - la seconda più scarsa degli ultimi 50 anni» UFAG [Ufficio federale dell'agricoltura], 20 febbraio 2025

SOMMARIO

Le cifre chiave del 2024 in un colpo d'occhio	02
1. Editoriale	04
2. Azienda	06
Organizzazione	07
Strategia 2022-2025	09
3. Focus dell'anno 2024	12
4. Notorietà	14
Comunicazione	15
Formazione	21
Concorsi nazionali	23
Concorsi internazionali	25
5. Sostenibilità	26
Studio sulla sostenibilità del settore vitivinicolo svizzero	27
6. Esperienze	31
Cantine aperte	32
Nel cuore della vendemmia	33
Svizzera Turismo	36
Great Wine Capitals	37
Best Of Wine Tourism	38
Eventi partner	39
7. Gastronomia	40
Swiss Wine Gourmet	41
Partner	44
8. Distribuzione	46
Grande distribuzione	47
Rivenditori	48
9. Export	50
Evoluzione delle esportazioni	51
Fiere internazionali	53
Attività internazionali	55
Germania	55
Benelux	55
Francia	56
Italia	58
Regno Unito	59
Stati Uniti	60
Canada	60
Asia	61
Corpo diplomatico	63
10. Studi e ricerche	64
Rapporto OSMV 2024	65
11. Impressum	66

A close-up photograph of a woman with dark, wavy hair, smiling warmly. She is wearing a light-colored, vertically striped button-down shirt and small gold hoop earrings. She holds a glass of rosé wine. In the foreground, another hand holds a similar glass of rosé wine, slightly out of focus. The background is a blurred outdoor setting with green foliage and a light-colored wall.

1

EDITORIALE



Robert Cramer, Presidente SWP

LE BASI PER UN LAVORO SOSTENIBILE

L'anno 2024 è stato difficil per la viticoltura svizzera. Gli eventi climatici avversi hanno colpito duramente molti viticoltori e viticoltrici. Ne è derivata una vendemmia contenuta, fortunatamente di qualità.

Il nostro sforzo nella promozione è quindi ancora più necessario per valorizzare questa produzione.

Questo impegno passa attraverso risorse finanziari sufficienti e durature. In tal senso, il 2024 ha visto il riconoscimento della nostra attività con una garanzia di finanziamenti o per la promozione dei vini, che si iscrive nel lungo periodo. Un grazie di cuore agli eletti e alle elette che ci hanno sostenuto, e grazie a tutto il team di SWP e ai nostri partner.

Va aggiunto che questo contributo federale implica la promozione della sostenibilità dei nostri vini. Questa richiesta è benvenuta. L'abbiamo anticipata con studi i cui risultati si possono scoprire nel presente rapporto.

Buona lettura!



A person wearing a red long-sleeved shirt, a white woven straw hat with a red band, and a white apron is seen from behind. They are holding a green plastic bucket and pouring green grapes into a large, shallow wooden bowl. The bowl is already filled with many green grapes. The background is a lush green vineyard with many grapevines and leaves. The scene is brightly lit, suggesting it is daytime.

2

AZIENDA

Swiss Wine Promotion (SWP) è incaricata dall'Interprofession della Vite e del Vino svizzeri (IVVS) e sostenuta dall'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG) nella promozione della vitivinicoltura svizzera in Svizzera e all'estero. I principali compiti di SWP sono lo sviluppo e l'attuazione di misure di marketing e comunicazione volte a far conoscere i vini svizzeri in Svizzera e all'estero. SWP collabora a stretto contatto con numerosi attori del mercato nazionale e internazionale, attraverso i sei pilastri della promozione: consapevolezza, sostenibilità, esperienza, gastronomia, distributori-rivenditori ed esportazioni.

Organizzazione

Il Consiglio di amministrazione di Swiss Wine Promotion SA è composto da cinque membri, nominati per un periodo di tre anni. La Commissione di coordinamento nazionale e la Commissione di mercato sono gruppi di lavoro a supporto della Direzione.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Robert Cramer	Presidente
Roberto Grassi	Vicepresidente
Josée Bélanger	Membro
Isabella Kellenberger	Membro
Daniel Dufaux	Membro
Chantal Aeby Pürro	Segretaria del Consiglio di amministrazione

MEMBRI DELLA COMMISSIONE DI COORDINAMENTO NAZIONALE

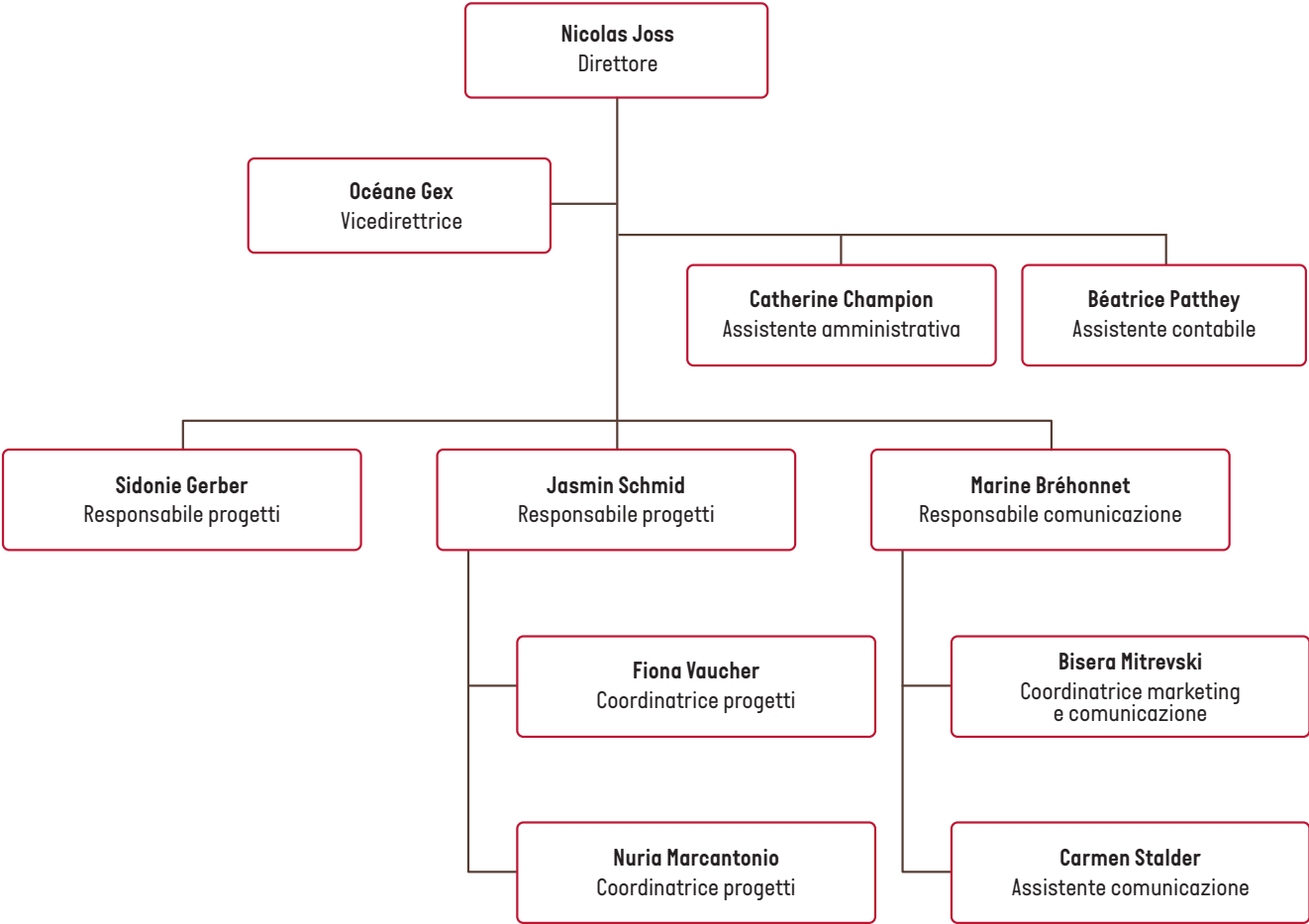
Gérard-Philippe Mabillard	IVV (Vallese)
Benjamin Gehrig	OVV (Vaud)
Jürg Bachofner	BDW (Svizzera tedesca)
Denis Beausoleil	OPAGE (Ginevra)
Andrea Conconi	Ticinowine (Ticino) (uscente al 30.09.2024)
Maria Grazia Carbone	Ticinowine (Ticino) (entrante al 1.10.2024)
Mireille Bühler	NVT (Neuchâtel)

MEMBRI DELLA COMMISSIONE MERCATO

Evelyn Boedts	Divino-Rutihauser SA, Winthertur ZH
David Delea	Angelo Delea SA, Losone TI
Henry Grosjean	Château d'Auvernier, Auvernier NE
Cédric Guillod	Delegato VignobleSuisse, Cave Guillod, Praz FR
David Héritier	Les Celliers de Sion, Sion VS
Julien Hoeflige	Cave de la Côte, Tolochenaz VD
Jérôme Leupin	La Cave de Genève, Satigny GE
Guy Ramu	Delegato ASVEI, Domaine de Chafalet, Dardagny GE
Pascal Rubin	Henri Badoux, Aigle VD

SQUADRA OPERATIVA

Nicolas Joss	Direttore
Océane Gex	Vicedirettrice (nominata il 1° febbraio 2024)
Jasmin Schmid	Responsabile progetti
Sidonie Gerber	Responsabile progetti (nominata il 1° gennaio 2024)
Marine Bréhonnet	Responsabile comunicazione
Carmen Stalder	Assistente comunicazione (entrante il 1° marzo 2024)
Bisera Mitrevski	Coordinatrice marketing e comunicazione
Fiona Vaucher	Coordinatrice progetti
Nuria Marcantonio	Coordinatrice progetti (entrante il 1° febbraio 2024)
Catherine Champion	Assistente amministrativa
Béatrice Patthey	Assistente contabile (entrante il 15 settembre 2024)



STRATEGIA 2022-2025

All'inizio del 2022, SWP ha presentato all'UFAG la sua strategia di marketing 2022-2025. La nuova linea guida è stata messa in atto attraverso diverse azioni, in collaborazione con i partner di SWP.

Contesto

L'annata vinicola 2024 è stata gravemente colpita dalle difficili condizioni meteorologiche. La produzione è stata di soli 75 milioni di litri, ciò che rappresenta il secondo raccolto più scarso degli ultimi 50 anni. La Svizzera francese ha registrato un calo del 23,8%, la Svizzera tedesca del 36,9% e la Svizzera italiana del 15,6% rispetto al 2023.

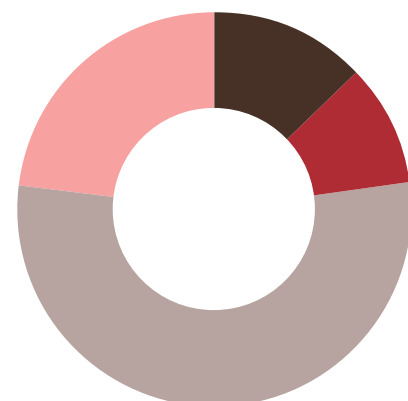
Dal punto di vista del consumo, secondo il rapporto «L'anno viticolo 2023» redatto dall'UFAG, il consumo di vino ha raggiunto 235,9 milioni, di cui 9.1 milioni di litri di vino svizzero. Il consumo di vino, considerando tutti i canali, è aumentato del 3,8% per i vini svizzeri e è diminuito del 3,1% per i vini esteri rispetto al 2022. La quota di mercato dei vini svizzeri è passata dal 37% nel 2022 al 38,6% nel 2023 (+1,6%).

Nel settore della grande distribuzione, nel 2024, le vendite di vino (svizzero ed estero) registrano un calo nei volumi del 3,9%, mentre i prezzi restano globalmente stabili (-0,5%). Le vendite di vino svizzero sono diminuite del 5,4%. Al contrario, i prezzi dei vini elvetici sono in leggero aumento (+0,9%), mentre quelli dei vini esteri mostrano un lieve calo (-1,0%).

Nella grande distribuzione, i vini rossi e rosati svizzeri registrano un calo di volume più marcato (-10%) rispetto ai vini bianchi (-1,9%) nel confronto con il 2023. Al contrario, i prezzi restano stabili (+0,2% per i bianchi DOC) o addirittura in aumento (+2% per i rosati DOC).

La quota di mercato dei vini svizzeri venduti nella grande distribuzione rappresenta il 24,9% del totale.

CANALI DI DISTRIBUZIONE DEI VINI SVIZZERI (DOC & VDP) IN VOLUME NEL 2022



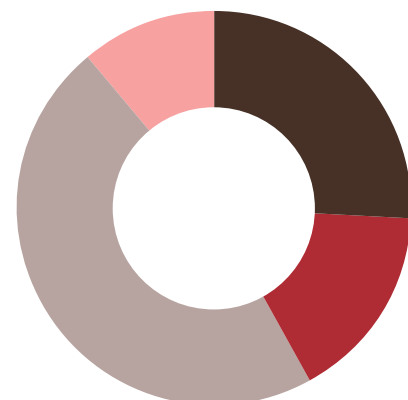
13% Vendita diretta

10% HoReCa

54% Rivenditori-distributori

23% Commercio

CANALI DI DISTRIBUZIONE DEI VINI SVIZZERI (DOC & VDP) IN VALORE NEL 2022



26% Vendita diretta

16% HoReCa

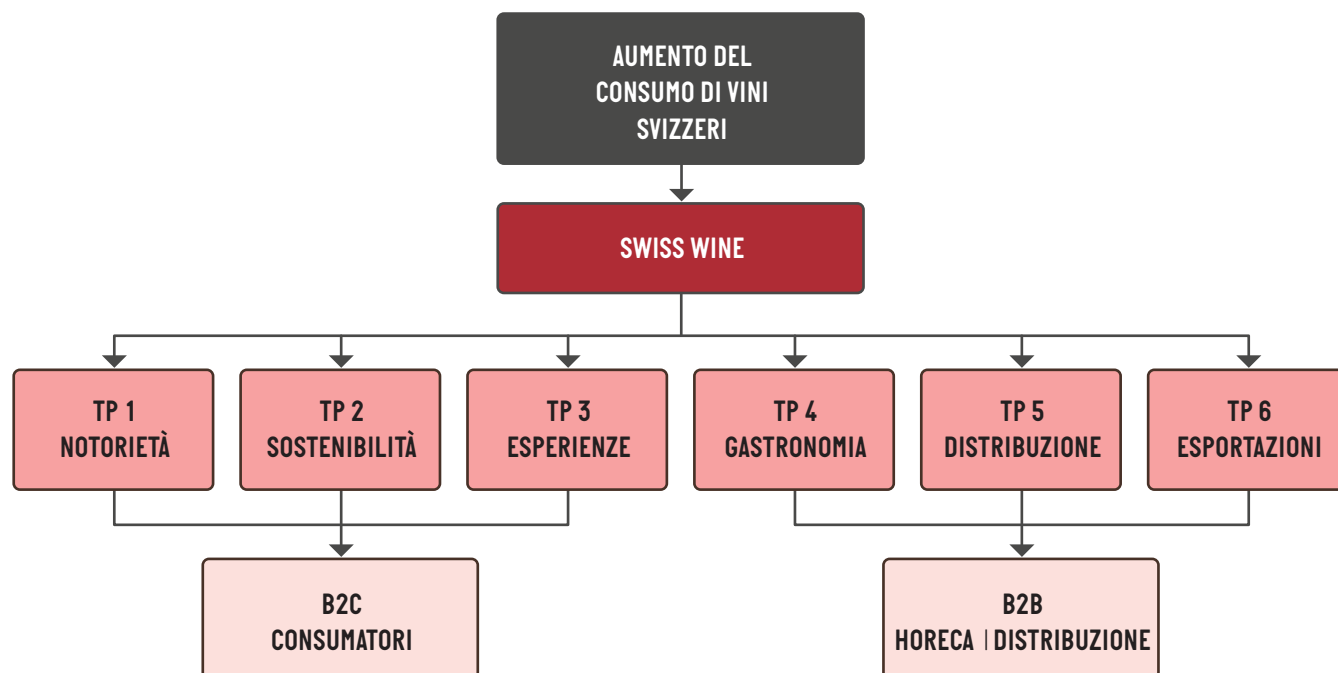
47% Rivenditori-distributori

11% Commercio

Fonte: Rapporto annuale OSMV 2022

Obiettivi di efficacia

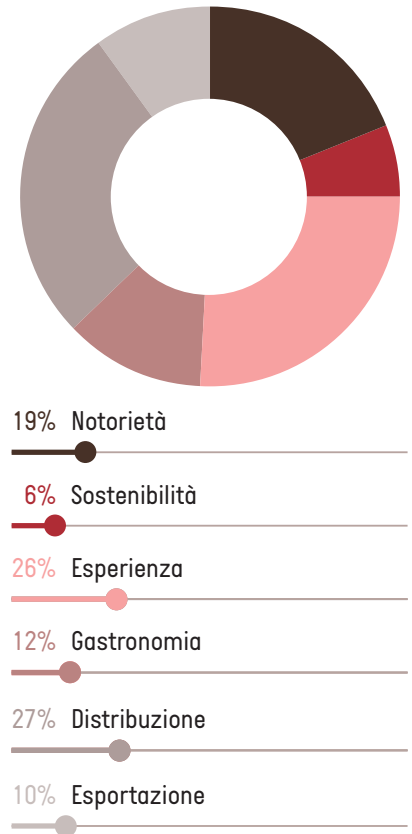
Swiss Wine Promotion (SWP) mira a rafforzare la presenza e la reputazione dei vini svizzeri per incoraggiare la preferenza spontanea dei consumatori. L'obiettivo principale di questa strategia è aumentare la quota di mercato dei vini svizzeri fino al 40%. Per raggiungere questo obiettivo, SWP si basa su una strategia a sei pilastri:



- **Notorietà:** Sviluppare il riconoscimento del marchio Swiss Wine tra i consumatori e i professionisti (gastronomia, distribuzione) attraverso campagne di comunicazione mirate, collaborazioni con ambasciatori e una presenza attiva nei concorsi nazionali e internazionali.
- **Sostenibilità:** Promuovere i vini svizzeri come una scelta responsabile, evidenziando le loro dimensioni ecologiche, economiche e sociali. Una campagna nazionale ha sottolineato la regionalità, l'impegno dei produttori e il loro know-how.
- **Esperienza:** Offri e opportunità di scoperta immersiva nel panorama dei vini svizzeri attraverso eventi, incontri con i produttori e esperienze memorabili che favoriscano una scelta spontanea per i vini locali.
- **Gastronomia:** Valorizzare i vini svizzeri nei ristoranti grazie al marchio Swiss Wine Gourmet e ad azioni mirate, in particolare durante l'estate, sviluppando nel contempo partnership con attori del settore.
- **Distribuzione:** Consolidare le relazioni con i distributori e i rivenditori per mantenere e aumentare la presenza dei vini svizzeri sul mercato.
- **Esportazione:** Aumentare la notorietà dei vini svizzeri a livello internazionale, mirando a professionisti e consumatori esperti, mettendo in evidenza la qualità e la diversità del territorio elvetico.

Grazie a questo approccio globale, SWP continua il suo impegno a raffo - zare la visibilità e l'attrattiva dei vini svizzeri sia in Svizzera che all'estero.

RIPARTIZIONE DEI MEZZI FINANZIARI PER SOTTOPROGETTO NEL 2024





3

FOCUS DELL'ANNO 2024



Nicolas Joss, Direttore SWP

UN ANNO DI CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO STRATEGICO PER SWISS WINE

Nel 2024, Swiss Wine Promotion (SWP) ha intensificato le sue azioni per rafforzare la notorietà e la valorizzazione dei vini svizzeri attorno a cinque pilastri strategici essenziali.

SWP ha lanciato campagne nazionali incisive che mettono in risalto l'autenticità e l'eccellenza del savoir-faire vitivinicolo svizzero. Una collaborazione attiva con ambasciatori e, per la prima volta, influence, ha permesso di aumentare la visibilità dei vini svizzeri sia tra i consumatori che tra i professionisti, sui media tradizionali e digitali.

La sostenibilità è stata particolarmente enfatizzata con una campagna nazionale focalizzata sull'importanza di privilegiare i vini svizzeri, mettendo in luce gli aspetti ecologici, economici e sociali della produzione vitivinicola elvetica. Inoltre, i risultati dello studio sulla sostenibilità dei vini svizzeri sono stati comunicati in collaborazione con la nostra agenzia partner, fornendo dati concreti per supportare il posizionamento sostenibile dei vini svizzeri.

L'enoturismo ha beneficiato di una particolare attenzione con l'evento di punta «Nel cuore della vendemmia», che ha attratto più di 650 partecipanti e coinvolto oltre 30 aziende vitivinicole in tutta la Svizzera. Altri partenariati strategici come Wyschiff, Vinea, Swiss Wine Festival, Swiss Wine Tasting, Lâche-moi la grappe, Divines, Jungwinzer Schweiz, la Fondation pour la promotion du Chasselas e il Grand Prix du Vin Suisse hanno consolidato questa dinamica, favorendo la scoperta dei vini svizzeri attraverso esperienze immersive.

La gastronomia, fondamentale per la visibilità dei vini svizzeri, ha beneficiato di un impulso significativo grazie allo sviluppo del marchio Swiss Wine Gourmet e alla campagna estiva Swiss Wine Summer, consolidando la presenza dei vini elvetici nella ristorazione. Grazie al supporto di partner gastronomici rinomati, l'integrazione dei vini svizzeri nei menu dei ristoranti svizzeri si è intensificata, valorizzando ulteriormente l'offerta locale tra i consumatori.

Sul fronte dell'export, le attività internazionali sono aumentate, con una notevole espansione del concetto di Swiss Wine Week verso nuovi mercati prioritari. Questa strategia dinamica ha permesso di rafforzare il riconoscimento dei vini svizzeri tra i professionisti e gli appassionati esigenti all'estero, aumentando così le opportunità commerciali per i viticoltori svizzeri nei mercati internazionali.

Questi risultati confermano l'efficacia della strategia messa in atto nel 2024, che mira ad accrescere in modo sostenibile la presenza e l'attrattività dei vini svizzeri sia in Svizzera che all'estero.



4

NOTORIETÀ

NOTORIETÀ | SOMMARIO

Budget: CHF 3'120'000.—

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Comunicazione analogica:	14'278'000
Pagine visitate su swisswine.com:	146'800
Copertura organica Facebook:	184'255
Copertura organica Instagram:	107'260
Copertura organica TikTok:	41'440
Copertura organica LinkedIn:	130'625
Tasso di apertura media delle newsletters:	37%
Campagne di influencer marketing - impressions totali:	277'500
Swiss Wine Campus - nuovi iscritti:	5'300
Numero di campioni di vini svizzeri nei concorsi nazionali:	2'019
Numero di campioni di vini svizzeri nei concorsi internazionali:	343

COMUNICAZIONE

La promozione dei vini svizzeri, in Svizzera e a livello internazionale, si basa su un approccio multicanale: azioni sul campo, pubbliche relazioni, promozione delle vendite e comunicazione digitale.

Per raggiungere i suoi obiettivi, SWP crea contenuti multimediali, collabora con ambasciatori del marchio e li diffonde strategicamente su questi diversi canali.

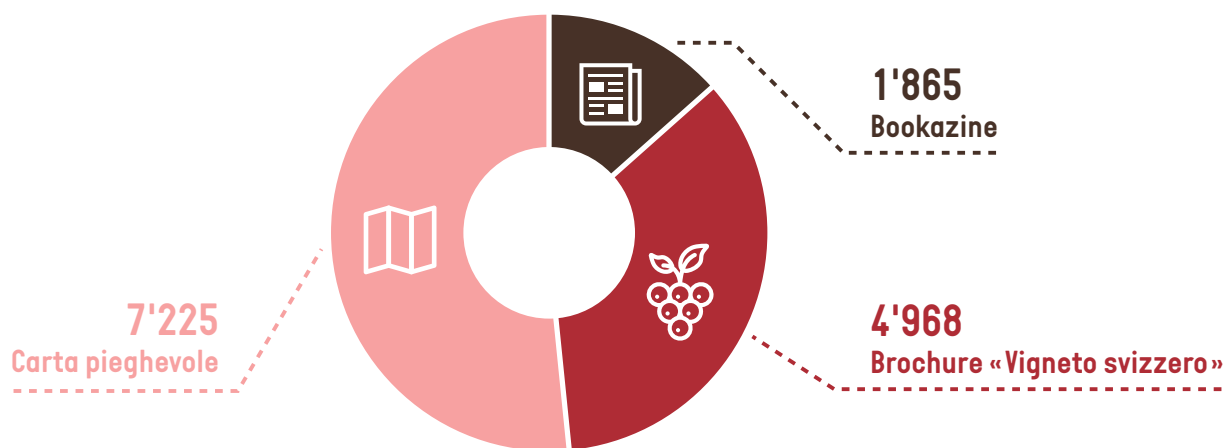
Promozione

SWP sviluppa strumenti di promozione per rafforzare il marchio Swiss Wine. I supporti tradizionali, la comunicazione digitale e la collaborazione con gli ambasciatori permettono di valorizzare la sua immagine.

SUPPORTI DI INFORMAZIONE ED EDUCAZIONE

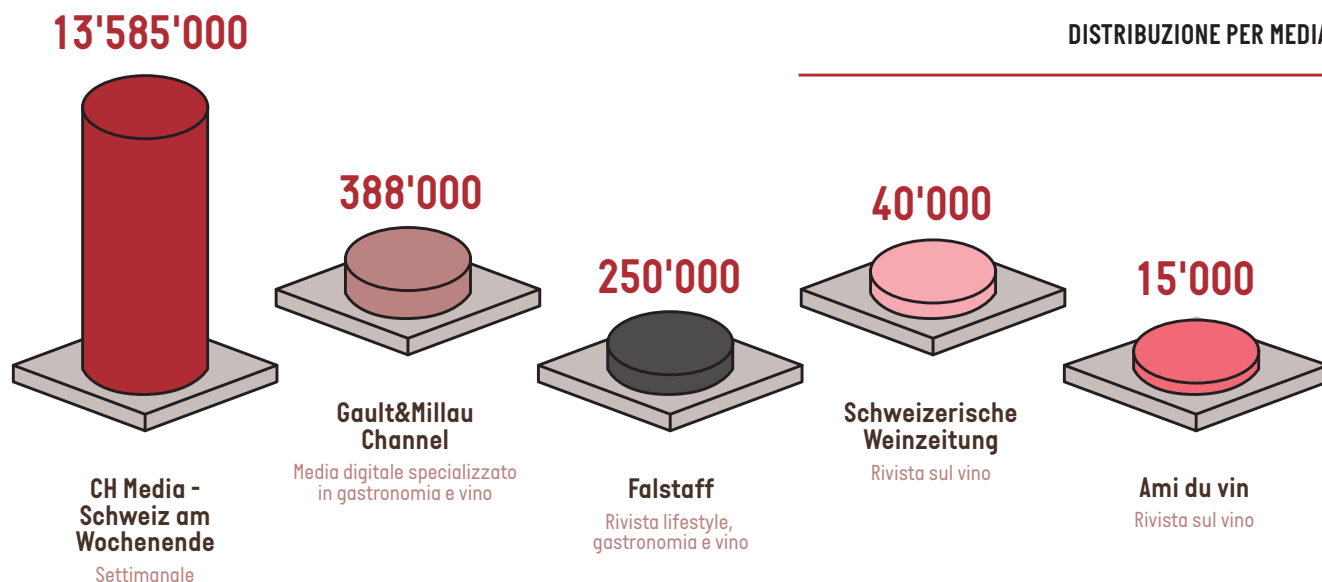
SWP produce e diffonde contenuti informativi ed educativi per promuovere Swiss Wine. Adattati ai mercati svizzeri e internazionali, questi supporti vengono regolarmente aggiornati e sono disponibili in versione stampata e digitale.

RIPARTIZIONE DEI SUPPORTI DI INFORMAZIONE



ANNUNCI E PUBLIREDAZIONALI

Gli articoli publiredazionali vengono utilizzati per mettere in evidenza una campagna specifica con un messaggio forte sui media analogici o digitali. Gli annunci vengono pubblicati su media specializzati in Svizzera e all'estero, oltre che su media rivolti al grande pubblico. SWP collabora ogni anno con diversi media nazionali.



AMBASCIATORI DEL MARCHIO

Sul mercato svizzero e sui mercati di esportazione, varie personalità di spicco sono scelte come ambasciatrici e ambasciatori dei vini svizzeri.



Chandra Kurt

Giornalista e autrice

Redazione di articoli e schede di degustazione sul vino per media svizzeri e internazionali.



Paolo Basso

Miglior sommelier del mondo 2013

Masterclass dedicate ai media francesi presso l'Ambasciata svizzera in Francia.



Yvonne Heistermann

Sommelier et Ambasciatrice del Chasselas

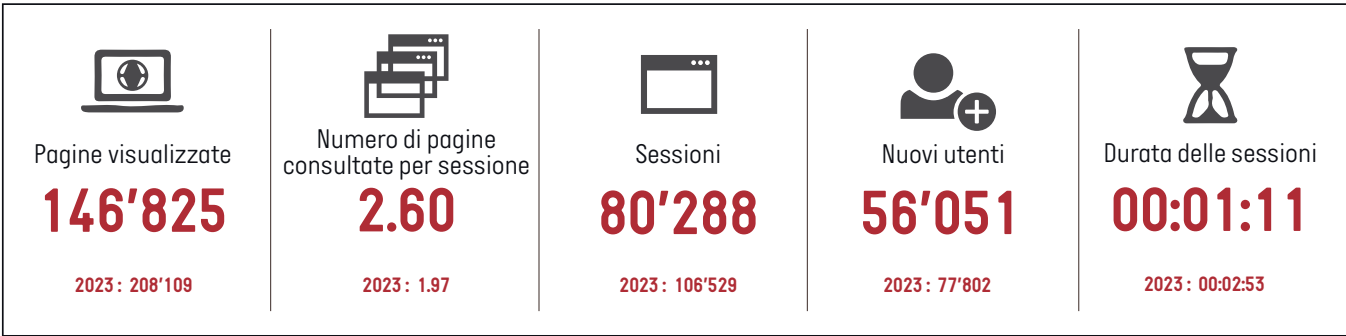
Laboratori di degustazione sui vini svizzeri nelle scuole alberghiere e nella formazione dei sommelier: 25 ateliers.

Marketing digitale

Il digitale è il mezzo essenziale per informare e interagire con i consumatori. SWP migliora continuamente i suoi strumenti digitali e sviluppa sinergie con i suoi partner.

SITO INTERNET

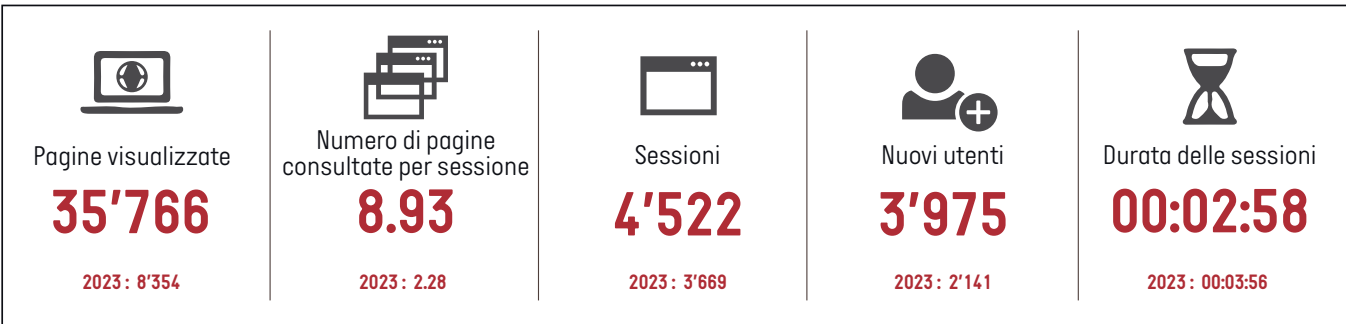
Nel 2024, è stata implementata una strategia SEO con una ristrutturazione della mappa di navigazione del sito, l'aggiornamento delle pagine esistenti e la pubblicazione regolare di nuovi articoli. Queste ottimizzazioni hanno dato i loro frutti, con un aumento del 10% del traffic organico, che ora rappresenta il 66% delle visite al sito. Gli sforzi devono essere mantenuti per raggiungere tutti gli obiettivi di performance del sito internet.



SITO INTERNET PROFESSIONALE

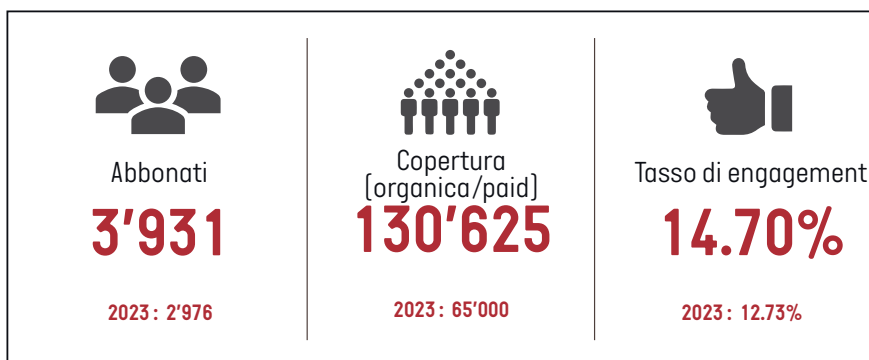
Le site internet www.pro.swisswine.com a été mis en ligne le 1^{er} juillet 2023. Cette plateforme a pour objectif de rassembler toutes les informations destinées à la branche (VignobleSuisse, IVVS, VITISWISS) et les activités SWP auxquelles les domaines viticoles peuvent participer.

Les résultats positifs démontrent la nécessité d’avoir une plateforme dédiée à la branche vitivinicole.



SOCIAL NETWORK

Da due anni, su Facebook e Instagram, SWP concentra la sua strategia sullo storytelling e sulla scoperta dei vini svizzeri tramite la gastronomia, l'enoturismo e la sostenibilità. Parallelamente, la presenza su TikTok si sviluppa progressivamente per raggiungere il grande pubblico, mentre LinkedIn viene potenziato per i professionisti del settore.

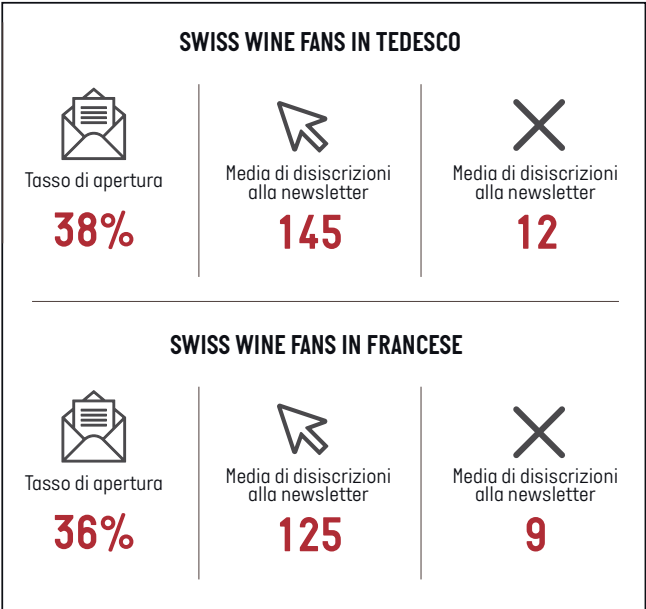
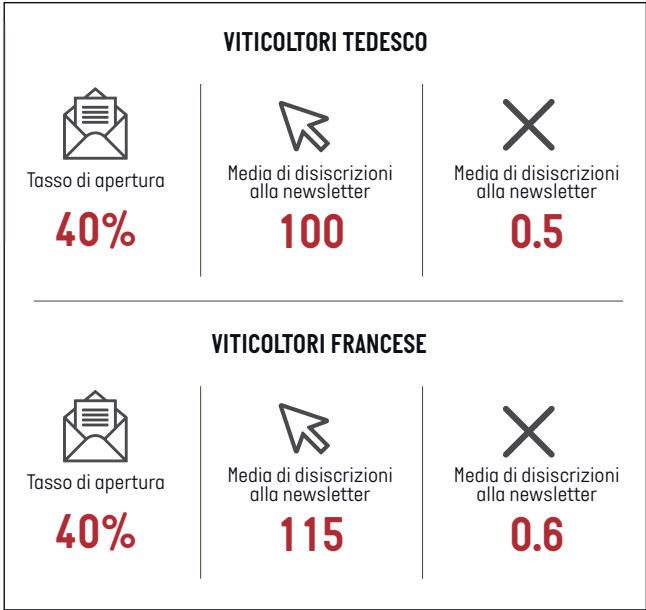


* Nel 2024 non è stata realizzata alcuna campagna META Ads su Facebook e Instagram.

NEWSLETTER

Nel 2024, sono state inviate due newsletter mensili, una alla comunità dei «Swiss Wine Fans» e l'altra ai viticoltori.

La newsletter destinata ai fan si rivolge a un ampio pubblico interessato al vino svizzero. I temi trattati sono: l'enoturismo, la gastronomia, gli eventi legati al vino svizzero e gli articoli pubblicati su www.swisswine.com. Per le viticoltrici e i viticoltori, vengono presentati i progetti di SWP, i concorsi nazionali e internazionali, nonché le comunicazioni di VignobleSuisse e IVVS.



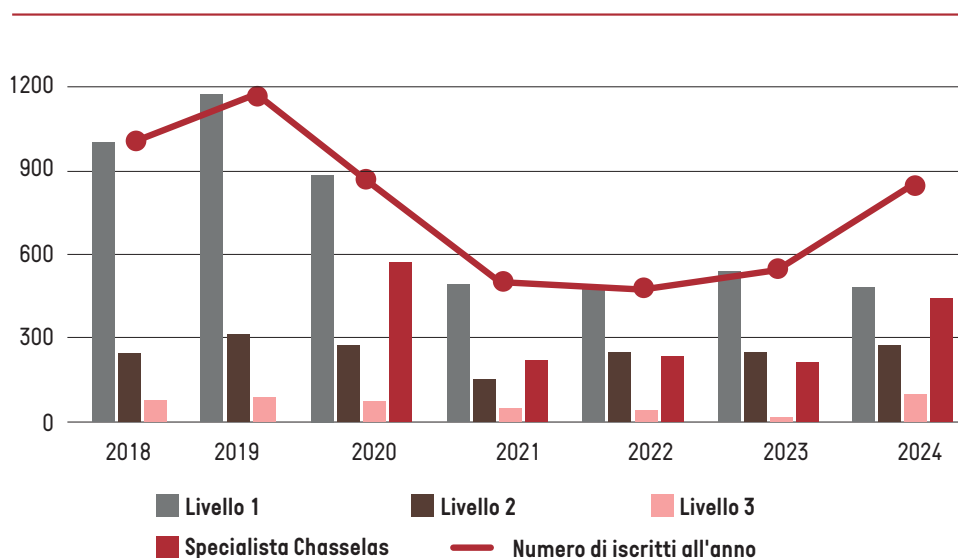
Swiss Wine Campus

Swiss Wine Campus è una formazione online dedicata ai vini svizzeri, progettata per i professionisti della ristorazione, i commercianti di vino e gli appassionati esperti.

Nel 2024, la piattaforma ha registrato **836 nuove iscrizioni**, portando il totale a **5'391 utenti** dal suo lancio nel maggio 2018. Quest'anno, **478 partecipanti** hanno ottenuto l'attestato di livello 1, **281** quello di livello 2 e **109** quello di livello 3.

L'offerta si è arricchita con l'aggiunta di **due nuovi moduli**: «**Vino biologico**» e «**Vino vaudois**», sviluppati in collaborazione con attori del settore. Questi contenuti specializzati rafforzano la visibilità del Swiss Wine Campus e rispondono a una domanda crescente di conoscenze più approfondite sulle specificità dei vini svizzeri.

EVOLUZIONE DELLA PIATTAFORMA SWISS WINE CAMPUS



Weinakademie

Nell'ambito della sua collaborazione con la Weinakademie, in collaborazione con Miriam Grischott, accademica del vino, sono stati organizzati due viaggi di studio nelle diverse regioni vinicole della Svizzera per gli studenti della Weinakademie. Il primo viaggio si è svolto dal 14 al 16 giugno nelle regioni di Ginevra, Vaud e Vallese. Il secondo viaggio ha avuto luogo dal 21 al 22 giugno nelle regioni del Ticino e dei Grigioni. L'obiettivo di questi viaggi enologici è avvicinare gli studenti al vino svizzero.



©Weinakademie

CONCORSI NAZIONALI

La notorietà e la ricchezza del terroir vitivinicolo svizzero si riflettono anche nei vari concorsi che vengono organizzati.

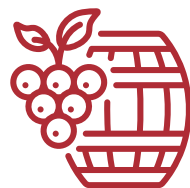


Al Mondial du Merlot, i vini ticinesi si sono particolarmente distinti
©Vinea

RISULTATI

4'968

CAMPIONI



344 Degustatori



PUBBLICAZIONI
MEDIA articoli

116

Gran Premio del vino svizzero

Più di 560 rappresentanti della scena vitivinicola svizzera, politici, media e appassionati di vino si sono riuniti il 18 ottobre al Kursaal di Berna per celebrare il 18° Grand Prix du Vin Suisse. Fatto senza precedenti nella storia del GPVS, la cantina Leukersonne a Susten, guidata da Damian e Fabienne Seewer, ha potuto difendere il suo titolo di «Cantina dell'anno». In totale, 18 dei 26 cantoni svizzeri erano rappresentati da vini, ovvero due cantoni in più rispetto al passato.



Leukersonne, cantina svizzera dell'anno 2023 e 2024
©Grand Prix du Vin Suisse

2'949

Campioni



Percentuale di
vini vincitori
di medaglie



30.8%

160 Degustatori



Mondial du Chasselas

Il Mondial du Chasselas viene organizzato ogni anno dall'Associazione per la Promozione del Chasselas (APC). Il suo scopo è promuovere, proteggere e valorizzare il vitigno in Svizzera e all'estero.

La 13ª edizione del Mondial du Chasselas si è svolta il 31 maggio e il 1° giugno ad Aigle. 92 giurati hanno degustato 740 campioni. Il concorso è stato caratterizzato da una partecipazione record di chasselas esteri (17,4%).



92 Degustatori



Mondial du Merlot & Assemblages

La 17ª edizione del Mondial international du Merlot & Assemblages si è svolta il 13 giugno a Zurigo. In questa occasione, il Ticino ha ancora una volta dimostrato il potenziale del suo vitigno principale, conquistando 23 delle 59 medaglie d'oro. In totale, 179 produttori e produttrici hanno iscritto 432 vini provenienti da 9 paesi, tra cui Francia, Italia, Moldavia, Germania, Brasile e, naturalmente, Svizzera.

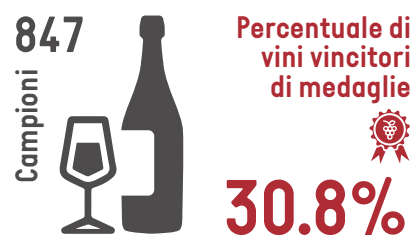


45 Degustatori



Mondial des Pinots

La cerimonia di premiazione della 27ª edizione del Mondial des Pinots si è svolta il 27 giugno a Basilea. Le medaglie assegnate dimostrano che i pinot si trovano sempre più a loro agio nei vigneti più settentrionali. 268 viticoltori e viticoltrici provenienti da 14 paesi hanno sottoposto i loro vini al giudizio della giuria. Quest'ultima ha valutato, per tre giorni, un totale di 847 vini.



47 Degustatori



CONCORSI INTERNAZIONALI

SWP rafforza la notorietà dei vini svizzeri a livello internazionale sostenendo la partecipazione delle viticoltrici e dei viticoltori a concorsi di fama. Attualmente, SWP si occupa dell'invio dei campioni per il Concours Mondial de Bruxelles, i Decanter World Wine Awards e le Sélections Mondiales des Vins Canada.

RISULTATI

343

CAMPIONI



Concours Mondial de Bruxelles

Durante la 31^a edizione del Concours Mondial de Bruxelles in Messico, la giuria ha degustato quasi 7'500 vini bianchi e rossi provenienti da 42 paesi di tutto il mondo. La Svizzera è stata ben rappresentata al concorso e ha sorpreso con un aumento dei campioni rispetto all'anno precedente: ne è risultata una medaglia Grand Or, 24 medaglie d'oro e 23 medaglie d'argento.

163

CAMPIONI



Numero di vini svizzeri premiati



47

Decanter World Wine Awards

Alla 21^a edizione dei Decanter World Wine Awards, la Svizzera ha impressionato la giuria per l'eleganza dei suoi vini. Ha ricevuto tre medaglie d'oro, una medaglia di platino e un Best in Show.

150

CAMPIONI



Numero di vini svizzeri premiati



109

Sélections Mondiales des Vins Canada

Più di 1'630 vini provenienti da 31 paesi si sono confrontati nella 31^a edizione delle Sélections Mondiales des Vins Canada.

30

CAMPIONI



Numero di vini svizzeri premiati



14



5

SOSTENIBILITÀ

SOSTENIBILITÀ | SOMMARIO

Budget: CHF 2'620'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Numero di contatti totali:	19'426'423
Copertura organica Facebook - numero di impressions:	34'974
Copertura organica Instagram - numero di impressions:	13'758
Media analogici - numero di contatti:	3'003'500
Media digitali - numero di impressions:	2'369'653
Affissioni - numero di contatti:	14'005'539

Studio sulla sostenibilità del settore vitivinicolo svizzero

La società DSS ha condotto uno studio sulla sostenibilità del settore vitivinicolo in Svizzera. L'indagine aveva l'obiettivo di mappare le prestazioni in materia di sostenibilità nelle sei regioni vitivinicole svizzere, prendendo in considerazione l'equilibrio ecologico, sociale ed economico, al fine di identificare e valutare i punti di forza e le aree di miglioramento. I risultati dello studio sono stati presentati dalla società DSS nel 2024.

Un'impronta di carbonio ridotta grazie alla produzione locale

Il consumo di vini svizzeri ha un impatto ecologico nettamente inferiore rispetto a quello dei vini importati. Un vino prodotto e consumato in Svizzera genera un'impronta di carbonio inferiore del 30-40%, grazie soprattutto alla vicinanza tra produzione e consumo. Inoltre, il 67% dell'energia utilizzata in Svizzera proviene da fonti rinnovabili, riducendo ulteriormente l'impatto ambientale del processo di vinificazione

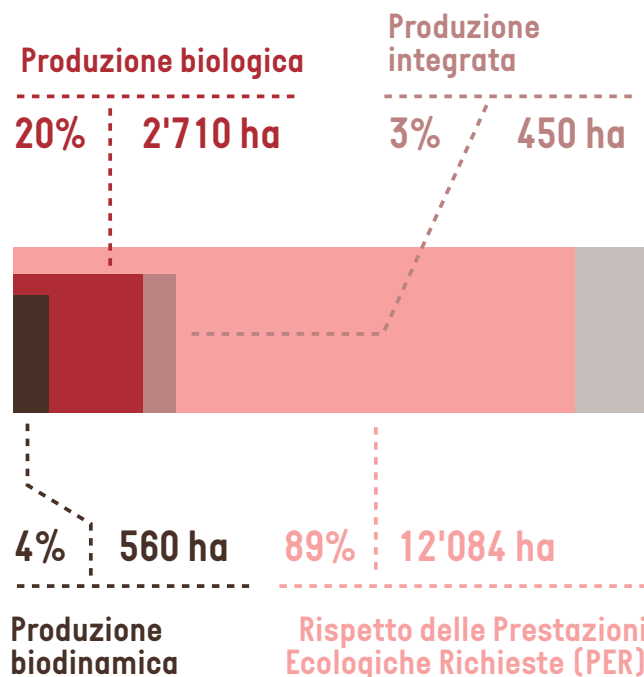
IMPRONTA CARBONIO



Pratiche agricole rispettose dell'ambiente

La viticoltura svizzera si distingue per il suo impegno a favore di un'agricoltura sostenibile. Attualmente, quasi il 90% delle superfici viticole rispetta criteri ambientali rigorosi. La viticoltura biologica e biodinamica è in forte crescita, rappresentando oggi il 20% dei vigneti svizzeri, ovvero tre volte di più rispetto al 2017.

I viticoltori svizzeri adottano inoltre pratiche che favoriscono la biodiversità: l'85% delle aziende mantiene un inerbimento tra i filari e l'89% utilizza concimi verdi per arricchire il suolo in modo naturale e proteggere l'ecosistema.



Fonte: OFAG, Bio Suisse, Demeter, IP Suisse

Una gestione responsabile degli imballaggi e del riciclaggio

La produzione e il riciclaggio del vetro rappresentano fin al 45% dell'impronta di carbonio di una bottiglia di vino. Consapevoli di questa sfida, i viticoltori svizzeri stanno innovando per ridurre il peso delle bottiglie, armonizzare i formati e incoraggiarne il riutilizzo. Grazie a questi sforzi, il 97% delle bottiglie in vetro viene riciclato, uno dei tassi più alti al mondo.

Valorizzazione dei territori e sviluppo dell'enoturismo

I vigneti svizzeri non sono soltanto terre di produzione, ma anche paesaggi culturali d'eccezione. Siti emblematici come Lavaux, inserito nel patrimonio mondiale dell'UNESCO, testimoniano il profondo legame tra l'essere umano e il proprio territorio.

Un settore impegnato nell'economia locale

La viticoltura svizzera non è solo un settore agricolo, ma anche un motore economico. Garantisce condizioni salariali eque, con retribuzioni superiori ai minimi legali e una forte presenza di impieghi stabili. Il 75% delle aziende vitivinicole offe posti a tempo pieno, contribuendo così alla trasmissione del sapere e alla continuità del settore.

Campagna di comunicazione

Secondo lo studio MIS Trends, il **38% dei consumatori** ritiene che la viticoltura svizzera sia più ecologica rispetto a quella estera. Forte di questa constatazione, **Swiss Wine Promotion** ha messo in risalto la viticoltura sostenibile con una campagna autunnale basata su tre slogan:

- «**L'alta qualità del fatto a mano**»: valorizzazione del know-how artigianale e della qualità dei vini svizzeri.
- «**A mano, con il cuore**»: omaggio alla passione delle vignaiole e dei vignaioli.
- «**Fatto a mano, fatto qui, fatto d'eccellenza**»: invito a un consumo locale e responsabile.

Gli obiettivi della campagna erano **rafforzare la notorietà** dei vini svizzeri, promuovere **un consumo locale e sostenibile**, **stimolare la preferenza spontanea** per i vini svizzeri e mettere in evidenza **il know-how delle vignaiole e dei vignaioli**.

Diffusa a livello nazionale in **tre lingue**, la campagna ha garantito una **forte visibilità** al marchio **Swiss Wine** e al messaggio del «locale e sostenibile» su diversi canali strategici.



AFFISSIONI	MEDIA ANALOGICI	MEDIA DIGITALI	SOCIAL NETWORK
14'005'539	3'003'500	2'369'653	48'732

Persone raggiunte in Svizzera: 19'426'423

A man and a woman are seen from behind, standing on a dirt path in a vineyard. They are both wearing black backpacks with a red logo. The man is wearing a black t-shirt and shorts, while the woman is wearing a white dress and a wide-brimmed straw hat. They are looking out over a scenic landscape that includes a body of water, distant mountains, and a small village. The sky is blue with scattered white clouds.

6

ESPERIENZE

ESPERIENZE | SOMMARIO

Budget: CHF 4'670'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Numero di partecipanti agli eventi:	150'000
Numero di contatti totali:	90'800'000
Comunicazione analogica - numero di contatti:	31'000'000
Comunicazione digitale - numero di contatti:	19'800'000
Affissioni - numero di contatti:	40'000'000

Lo studio sulla notorietà ha rivelato che solo il 17% delle persone intervistate considera il vino svizzero facile da scoprire, con una marcata disparità tra le regioni: la Svizzera romanda presenta una percentuale più alta rispetto al Ticino.

Di fronte a questa constatazione, il pilastro «Esperienze» mira a rafforzare l'accessibilità dei vini svizzeri attraverso la promozione di eventi dedicati. Per raggiungere questo obiettivo, Swiss Wine Promotion collabora strettamente con le regioni vitivinicole e con partner privati, al fine di offrire al pubblico sempre più occasioni per scoprire e apprezzare i vini elvetici.

RISULTATO

Numero di visitatori

1'356'118



Cantine aperte

Le cantine aperte sono gli eventi imperdibili della primavera. Nei mesi di aprile e maggio, le aziende vinicole di ogni regione aprono a turno le loro porte a curiosi e appassionati di vini svizzeri. Dal Vallese al Ticino, passando per il Canton Vaud, Ginevra, la regione dei Tre Laghi e la Svizzera tedesca, le cantine aperte riscuotono sempre un grande successo sia presso il pubblico locale che al di fuori del cantone.

NUMERO DI VISITATORI

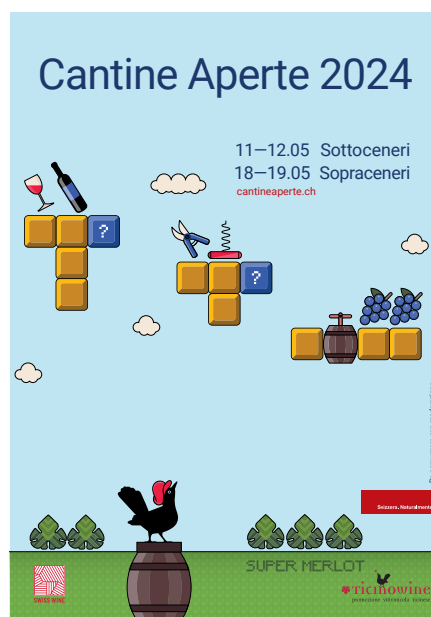
(considerate tutte le cantine aperte)

259'000



PUBBLICAZIONI MEDIA (DE) **140**

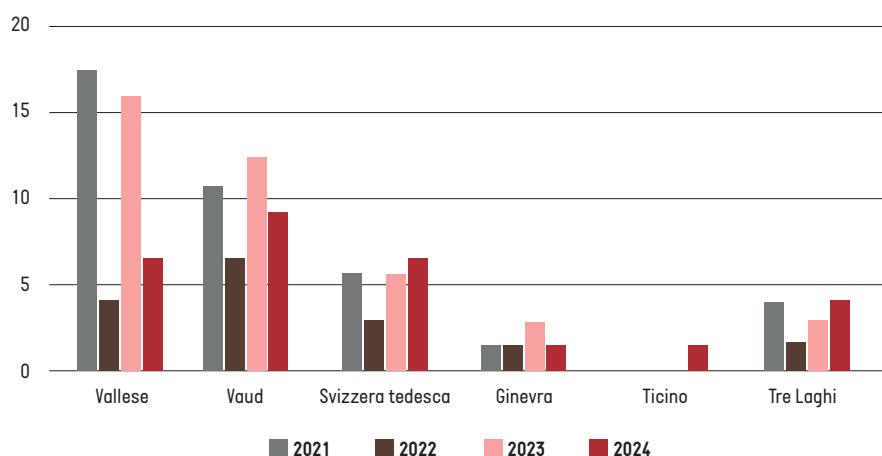
articoli della stampa (FR) **118**



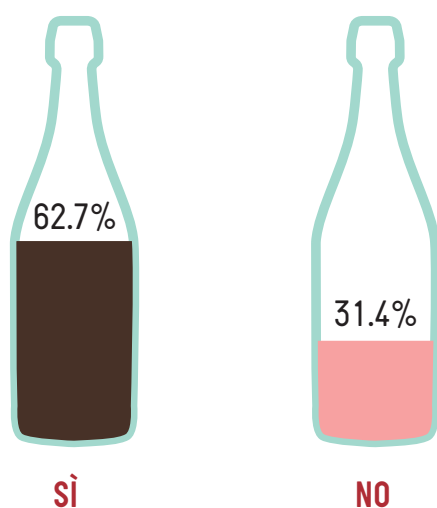
Nel cuore della vendemmia

Per la sua quarta edizione, «Nel Cuore della Vendemmia» si è svolto su due fine settimana, il 21, 22, 28 e 29 settembre. L'evento ha riunito 31 aziende vitivinicole e oltre 650 partecipanti, offrendo un'immersione unica in una fase chiave della produzione vinicola: la vendemmia. Tra momenti di iniziazione, scoperta del know-how dei vignaioli e pasti conviviali, questo evento mira a sensibilizzare il pubblico sul lavoro della vigna e a rafforzare il legame tra produttori e appassionati.

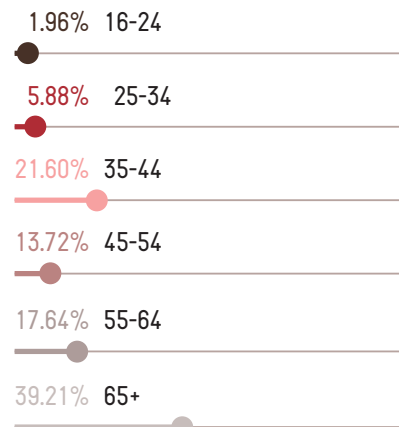
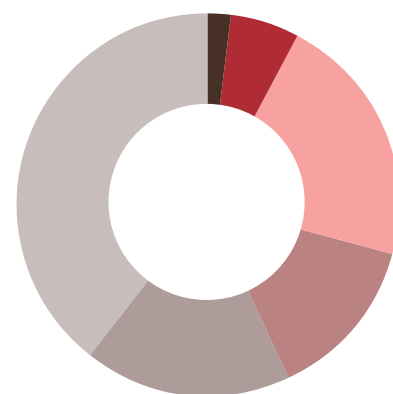
EVOLUZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DELLE AZIENDE VITIVINICOLE



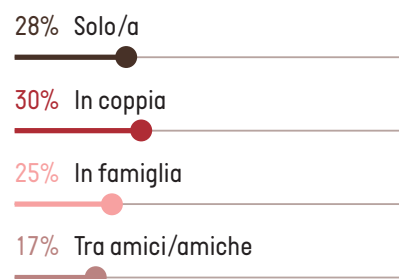
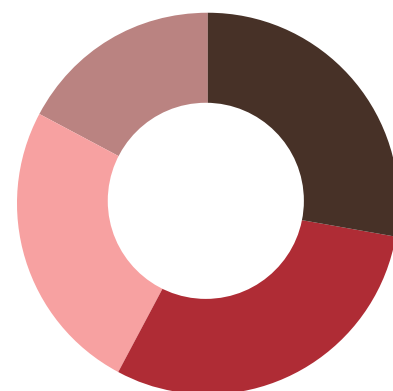
ACQUISTO DI VINO ALLA FINE DELL'EVENTO



PROFILO DEI PARTECIPANTI (ETÀ)



PROFILO DEI PARTECIPANTI (TIPO)



COMUNICAZIONE

La campagna di promozione, sviluppata dal 20 agosto al 29 settembre, ha coperto tutta la Svizzera tramite affissioni (stazioni e trasporti pubblici), media stampati e digitali (Impact Média, Blick, testate regionali), nonché pubblicazioni e annunci a pagamento sui social media.



AFFISSIONI 24'663'802	MEDIA ANALOGICI 3'748'000	MEDIA DIGITALI 10'426'224	SOCIAL NETWORK 1'121'805
Persone raggiunte in Svizzera: 39'794'962			



Nel cuore della vendemmia
©Swiss Wine Promotion



Nel cuore della vendemmia
©Swiss Wine Promotion

Svizzera Turismo

Nel 2024, SWP e Svizzera Turismo (ST) hanno rinnovato la loro collaborazione per altri tre anni, con l'obiettivo di rafforzare la promozione dell'enoturismo in Svizzera e all'estero.

In un contesto in cui i viaggiatori sono sempre più alla ricerca di esperienze autentiche, la Svizzera - con le sue sei regioni vitivinicole - si afferma come una destinazione imperdibile per gli amanti del vino. Questa partnership strategica mira a:

- **Rafforzare l'immagine del marchio** Swiss Wine e dei vini svizzeri;
- **Creare sinergie promozionali** attraverso azioni comuni;
- **Posizionare la Svizzera** come destinazione d'eccellenza per l'enoturismo.

Grazie alla competenza di SWP e alla rete di ST, la collaborazione si rivolgerà sia al mercato svizzero sia a mercati internazionali chiave, in particolare Germania, Francia, Benelux, Nord America e Giappone.



Rinnovo della partnership
©Nik Hunger

GRAPE ESCAPES

Grape Escapes è un progetto lanciato da Svizzera Turismo (ST) che raccoglie e propone agli utenti alloggi situati tra i vigneti o con vista su di essi. SWP, in qualità di partner ufficiale del progetto, beneficia di visibilità sui canali di comunicazione della campagna, sia a livello nazionale sia internazionale.



Grape Escapes
©Suisse Tourisme



MEDIA	SITO INTERNET	NEWSLETTER	SOCIAL NETWORK
20'646'72 contatti	308'000 visite	62'626 impressions	1'162'232 impressions
		35.7% tasso di apertura	54'638 interazioni

Persone raggiunte in Svizzera e all'estero: 22'179'585

ST sostiene inoltre la promozione del marchio Swiss Wine Gourmet presso il grande pubblico, dando visibilità ai ristoranti certificati sulla propria piattaforma. Inoltre, una collaborazione mediatica con Watson ha permesso la realizzazione di una serie di pubblicazioni dedicate ai vini svizzeri e alla gastronomia, tra cui un'intervista a Guy Ravet, chef del Grand Hôtel du Lac a Vevey.

Oltre alle campagne digitali, a Grape Escapes e alle iniziative legate alla Gastronomia, SWP e ST hanno collaborato anche in occasione di eventi sui mercati internazionali. Questi eventi avevano l'obiettivo di far conoscere la Svizzera e i suoi prodotti del territorio – in particolare i vini svizzeri. Diverse manifestazioni si sono svolte nei seguenti mercati:

- Francia
- Benelux
- Germania
- Stati Uniti
- Brasil
- Australia
- Singapore

Great Wine Capitals

La rete internazionale GWC, creata nel 1999, è l'unica al mondo che collega regioni vitivinicole della «Vecchia Europa» e del «Nuovo Mondo». L'obiettivo di GWC è quello di favorire gli scambi commerciali, turistici e formativi tra le sue dodici città membri: Adelaide (South Australia), Bilbao | Rioja (Spagna), Bordeaux (Francia), Cape Town | Cape Winelands (Sudafrica), Hawke's Bay (Nuova Zelanda), Losanna (Svizzera), Magonza | Rheinhessen (Germania), Mendoza (Argentina), Porto (Portogallo), San Francisco | Napa Valley (USA), Valparaíso | Casablanca Valley (Cile) e Verona (Italia).

La rete GWC mira a offrire e ai visitatori esperienze enoturistiche memorabili e sostiene le città e i loro vigneti nella valorizzazione della propria cultura, del patrimonio e del territorio. Dal 2018, è la Città di Losanna a rappresentare l'intero vigneto elvetico all'interno di questa prestigiosa rete.



Le «Agriesperienze» hanno vinto il premio «Global Best Of Wine Tourism».
©Swiss Wine Promotion

Best Of Wine Tourism

La rete delle Great Wine Capitals si è riunita a Verona nel 2024 per il suo incontro annuale e per l'annuncio dei Global Best Of Wine Tourism Awards 2025. Durante la cerimonia sono state premiate le migliori esperienze enoturistiche a livello mondiale.

Tra i finali ti svizzeri, il progetto «Le Agriesperienze» del Ticino ha ricevuto un premio Global Best Of Wine Tourism, venendo così riconosciuto come la migliore esperienza enoturistica della Svizzera.

Ogni capitale del network aveva precedentemente organizzato un concorso regionale, assegnando il premio «Regional Best Of Wine Tourism» in diverse categorie:

- **Architettura/paesaggio:** Cantine del del Castello di Auvernier (NE)
- **Arte/cultura:** Humus & Wine (VD)
- **Innovazione:** Nuit des Capites (VD)
- **Ambiente:** Le Agriesperienze (TI)
- **Gastronomia/hotellerie:** De la Vigne à la Montagne (VD)
- **Servizi/organizzazione:** Sion Wine Bus (VS)
- **Artigianato:** Domaine Vitis Musicalis (VD)
- **Premio d'onore:** Weinweg Weinfeldten (TG)

NUMERO DI ISCRIZIONI

2021
43

2022
41

2023
47

2024
53



Regional Best Of Wine Tourism 2025
©Swiss Wine Promotion

Eventi partner

Gli eventi che mettono in risalto i vini svizzeri sono sostenuti da SWP al fine di garantire visibilità e notorietà presso i pubblici target dell'organizzazione.

NUMERO DI VISITATORI
(sommando tutti gli eventi dei partner)

45'000



**MONDIAL
DU CHASSELAS**

Gutedel • Fendant





7

GASTRONOMIA

GASTRONOMIA | SOMMARIO

Budget: CHF 2'820'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Numero di contatti totali:	64'234'951
Visualizzazioni su swisswinegourmet.ch :	72'000
Ristoranti con label Swiss Wine Gourmet:	1'303 [+22%]
Comunicazione analogica - numero di contatti:	2'719'000
Comunicazione digitale - numero di contatti:	9'810'000
Affissioni - numero di contatti:	51'710

Swiss Wine Gourmet

La gastronomia svolge un ruolo chiave nella commercializzazione dei vini svizzeri, rappresentando il **10% delle vendite** secondo lo studio OSMV 2023. Inoltre, il 41% dei consumatori dichiara di bere vino svizzero al ristorante, di cui il **12% in modo predominante o esclusivo** (SwissMilk, 2023).

In risposta a queste tendenze, SWP ha rafforzato le proprie attività nel 2024, in particolare con l'espansione del marchio **Swiss Wine Gourmet**, la campagna estiva **Swiss Wine Summer** e vari partenariati strategici.

LABEL SWISS WINE GOURMET

Il marchio Swiss Wine Gourmet segnala i ristoranti che propongono una buona, o addirittura eccellente, selezione di vini svizzeri nella propria carta dei vini. I ristoranti vengono inseriti gratuitamente sul sito [swisswinegourmet.ch](https://www.swisswinegourmet.ch) se soddisfano i seguenti criteri:

- offrire e tutto l'anno almeno due vini svizzeri al bicchiere;
- avere almeno cinque vini svizzeri sulla propria carta.

Se il ristorante soddisfa questi requisiti, gli viene assegnata una certificazione basata sul numero di vini in carta:



UNO BICCHIERE
Selezione di vini svizzeri

25% di vini svizzeri o almeno 10 vini svizzeri presenti nella carta dei vini



DUE BICCHIERI
Ottima selezione di vini svizzeri

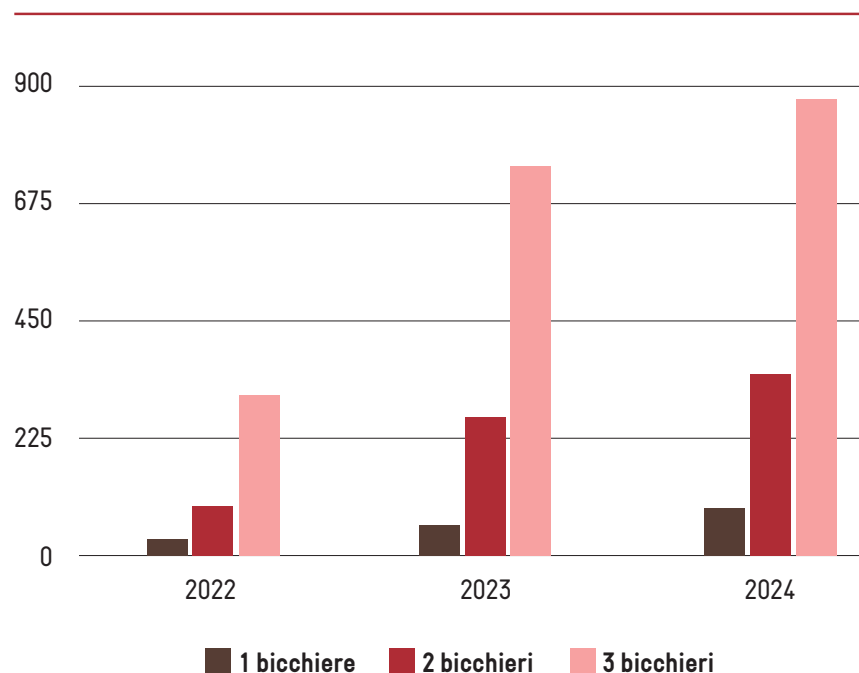
50% di vini svizzeri o almeno 15 vini svizzeri presenti nella carta dei vini



TRE BICCHIERI
Eccellente selezione di vini svizzeri

oltre il 75% di vini svizzeri o almeno 30 vini svizzeri presenti nella carta dei vini

NUMERO DI RISTORANTI ISCRITTI



RISULTATO
+ 22%



SWISS WINE SUMMER

Sotto lo slogan «Quest'estate, gusta la Svizzera», Swiss Wine Promotion ha condotto la quinta edizione della sua campagna estiva dal 14 giugno al 15 agosto. L'immersione nelle diverse regioni vitivinicole ha incoraggiato i consumatori a (ri)scoprire i vini svizzeri nei ristoranti certificati Swiss Wine Gourmet, direttamente presso i viticoltori o partecipando ad attività enoturistiche.

Per i consumatori, vi era la possibilità di partecipare a un concorso semplicemente scansionando un QR code. I premi in palio erano: 1x buono Swiss Wine Tour del valore di CHF 1'000.-, 3x bottiglie Magnum, 5x zaini aperitivo. Il concorso ha registrato oltre 5'300 partecipanti.

Per i ristoratori partecipanti a Swiss Wine Gourmet, l'iniziativa si presentava sotto forma di buono d'acquisto: per ogni acquisto di CHF 1'000.- in vini svizzeri, veniva offer o un buono del valore di CHF 200.- da utilizzare su un successivo ordine di vino svizzero.

RISULTATI

BUDGET
STANZIATO 265'000.-

BUONI
UTILIZZATI 1'325

Vendite minime
generate grazie
ai buoni



1 Milione



Swiss Wine Summer
©Swiss Wine Promotion

COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione della campagna Swiss Wine Summer si è concentrata su affissioni, media analogici e digitali nonché sui social media. La campagna si è svolta dal 15 giugno al 31 agosto su tutto il territorio svizzero.

Le pubblicazioni sui media analogici e digitali sono apparse nei titoli del gruppo Impact Média, su Blick e in altri media regionali o specializzati. I principali spazi di affissione si trovavano nelle stazioni ferroviarie e nei trasporti pubblici.

Sui **social media**, la campagna è stata rafforzata da pubblicazioni settimanali che mettevano in luce **ristoratori, viticoltori, viticoltrici e attività enoturistiche** nelle sei regioni vitivinicole della Svizzera, attraverso interviste e video immersivi.



AFFISSIONI	MEDIA ANALOGICI	MEDIA DIGITALI	SOCIAL NETWORK
51'708'584	2'719'000	9'321'957	485'410
Persone raggiunte in Svizzera: 64'234'951			

Partner

FONDATION POUR LA PROMOTION DU GOÛT – LA SEMAINE DU GOÛT

Ogni anno, la Fondazione per la Promozione del Gusto celebra una città o una regione svizzera. Nel quadro di questa collaborazione, SWP presenta i vini della regione scelta, durante il gala della Settimana del Gusto. Per l'edizione 2024, i riflettori erano puntati sul Valposchiavo. Gli ambasciatori della Settimana del Gusto Svizzera 2024 sono stati i vignaioli e castellani di Reichenau, Gian-Battista e Johann-Baptista von Tschanner, padre e figlio



Gian-Battista e Johann-Baptista von Tschanner, padrini della Settimana del Gusto 2024
©Fondation pour la promotion du goût

GAULT&MILLAU – MIGLIOR SOMMELIER

La collaborazione con Gault&Millau mira a sensibilizzare i ristoranti sull'eccellente qualità e la diversità dei vini svizzeri, offrendo al contempo a produttrici e produttori nuove opportunità di sviluppare canali di vendita nel settore della ristorazione.

In questo contesto, SWP, in collaborazione con Gault&Millau, ha conferito il 30 settembre il premio «Sommelier dell'anno 2025» a Fabian Mennel, del ristorante Schäfli a Wigoltingen.



Sommelier dell'anno 2025 secondo Gault&Millau
©Gault&Millau Suisse

BOCUSE D'OR

Per il quinto anno consecutivo, SWP è partner dell'Académie du Bocuse d'Or. Questo partenariato garantisce a SWP visibilità durante i concorsi nazionali, europei e mondiali, con l'obiettivo di rafforzare i legami tra gastronomia e vini svizzeri nel mondo professionale. Durante tutte le attività dell'Accademia del Bocuse d'Or, i vini svizzeri occupano un posto d'onore.

Nel 2024, Euloge Malonga, insieme alla commis Fiona Wittwer e a Christoph Hunziker, ha partecipato al Bocuse d'Or Europa a Trondheim (Norvegia), classificandosi al 13° posto.



La squadra svizzera al Bocuse d'Or Europe a Trondheim in Norvegia
©Bocuse d'Or

MICHELIN – MICHELIN SOMMELIER AWARD

Il 21 ottobre, la Guida Michelin ha presentato la sua nuova selezione di ristoranti stellati. Durante questa cerimonia, Swiss Wine Promotion ha consegnato il «Michelin Sommelier Award» a Loris Lenzo, sommelier del ristorante Einstein Gourmet a San Gallo.



Loris Lenzo, Michelin Sommelier Award 2025 secondo Michelin
©Michelin Guide



8

DISTRIBUZIONE

DISTRIBUZIONE | SOMMARIO

Budget: CHF CHF 4'422'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Numero di contatti nella grande distribuzione: _____ 30'000'000

Numero di contatti tra i rivenditori: _____ 345'000

Oltre il 50% dei consumatori acquista regolarmente il vino personalmente. L'atto d'acquisto avviene principalmente nella grande distribuzione (50%), negozi specializzati (18%) et direttamente dai produttori (20%)*. Per questo motivo, il pilastro della distribuzione riveste un ruolo centrale nella strategia di SWP.

Grande distribuzione

Da alcuni anni, SWP può contare su solide collaborazioni con i principali attori della grande distribuzione in Svizzera, tra cui Coop, Denner, Manor, Lidl, Aldi Suisse, Spar, Top CC, Flaschenpost Services AG e Mövenpick Vins.

Nel 2024, le operazioni standard sono state sviluppate come segue:



- Inserto speciale sui vini svizzeri
- Campagna digitale in collaborazione con FOoby
- Distribuzione della « Guida dei vini svizzeri » nei POS



- Due booklets sui vini svizzeri
- Inserzioni sul giornale Denner
- Newsletter focus sui vini svizzeri durante la vendemmia



- Inserzioni nei cataloghi
- Inserto speciale
- Stopper Swiss Wine nei frigoriferi



- Segnapagina Swiss Wine nel catalogo Gastronomia
- Una campagna « Vino svizzero » il primo agosto
- Visibilità digitale et nei POS
- Newsletter speciale sui vini svizzeri

* MIS Trends 2024

 • Banner con la campagna «Swiss Wine – Solo per te» nei settimanali	 • Due reportage nella rivista Spar • Degustazioni nei POS • Due camion di consegna brandizzati Swiss Wine	 • Inserzioni nella rivista • Banner digitali sul sito internet	 • Pagina sui vini svizzeri • Newsletter tematica • Pubblicazioni sui social network
---	---	--	---

Rivenditori

LE SETTIMANE DEI VINI SVIZZERI

Dal 1° settembre al 30 novembre si sono svolte le Settimane dei Vini Svizzeri – Solo per te.

L'obiettivo era sostenere i rivenditori nella promozione dei vini svizzeri e nel rafforzare il legame tra la clientela e i crus elvetici.

L'iniziativa era aperta a tutti i rivenditori che soddisfacevano le condizioni predefinite

- Impegno per almeno due settimane
- Presenza nell'assortimento di almeno tre regioni vitivinicole e 15 referenze di vini svizzeri

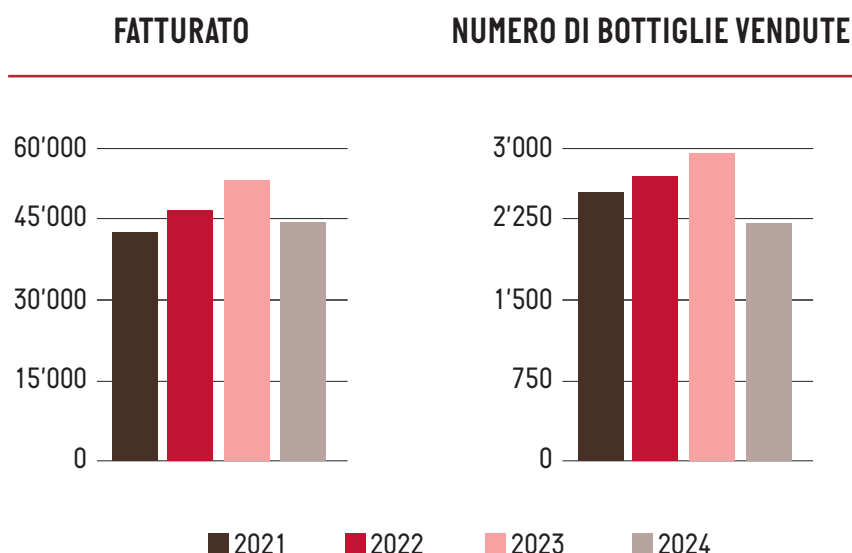


LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Dopo due anni di apertura di un pop-up store nei pressi del Duty Free dell'aeroporto di Ginevra, SWP, in partenariato con Lagardère Travel Retail, ha occupato per la seconda volta lo spazio Bar all'interno del Duty Free, dal 30 aprile al 27 maggio. Questa postazione ha rappresentato un valore aggiunto per esporre i vini dei diversi produttori e farli degustare. È stata presentata una selezione esclusiva di crus elvetiche provenienti da quattro regioni: Vallese, Vaud, Ginevra e Svizzera tedesca.

Alcuni produttori erano presenti sul posto per presentare le proprie etichette e proporre degustazioni nello spazio Bar.

SWP rileva un generale calo delle vendite, delle bottiglie vendute e della spesa media, che ammonta a CHF 21,50.



Evoluzione dell'impatto dell'azione in collaborazione con Lagardère Travel Retail dal 2021 al 2024.

Fonte: Lagardère Travel Retail



Stand Swiss Wine all'aeroporto di Ginevra
©Swiss Wine Promotion

A photograph of a wine tasting event. In the foreground, a man on the left is pouring wine from a bottle into a glass held by another man. The man receiving the wine is looking at the glass. In the background, other people are visible, some holding glasses and others looking on. A red banner with white text is partially visible in the background. The overall atmosphere is social and focused on wine appreciation.

9

EXPORT

EXPORT | SOMMARIO

Budget: CHF 1'775'000.–

Durée: janvier à décembre

Luogo: Mercati prioritari

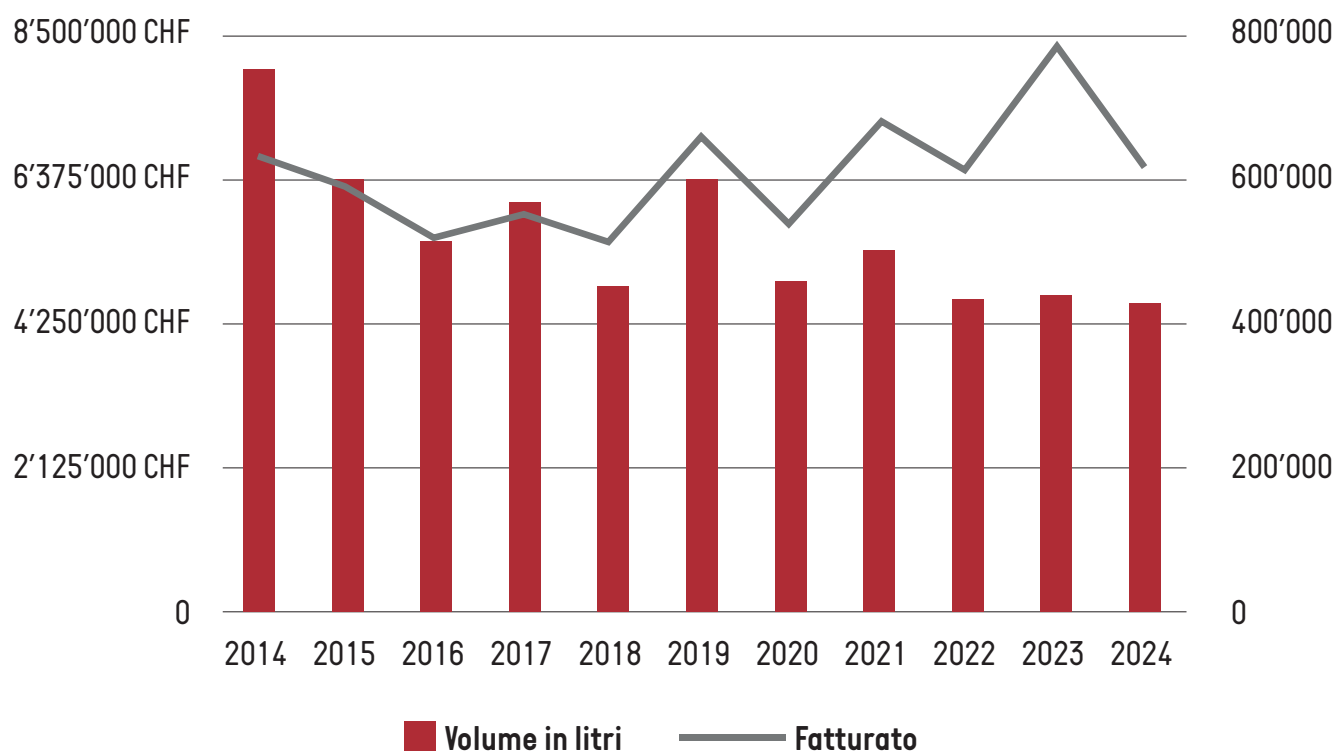
PERFORMANCE

Numero di contatti totali:	470'000
Numero di eventi sui mercati prioritari:	30
Evoluzione delle esportazioni - volume in litri:	-2.20%
Evoluzione delle esportazioni - fatturato:	-22.35%
Evoluzione del Corpo diplomatico - volume in bottiglie:	+16%
Evoluzione del Corpo diplomatico - fatturato:	+15%

Evoluzione delle esportazioni

La tabella seguente offre una panoramica della situazione della commercializzazione dei vini svizzeri all'estero.

EVOLUZIONE DELLE ESPORTAZIONI



A fine 2022 si è registrata una diminuzione del volume [-13%] e del fatturato [-9%]. Tuttavia, il prezzo al litro ha continuato a crescere [+5%]. A fine 2023, i risultati sono incoraggianti con un aumento del +21% del prezzo medio al litro, nonché una leggera crescita dei volumi esportati pari a +0,8%. Nel 2024 si rileva una diminuzione del volume [-2%] e del fatturato [-22%]. Tuttavia, gli obiettivi di prezzo al litro per i vini bianchi e rossi svizzeri esportati sono stati raggiunti.

Questi risultati confermano la strategia di SWP, che consiste nell'incoraggiare l'esportazione di crus ad alto valore aggiunto, nonché di marchi emblematici e riconosciuti nei mercati prioritari.

Anno	Volume in litri	Fatturato in CHF	Prezzo al litro
2014	754'014	6'622'140 CHF	8.78 CHF/l
2015	602'864	6'305'582 CHF	10.46 CHF/l
2016	526'674	5'574'377 CHF	10.58 CHF/l
2017	571'237	5'712'345 CHF	9.96 CHF/l
2018	447'875	5'420'636 CHF	12.10 CHF/l
2019	598'986	6'834'199 CHF	11.41 CHF/l
2020	455'624	5'607'594 CHF	12.31 CHF/l
2021	496'621	7'084'989 CHF	14.27 CHF/l
2022	430'613	6'455'943 CHF	14.99 CHF/l
2023	434'413	8'325'350 CHF	19.16 CHF/l
2024	424'831	6'463'915 CHF	15.22 CHF/l

Fonte: ASCV, Bollettino informativo - esportazione, dicembre 2024

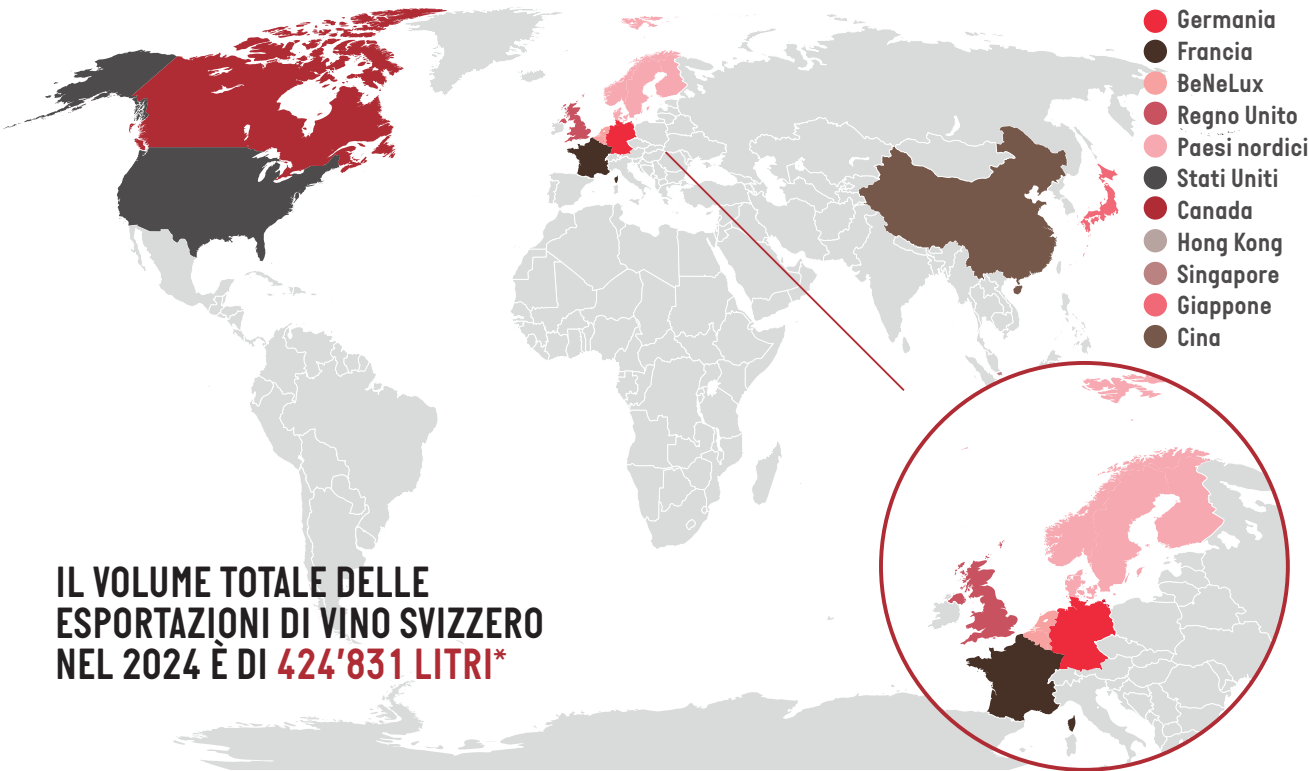
RISULTATI

PREZZO AL LITRO PER IL VINO BIANCO SVIZZERO

12.66 CHF/L

PREZZO AL LITRO PER IL VINO ROSSO SVIZZERO

20.54 CHF/L



*Fonte ASCV | dati provvisori al 31 gennaio 2025

Fiere internazionali

La visibilità dei vini svizzeri alle fiere internazionali contribuisce alla notorietà del marchio, e in particolare alla promozione dei vini svizzeri presso il mercato internazionale. In occasione di queste fiere, la presenza di SWP permette ai professionisti del settore di scoprire i crus elvetici e contribuisce ad aumentare il potenziale di vendita per i produttori presenti allo stand Swiss Wine.

INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE (IGW)

L'Internationale Grüne Woche di Berlino, che si è svolta dal 19 al 28 gennaio, è la più grande fiera internazionale dedicata all'alimentazione, all'agricoltura e all'orticoltura. Questo evento annuale riunisce espositori da tutto il mondo per presentare un'ampia gamma di prodotti alimentari, bevande e innovazioni agricole. Grazie alla collaborazione con Agro Marketing Suisse e alle sinergie con le organizzazioni promozionali del settore agricolo svizzero – tra cui Swiss Cheese Marketing, Agriturismo Svizzera e Swissmilk – la visibilità dei vini svizzeri su questo mercato risulta rafforzata.

WINE PARIS & VINEXPO À PARIS

Dal 12 al 14 febbraio, SWP ha partecipato per la seconda volta a Wine Paris & Vinexpo. Erano presenti 12 aziende vitivinicole con la presentazione di 90 vini, nonché l'Associazione per la promozione del Chasselas.

- Albert Mathier & Fils SA
- Castello di Cantone
- Cave de la Côte
- Cave des Amandiers
- Caves du Château d'Auvernier
- Domaine Jean-René Germanier SA
- Les Frères Dutruy
- Matasci Fratelli SA
- Vinattieri Ticino SA
- Vini Delea Angelo SA
- Vinigma Sàrl
- Wine By Jet

RISULTATI

90



Produttori
vitivinicoli
presenti

12



Vini svizzeri
disponibili per
la degustazione

NUMERO DI VISITATORI

41'251



Roberto Balzaretti, Ambasciatore svizzero in Francia, Nicolas Joss, direttore di Swiss Wine, e il team di Swiss Wine, da sinistra a destra: Fiona Vaucher, Sidonie Gerber, Jasmin Schmid, Océane Gex, Nuria Marcantonio, Marine Bréhonnet
© Swiss Wine Promotion

PROWEIN

Il salone internazionale dei vini e degli alcolici di Düsseldorf, in Germania, si è svolto dal 10 al 12 marzo. A questo salone erano rappresentate tredici aziende vitivinicole:

- Albert Mathier & Söhne AG
- Bonvin 1858
- Association interprofessionnelle du vin de Suisse alémanique
- Castello di Cantone - Vecchia Masseria
- Caves du Château d'Auvernier
- Domaine Jean-René Germanier SA
- La Cave de la Côte
- Le Vin de l'A
- Cave du Rötiberg
- Schenk Suisse S.A.
- Vini Delea Angelo SA
- Vinigma Sàrl
- Wine by JET

Inoltre, sono state organizzate sette masterclass, che hanno riscosso un grande successo con oltre 200 partecipanti.



Stand Swiss Wine alla fiera ProWein di Düsseldorf
© Swiss Wine Promotion

RISULTATI

100

Produttori
viticicoli
presenti

13



Vini svizzeri
disponibili per
la degustazione

NUMERO DI VISITATORI

38'000



Attività internazionali

Germania

SWISS WINE WEEK BERLINO E AMBURGO

La Swiss Wine Week in Germania è stata organizzata in collaborazione con l'agenzia ff.k. Si è tenuta nell'ottobre 2024 a Berlino e Amburgo. Per un mese, otto ristoranti e rivenditori hanno promosso i vini svizzeri.



Swiss Wine Week Berlino e Amburgo
©Yvonne Heistermann



NEWSLETTER
6'500
contatti

COLLABORAZIONI MEDIA
112'300
impressions

MEDIA DIGITALI
208'500
impressions

Numero totale di persone raggiunte: 327'300

Benelux

SWISS WINE WEEK BELGIO

Dal 15 al 25 febbraio, SWP ha organizzato la prima edizione della Swiss Wine Week Belgio, con l'obiettivo di promuovere i vini svizzeri nel mercato del Benelux (Belgio, Paesi Bassi, Lussemburgo). Durante questi dieci giorni all'insegna della gastronomia, dieci ristoranti belgi hanno messo in risalto i vini svizzeri. È stata inoltre organizzata una masterclass presso l'Ambasciata di Svizzera in Belgio, condotta da Xavier Faber, miglior sommelier del Belgio nel 2000, che ha presentato 20 referenze.



Swiss Wine Week Belgio
©Svizzera Turismo

Francia

CITÉ DU VIN DE BORDEAUX

La Cité du Vin di Bordeaux, promossa dalla Fondazione per la Cultura e le Civiltà del Vino, propone un'ampia selezione di vini provenienti da tutto il mondo. Nel 2023, SWP ha rinnovato la selezione dei vini svizzeri presentati all'interno del museo: per il 2024, sono presenti 55 referenze.

Sono stati organizzati due afterwork, condotti da Nicolas Joss, con la partecipazione di oltre 45 persone.

EVENTO AL CONSOLATO SVIZZERO DI LIONE

Durante un afterwork organizzato in collaborazione con Svizzera Turismo e il Consolato di Svizzera a Lione, una quarantina di ospiti ha avuto l'occasione di degustare una selezione di vini svizzeri accompagnati da piatti tradizionali della cucina svizzera. È stata una serata conviviale e stimolante, che ha celebrato la ricchezza e la diversità del territorio svizzero.



Evento al Consolato Svizzero di Lione
©DFAE

DEGUSTAZIONE E MASTERCLASS ALL'AMBASCIATA SVIZZERA IN FRANCIA

Il 12 febbraio si è tenuta una masterclass condotta da Marc Almert, miglior sommelier del mondo 2019, presso la residenza dell'Ambasciatore Roberto Balzaretti. In quest'occasione è stata organizzata una degustazione di oltre 35 etichette, tra cui annate storiche di Chasselas. Per questo evento, il Domaine Grand'Cour si è unito alle aziende presenti a Wine Paris & Vinexpo. All'evento hanno partecipato oltre 100 invitati.



Degustazione e masterclass all'Ambasciata Svizzera in Francia
©Swiss Wine Promotion

DEGUSTAZIONI PUBBLICHE

Il 13 febbraio, SWP e Svizzera Turismo hanno presentato la Svizzera durante un evento afterwork presso il Paris Marriott Opéra Ambassador. Il tema della serata: Alla scoperta dei vini svizzeri. Durante l'evento, oltre 100 persone hanno scoperto il Paese di Heidi attraverso il turismo, la gastronomia e il vino.



Degustazioni pubbliche
© Svizzera Turismo

GIOCHI OLIMPICI E PARALIMPICI 2024 A PARIGI

Dal 26 luglio all'11 agosto e dal 26 agosto all'11 settembre, in occasione dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Parigi, l'Ambasciata di Svizzera ha ospitato la Maison Suisse. Per l'occasione è stata proposta un'esclusiva selezione di vini svizzeri, con nove crus. Sono state vendute oltre 1'600 bottiglie. Durante questo periodo si sono svolti 91 eventi pubblici e privati, sono state celebrate 29 medaglie e la Maison Suisse ha accolto 61'954 visitatori.



Casa Svizzera ai Giochi Olimpici 2024 di Parigi
© Présence Suisse

BHV LE MARAIS

Dal 6 novembre al 31 dicembre, nell'ambito della campagna invernale «à l'heure de Noël», i vini svizzeri sono stati protagonisti presso il grande magazzino BHV Le Marais. Durante questo periodo, i vini di sette aziende vitivinicole erano in vendita in due spazi dedicati: l'Agora e la vinoteca.



Presenza dei vini svizzeri al BHV Le Marais
© Swiss Wine Promotion

Italia

MILANO WINE WEEK

Durante la Milano Wine Week 2024, in collaborazione con Swiss Business Hub, è stata organizzata una degustazione di vini svizzeri condotta da Paolo Basso, miglior sommelier del mondo 2013.



Milano Wine Week
©Swiss Business Hub

Regno Unito

SWISS WINE WEEK REGNO UNITO

La prima edizione della Swiss Wine Week nel Regno Unito si è svolta dal 16 al 22 novembre a Londra, in collaborazione con diversi partner: l'Ambasciata di Svizzera a Londra, Svizzera Turismo, The Institute of Masters of Wine, The Wine and Spirit Education Trust, Decanter, Hedonism Wines, The Samples, 67 Pall Mall e Fitting Wines. Sono stati organizzati otto eventi con i partner, che hanno accolto oltre 290 persone.



Swiss Wine Week Regno Unito
© Tom Bradley

Stati Uniti

SWISS WINE WEEK - NEW YORK CITY

Per il terzo anno consecutivo, i vini svizzeri sono stati protagonisti a New York nel mese di giugno. Per far conoscere al grande pubblico la diversità dei vini svizzeri, durante una settimana si sono svolti diversi eventi, tra cui un evento di lancio presso il Lavaux Wine Bar, una cena con presentazione dei vini svizzeri e una degustazione esclusiva.



Swiss Wine Week a New York City
© Swiss Wine Promotion

Canada

SWISSGRAPES

In collaborazione con SwissGrapes, i vini svizzeri sono stati presentati al salone Raspipav (raggruppamento delle agenzie specializzate nella promozione delle importazioni private di alcolici e vini) a Montréal nei mesi di marzo e ottobre. Inoltre, SwissGrapes ha avviato una collaborazione con Svizzera Turismo per la fornitura di vini svizzeri in occasione di vari eventi. Questo partenariato si è concretizzato con la presenza dei vini svizzeri al Time Out Market nel mese di aprile e in occasione del lancio della linea diretta Zurigo-Toronto della compagnia Swiss, sempre ad aprile. Infine, i vini svizzeri sono stati protagonisti anche in diversi eventi gastronomici, dove sono stati integrati con successo nelle proposte culinarie.

Asia

CINA

Dal 2021, SWP ha affidato a Swiss Centers China (SCC) lo sviluppo della presenza dei vini svizzeri in Cina. La collaborazione permette di aumentare ogni anno la visibilità degli account SWP su Weibo e WeChat.



WeChat



Abbonati

851

2023: 585

2022: 377



Copertura

1'627

2023: 2'946

2022: 2'945



Tasso di engagement

9%

2023: 5%

2022: 4%



Numero di pubblicazioni

48

2023: 42

2022: 20



Weibo



Abbonati

100

2023: 85

2022: 57



Copertura

81'020

2023: 340'585

2022: 83'696



Tasso di engagement

1%

2023: 1%

2022: 1%



Numero di pubblicazioni

50

2023: 42

2022: 20

CIIE 2024

Per il 4° anno consecutivo, SWP ha partecipato allo stand degli Swiss Centers in occasione della China International Import Expo (CIIE), che si è tenuta dal 5 al 10 novembre a Shanghai. Lo stand collettivo ha ospitato 75 espositori svizzeri, presentando beni di consumo di alta qualità, prodotti alimentari e agricoli, oltre a una selezione di vini svizzeri grazie alla presenza di diversi importatori. Il salone ha accolto oltre 850'000 visitatori.

Durante questa edizione, SCC ha avuto l'onore di accogliere l'Ambasciatore Jürg Burri e il Console Sacha Bachmann.



CIIE 2024
@Swiss Centers China

SINGAPORE

Nel 2024 si è svolta la prima edizione della Swiss Wine Week Singapore, dal 4 al 13 ottobre. Nel corso di una settimana, sono stati organizzati nove eventi in collaborazione con l'Ambasciata di Svizzera a Singapore, Svizzera Turismo, Wine Circle, Kempinski, SwissCham e Swissness Wine. Sono stati rappresentati 14 domini vitivinicoli, di cui tre presenti sul posto, con oltre 450 partecipanti e più di 300 bottiglie vendute durante gli eventi.



Swiss Wine Week Singapore
@Benjamin Chia | @Decanter

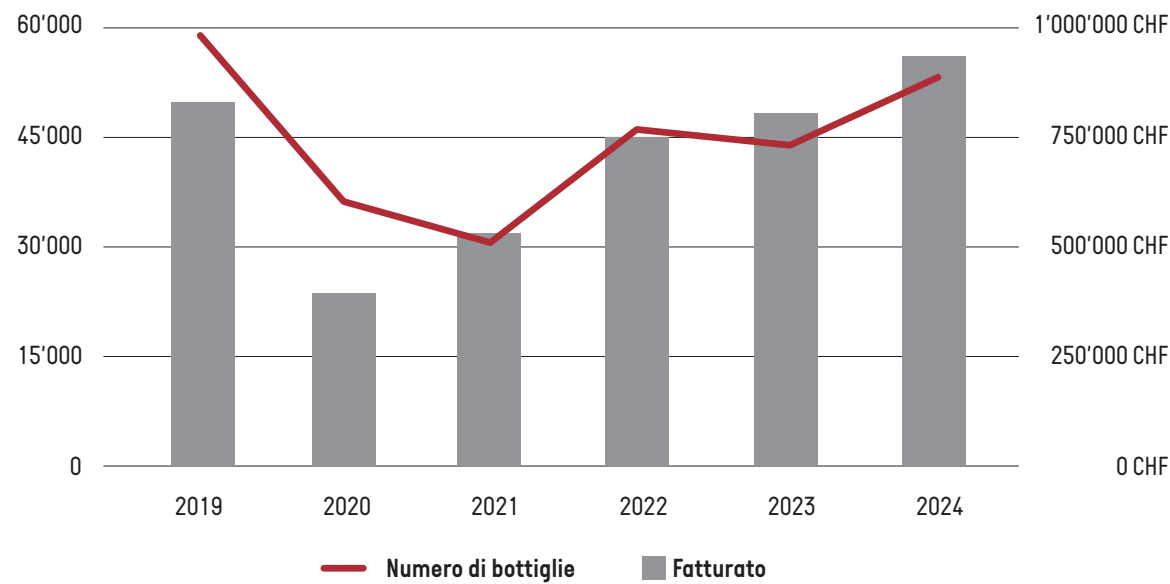
Corpo Diplomatico

Nel 2024, il fatturato e il numero di bottiglie ordinate sono aumentati rispettivamente del 16% e del 18% rispetto all'anno precedente.

	Quantità				Valore	
	2023	2023	2024	2024	2023	2024
	Nr bott	%	Nr bott	%	CA (prezzo bott)	CA (prezzo bott)
BIANCHI	19'754	44,33%	26'265	50,69%	309'575	415'177
ROSE	800	1,80%	1'332	2,57%	11'546	20'974
ROSSI	16'876	37,87%	17'175	33,15%	323'087	330'446
SPUMANTI	6'102	13,69%	6'376	12,31%	110'527	118'213
DOLCE	120	0,27%	96	0,19%	2'440	2'027
LIQUORI-DISTILLATI	883	1,98%	499	0,96%	33'839	22'503
Altri/senz'alcool	30	0,07%	70	0,14%	176	988
TOTALE VINO	44'565	100%	51'813	100%	791'191	910'328

Dati di vendita annuali di vino del Corpo Diplomatico, confronto tra il 2023 e il 2024.
Fonte: Swiss Wine, gennaio 2025

EVOLUZIONE DEL CORPO DIPLOMATICO PER NUMERO DI BOTTIGLIE E FATTURATO



Fonte: Swiss Wine, 2024



10

STUDI E RICERCHE

RAPPORTO OSMW 2024

I vini svizzeri rappresentano il 24,9% delle quote di mercato nella grande distribuzione rispetto al totale dei vini, con un calo di 0,4 punti percentuali rispetto al 2023.

Nel 2024, i volumi di vino svizzero venduti nella grande distribuzione sono diminuiti del 5,4%, mentre i prezzi medi registrano un leggero aumento (+0,9%). Le vendite di vini esteri nella grande distribuzione sono diminuite del 3,4% e anche il loro prezzo medio mostra un lieve calo (-1,0%).

Nel dettaglio, si osserva che le vendite dei vini DOC (Denominazione di Origine Controllata) registrano una riduzione dei volumi (-5,3%) e una lieve crescita dei prezzi (+0,8%). I Vins de Pays, invece, segnano un calo più marcato dei volumi (-6,8%) e un aumento più consistente dei prezzi (+2,1%).

In termini di fatturato, i vini svizzeri nella grande distribuzione, considerando tutte le tipologie e i colori, registrano una flessione del 4,6% rispetto al 2023, analogamente ai vini esteri (-4,4%).

Nel 2024, la quota di mercato dei vini svizzeri rispetto al totale dei vini venduti nella grande distribuzione si riduce di 0,4 punti rispetto all'anno precedente. Nello specifico, la quota di mercato dei vini bianchi svizzeri cresce dell'1,0% rispetto al totale dei vini bianchi, mentre quelle dei vini rossi e rosati diminuiscono rispettivamente dello 0,8% e del 2,0%.

I vini bianchi rappresentano il 56,8% del volume totale dei vini svizzeri, contro il 23,9% dei rossi, il 16,9% dei rosati e il 2,3% degli spumanti svizzeri.

Fonte: Rapporto OSMV, 2024

A woman in a black blazer is the central figure, holding a wine glass filled with white wine in her left hand and a smartphone in her right. She wears a red lanyard with 'SWISS WINE' printed on it and a white badge with a red logo and 'SWISS WINE' text. The background is blurred, showing other people and a table with a yellow tablecloth.

11

IMPRESSUM

Impressum

Indirizzo

Swiss Wine Promotion SA

Belpstrasse 26

3007 Berna

info@swisswine.com

Tel. +41 (0)31 398 52 20

www.swisswine.com

Partner principali



Redazione:

Swiss Wine Promotion SA, Berna

Foto di copertina:

@Swiss Wine Promotion

Grafica

Agence PAF design & communication Sàrl,
Route du Village 12, 1070 Puidoux

Stampa:

Copy Press Sàrl,
Rue du Verney 12, 1070 Puidoux

Carta riciclata FSC

imprimé en
suisse



