

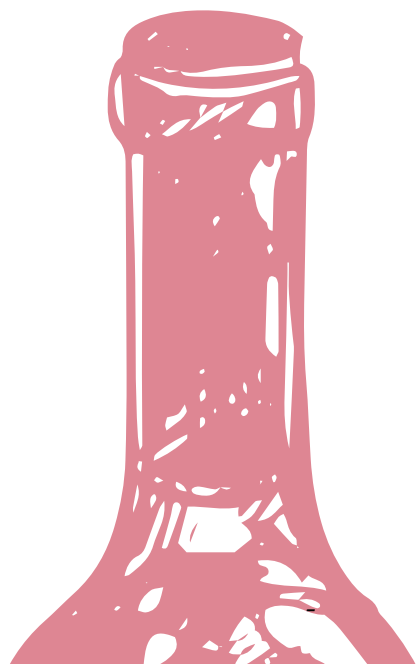
Swiss Wine Promotion SA

Da consumare con moderazione

RAPPORTO ATTIVITÀ 2025



Svizzera. Naturalmente.



82 MILIONI* DI LITRI DI VINO

Produzione totale di vino svizzero

14'432* ETTARI

superficie vitivinicola

LE CIFRE CHIAVE DEL 2025 IN UN COLPO D'OCCHIO

425'068 LITRI DI VINO
SVIZZERO ESPORTATI

15.53 CHF/litro in media

**OLTRE 220 MILIONI
DI PERSONE**

raggiunte da campagne promozionali
in Svizzera e all'estero

13 COLLABORATORI

10.5 [equivalente a tempo pieno]

18 MILIONI DI CHF

Impegno finanziario complessivo



* Comunicato stampa: «Vendemmia 2025 – Produzione moderata e annata buona» UFAG [Ufficio federale dell'agricoltura], 3 marzo 2026

SOMMARIO

Le cifre chiave del 2025 in un colpo d'occhio	02
1. Editoriale	04
2. Azienda	06
Organizzazione	07
3. Strategia	10
Strategia 2022-2025	11
Bilancio	14
Strategia 2026-2029	15
4. Rapporto della direzione	16
5. Notorietà	18
Comunicazione	19
Concorsi nazionali	25
Concorsi internazionali	27
6. Sostenibilità	28
Studio sulla sostenibilità del settore vitivinicolo svizzero	30
7. Esperienza e enoturismo	32
Cantine aperte	34
Nel cuore della vendemmia	35
Svizzera Turismo	38
Great Wine Capitals	39
Best Of Wine Tourism	40
Eventi partner	41
8. Gastronomia	42
Swiss Wine Gourmet	43
Partner	46
Formazione.....	48
9. Distribuzione	50
Grande distribuzione	51
Rivenditori	52
10. Export	54
Evoluzione delle esportazioni	55
Fiere internazionali	57
Attività internazionali	59
Benelux	59
Francia	60
Regno Unito	61
Stati Uniti	62
Canada	62
Asia	63
Giappone	64
Singapore	64
India	65
Corpo diplomatico	66
11. Studi e ricerche	68
Rapporto OSMV 2025	68
12. Impressum	70



1

EDITORIALE



Robert Cramer, Presidente Swiss Wine Promotion

UN ANNO DIFFICILE

Il 2025 è stato senza dubbio un anno molto difficile per la viticoltura: cantine piene prima della vendemmia e un forte calo dei consumi, mentre la vendemmia si preannunciava ricca di promesse.

Il 18 agosto 2025, Guy Parmelin ha convocato d'urgenza i principali attori della viticoltura svizzera. Da questo incontro sono scaturite una serie di proposte di misure a breve e medio termine, una delle quali riguarda direttamente SWP, ovvero il mantenimento del sostegno concesso alla promozione.

Il 2025 è stato un anno difficile anche per la nostra società. Al termine di due esercizi in cui ha visto triplicare il proprio finanziamento, situazione gestita in regime di emergenza, ha attraversato una grave crisi di crescita, come attestano i risultati dell'anno 2024. È stato quindi necessario, allo stesso tempo, riorganizzare la gestione dell'azienda, implementare un nuovo software gestionale e un nuovo sistema contabile, procedere alle assunzioni necessarie, il tutto assicurando il monitoraggio dei nostri impegni e adottando, in consultazione con i nostri partner, una strategia per gli anni 2026-2029.

Il 1° dicembre 2025 si è tenuta un'assemblea generale straordinaria nel corso della quale il Consiglio di amministrazione ha ricevuto il discarico sulla base delle misure adottate.

Il superamento di questa crisi consente alla nostra società, il cui funzionamento è stato completamente rivisto, di essere oggi più che mai in grado di affrontare le importanti sfide che le si presentano. Le aspettative in materia di promozione sono molto elevate. Sta a noi non deluderle. Il mondo vitivinicolo ha più che mai bisogno di una promozione efficace che consenta di valorizzare e far degustare i prodotti del nostro vigneto.

Non concluderei queste poche righe senza ringraziare vivamente i membri del Consiglio di amministrazione, ai quali è stato richiesto un impegno eccezionale, le collaboratrici e i collaboratori, in particolare la signora Océane Gex che ha assunto la direzione ad interim con grande prontezza, per la loro professionalità e dedizione, nonché i nostri partner e azionisti per la loro fiducia.

Un'ultima parola: benvenuto a Pierre-Alain Bapst, che è stato scelto per assumere la direzione di Swiss Wine Promotion.

A close-up photograph of several hands holding wine glasses filled with white wine, clinking them together in a toast. The scene is set at a restaurant table with a white tablecloth. In the foreground, there are two glass carafes, one containing water and the other containing white wine. A plate of food, including a green vegetable stack and a fried item, is visible on the table. The background is softly blurred, showing other tables and chairs in a restaurant setting.

2

AZIENDA

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

Commissione presieduta da Nicolas Joss (fino al 30 settembre 2025), con la partecipazione di Josée Belanger o Isabella Kellenberger, rappresentanti del Consiglio di amministrazione.

Gérard-Philippe Mabillard	IVV (Vallese)
Benjamin Gehrig	OVV (Vaud)
Jürg Bachofner	BDW (Svizzera tedesca)
Denis Beausoleil	OPAGE (Ginevra)
Maria Grazia Carbone	Ticinowine (Ticino) (uscente al 30 giugno 2025)
Ivan Trezzini	Ticinowine (Ticino) (entrante al 15 agosto 2025)
Mireille Bühler	NVT (Neuchâtel)

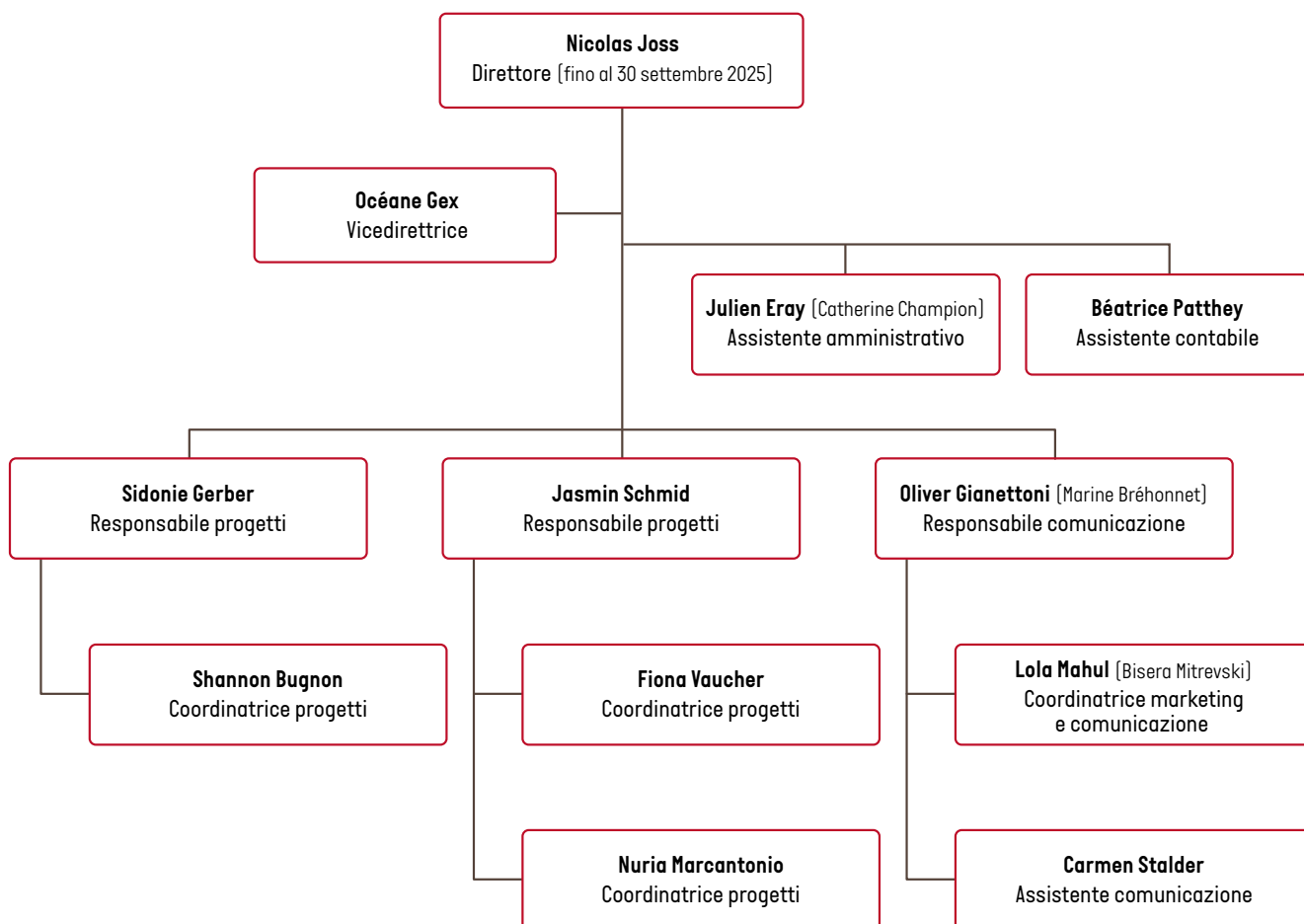
MEMBRI DELLA COMMISSIONE MERCATO

Commissione presieduta da Nicolas Joss (fino al 30 settembre 2025), con la partecipazione di Daniel Dufaux o Isabella Kellenberger rappresentante del Consiglio di amministrazione.

Evelyn Boedts	Divino-Rutihäuser 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 Hoefliger	Cave de la Côte, Tolochenaz VD
Jérôme Leupin	La Cave de Genève, Satigny GE
Guy Ramu	Delegato ASVEI, Domaine de Chafalet, Dardagny GE (uscente al 24 aprile 2025)
Sacha Pelossi	Delegato ASVEI, Cantina Pelossi, Tenero (entrante al 25 aprile 2025)
Pascal Rubin	Henri Badoux, Aigle VD

SQUADRA OPERATIVA

Nicolas Joss	Direttore (uscente al 30 settembre 2025)
Océane Gex	Vicedirettrice
Jasmin Schmid	Responsabile progetti export
Sidonie Gerber	Responsabile progetti distribuzione, gastronomia e formazione
Oliver Gianettoni	Responsabile comunicazione (entrante al 1° aprile 2025)
Marine Bréhonnet	Responsabile comunicazione (uscente al 31 marzo 2025)
Carmen Stalder	Assistente comunicazione
Lola Mahul	Coordinatrice marketing e comunicazione (entrante al 1° settembre 2025)
Bisera Mitrevski	Coordinatrice marketing e comunicazione (uscente al 30 aprile 2025)
Fiona Vaucher	Coordinatrice progetti export e Corpo Diplomatico
Nuria Marcantonio	Coordinatrice progetti export ed eventi
Shannon Bugnon	Coordinatrice progetti (entrante al 15 luglio 2025)
Julien Eray	Assistente amministrativo (entrante al 1° giugno 2025)
Catherine Champion	Assistente amministrativa (uscente al 30 mai 2025)
Béatrice Patthey	Assistente contabile





A close-up photograph of several bright yellow flowers, possibly marigolds, with water droplets on their petals. The background is a soft, out-of-focus green. The number '3' is centered in a red circle, and the word 'STRATEGIA' is written in white capital letters below it.

3

STRATEGIA

STRATEGIA 2022-2025

UNA FASE STRATEGICA GIUNTA AL TERMINE

Il 2025 segna il completamento della strategia 2022-2025 di Swiss Wine Promotion. Attuata in un contesto di profonda trasformazione del mercato vitivinicolo - calo dei consumi, pressione sui prezzi ed evoluzione dei comportamenti - questa strategia mirava a rafforzare in modo sostenibile la posizione dei vini svizzeri in Svizzera e all'estero.

Si è articolata attorno a sei pilastri: notorietà, sostenibilità, esperienze, gastronomia, distribuzione ed esportazione, con l'obiettivo principale di raggiungere una quota di mercato del 40% in Svizzera e di aumentare il valore delle esportazioni.

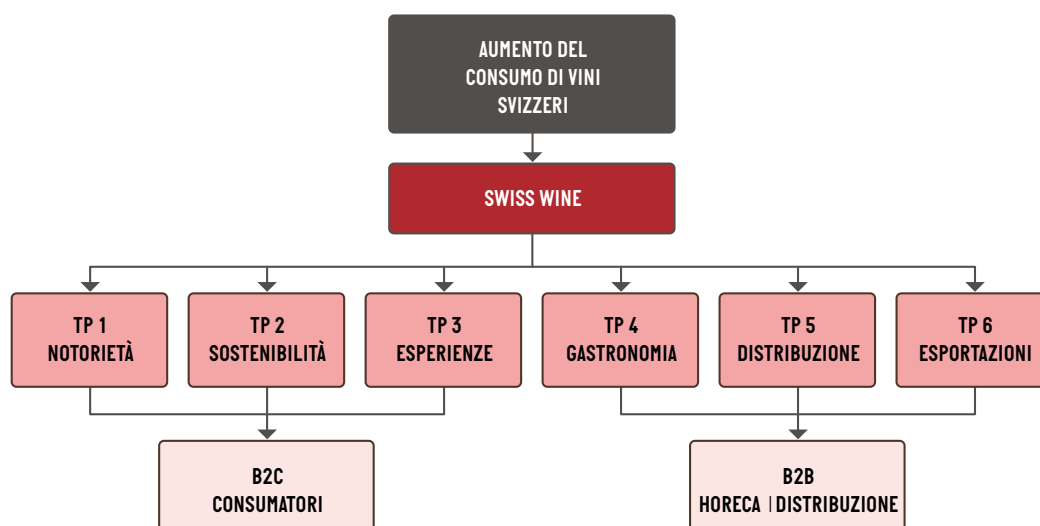
Riepilogo degli obiettivi strategici

Gli obiettivi della strategia 2022-2025 erano i seguenti:

- Aumentare la quota di mercato dei vini svizzeri al 40%
- Rafforzare la notorietà e la preferenza per i vini svizzeri
- Posizionare la sostenibilità come elemento di differenziazione
- Sviluppare le esperienze e l'enoturismo
- Consolidare la presenza nella ristorazione e nella distribuzione
- Sviluppare le esportazioni ad alto valore aggiunto
- Strutturare gli strumenti di gestione e monitoraggio



Scoprite la nostra strategia sul sito web



Risultati raggiunti

L'analisi consolidata degli indicatori mostra che la strategia ha permesso progressi significativi, con un tasso di raggiungimento complessivo vicino al 100% (99% in media nel 2025). Nel 2025 la quota di mercato dei vini svizzeri era pari al 37.5%.

1. Notorietà e comunicazione

Gli obiettivi sono stati ampiamente superati su diversi indicatori:

- Contatti promozionali moltiplicati (fino al 500% degli obiettivi)
- Forte crescita delle relazioni con i media e della visibilità
- Ottime prestazioni su Instagram (fino al 176% degli obiettivi)

D'altra parte:

- Le prestazioni digitali (sito web, newsletter) sono rimaste al di sotto degli obiettivi, in particolare a causa di vincoli tecnici e strutturali.

2. Esperienza e enoturismo

- Le cantine aperte raggiungono i loro obiettivi (~100%)
- L'enoturismo registra un aumento complessivo (fino al 120% su alcune offerte)
- Gli eventi in collaborazione con i partner superano ampiamente le aspettative (fino al 200%).

Tuttavia:

- L'evento «Nel cuore della vendemmia» rimane dipendente da fattori esterni (meteo, vendemmia), con una partecipazione inferiore agli obiettivi.

3. Gastronomia

- Quota di mercato nella gastronomia superiore agli obiettivi (~12%)
- Diffusione del marchio Swiss Wine Gourmet in costante crescita

Tuttavia:

- Il numero di locali certificati rimane inferiore alle ambizioni iniziali (~46% dell'obiettivo).

4. Distribuzione

- Gli obiettivi sono stati raggiunti solo in parte:
 - o Quota di mercato nella grande distribuzione: ~83-85% dell'obiettivo
- Il contesto di mercato (calo dei volumi) ha fortemente influito su questo pilastro.

5. Esportazioni

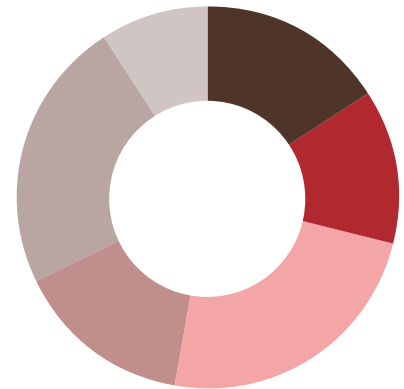
- Ottimi risultati in termini di valore:
 - o Fatturato superato (>110%)
 - o Prezzo medio in forte crescita
- Volumi stabili ma al di sotto degli obiettivi (~85%)

→ La strategia di posizionamento verso l'alto della gamma è confermata

6. Formazione, studi e strutturazione

- Obiettivi raggiunti o superati (Swiss Wine Campus, studi settoriali)
- Ma:
 - o Ritardo iniziale su alcuni studi sui consumatori
 - o Necessità confermata di strumenti di monitoraggio armonizzati

RIPARTIZIONE DEI MEZZI FINANZIARI PER SOTTOPROGETTO NEL 2025



16% Notorietà

13% Sostenibilità

24% Esperienza

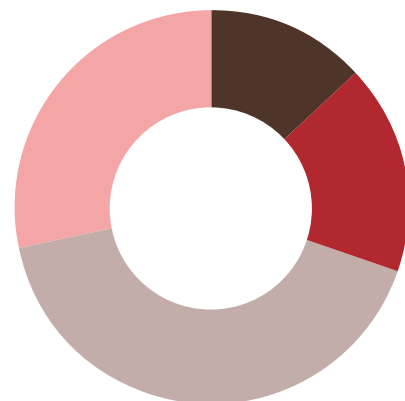
15% Gastronomia

23% Distribuzione

9% Esportazione



CANALI DI DISTRIBUZIONE DEI VINI SVIZZERI (DOC & VDP) IN VOLUME NEL 2024



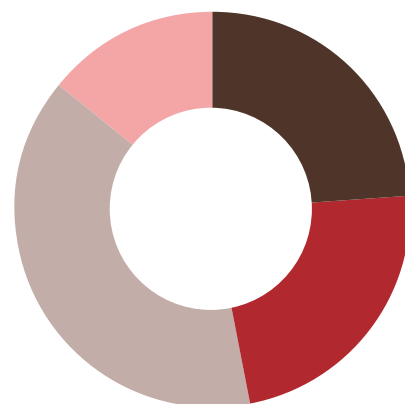
13% Vendita diretta

17% HoReCa

41% Rivenditori-distributori

28% Commercio

CANALI DI DISTRIBUZIONE DEI VINI SVIZZERI (DOC & VDP) IN VALORE NEL 2024



24% Vendita diretta

23% HoReCa

39% Rivenditori-distributori

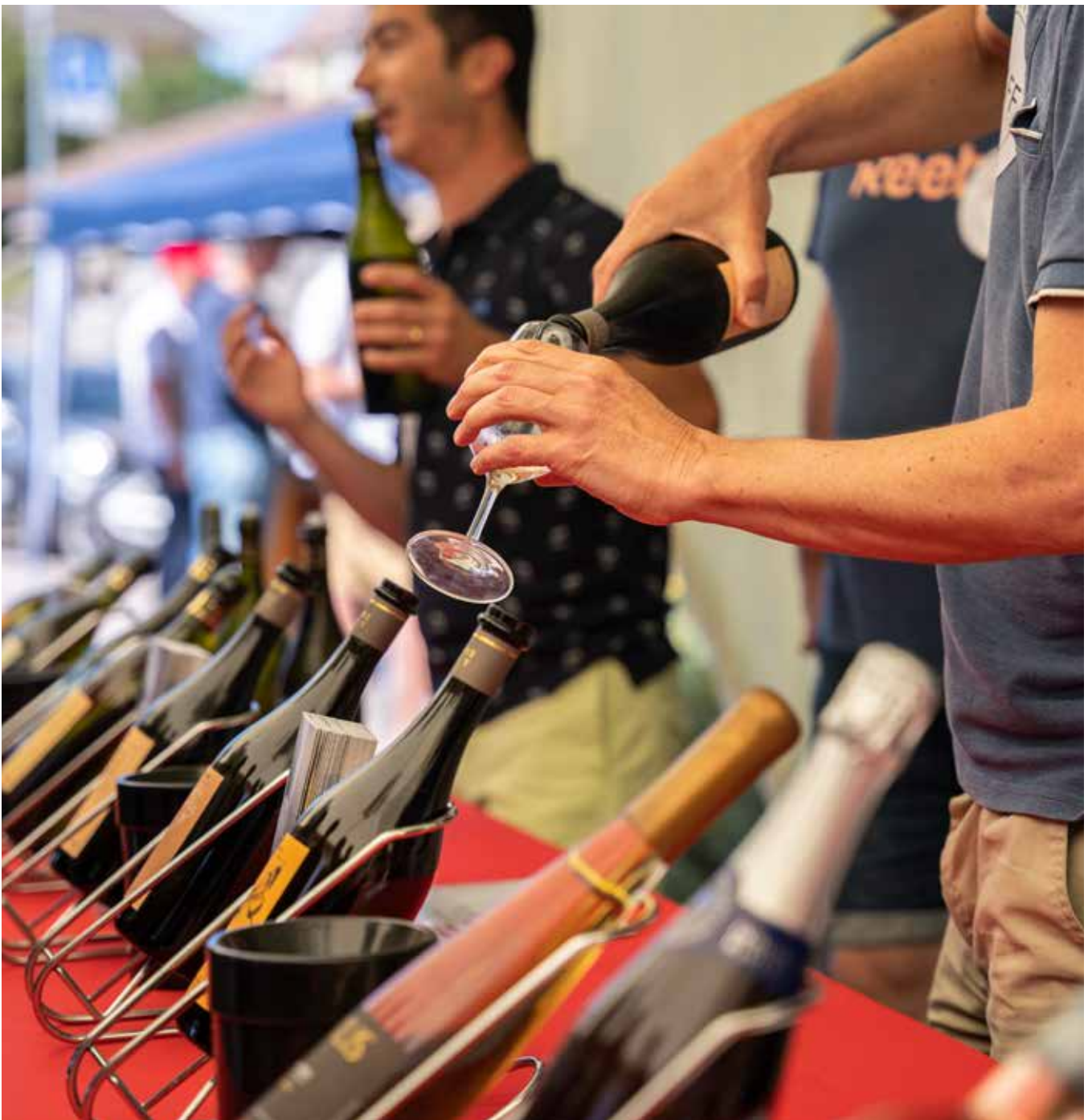
14% Commercio

Fonte: OSMV, Canali di distribuzione dei vini svizzeri 2025

Bilancio

Il bilancio della strategia 2022-2025 di Swiss Wine Promotion evidenzia un'efficacia complessiva delle azioni di promozione e visibilità, nonché un miglioramento qualitativo del posizionamento dei vini svizzeri. In un contesto di mercato sfavorevole, il settore ha dimostrato una certa resilienza. Tuttavia, l'obiettivo centrale di raggiungere una quota di mercato del 40% non è stato raggiunto e i risultati appaiono contrastanti a seconda dei pilastri.

D'altra parte, gli strumenti di gestione e valutazione mostrano dei limiti e devono essere potenziati. Da questo periodo emergono diversi insegnamenti fondamentali. La crescita in termini di volume rimane limitata, il che conferma la necessità di privilegiare un approccio incentrato sul valore e sul posizionamento premium. La sostenibilità si afferma come una leva strategica fondamentale, ma deve ancora essere meglio strutturata e implementata. Le esperienze dirette, come gli eventi e l'enoturismo, si rivelano particolarmente efficaci per influenzare i consumatori. Infine, la rapida evoluzione del mercato, legata in particolare a una clientela più giovane e urbana, sottolinea l'importanza di una gestione strategica basata su indicatori consolidati.



Strategia 2026-2029

La nuova strategia 2026-2029 è stata presentata nel dicembre 2025 a Berna. Sulla base delle conclusioni tratte dal bilancio della strategia 2022-25, essa si articola su sei assi principali:

- 1. Costruire un marchio Swiss Wine forte e sostenibile**
- 2. Conquistare una clientela più giovane, in particolare urbana**
- 3. Sviluppare le esportazioni ad alto valore aggiunto**
- 4. Posizionare la Svizzera come destinazione enoturistica di riferimento**
- 5. Rafforzare le esperienze immersive**
- 6. Mettere a disposizione del settore una cassetta degli attrezzi strategica e dei servizi**

La strategia 2026-2029 segna un'evoluzione importante per Swiss Wine Promotion, con il passaggio da una logica di volume a un approccio incentrato sulla creazione di valore e sul rafforzamento dell'immagine dei vini svizzeri. Essa integra pienamente la sostenibilità come pilastro centrale della comunicazione e del posizionamento.

In questo contesto, un lavoro approfondito ha permesso di definire un approccio coerente incentrato sul consumo locale, sui circuiti corti e sulla responsabilità ambientale e sociale. Questo orientamento si traduce nella messa a disposizione di supporti dedicati, tra cui un volantino di riferimento, al fine di accompagnare l'intero settore.

Gli elementi sviluppati nel capitolo «Sostenibilità» si inseriscono in questa dinamica, destinata a consolidarsi e a svilupparsi ulteriormente nel periodo 2026-2029.





4

RAPPORTO DELLA DIREZIONE



Océane Gex, Vicedirettrice Swiss Wine Promotion

UN ANNO DI TRANSIZIONE E DI IMPEGNO COLLETTIVO

Il 2025 ha rappresentato una tappa importante per Swiss Wine Promotion, in un contesto impegnativo sia per la filiera vitivinicola che per la nostra organizzazione. Nonostante queste sfide, le attività di promozione sono state portate avanti con costanza, in linea con gli orientamenti strategici, al fine di valorizzare i vini svizzeri sia in Svizzera che a livello internazionale.

Sul campo, questo impegno si è tradotto nel proseguimento di numerose azioni promozionali, che si tratti di campagne nazionali, collaborazioni con gli attori della gastronomia, sviluppo di esperienze enoturistiche o rafforzamento della nostra presenza su alcuni mercati prioritari. Queste iniziative riflettono la costante volontà di adattare le nostre strategie alle aspettative dei consumatori, lavorando al contempo in stretta collaborazione con le organizzazioni regionali e i partner del settore.

Quest'anno è stato caratterizzato soprattutto da un notevole impegno collettivo. La professionalità e l'impegno dei collaboratori hanno permesso di garantire la stabilità delle operazioni in una fase di importante trasformazione. Questa dinamica è stata resa possibile grazie a una stretta e costruttiva collaborazione con i membri del Consiglio di amministrazione, nonché alla comprensione e al sostegno dei nostri partner, che ringraziamo sinceramente.

Questo esercizio, impegnativo ma necessario, ha confermato la pertinenza delle misure intraprese, in particolare l'implementazione di un nuovo strumento di gestione finanziaria (Abacus), che costituisce una leva essenziale per professionalizzare e garantire in modo sostenibile le nostre operazioni. Ha inoltre permesso di mettere in luce concreti margini di miglioramento nei nostri processi interni e di rafforzare la trasparenza della nostra gestione.

In questo contesto, ho assunto la direzione ad interim nel corso dell'ultimo trimestre. Questo periodo è stato guidato soprattutto dalla volontà di garantire la continuità delle nostre missioni e di accompagnare le evoluzioni in corso, in uno spirito di responsabilità e cooperazione.

Le basi gettate nel 2025 consentono oggi di affrontare le prossime tappe con maggiore chiarezza e solidità, al servizio della promozione dei vini svizzeri. A questo proposito, mi rallegro dell'arrivo di Pierre-Alain Bapst alla direzione di Swiss Wine Promotion a partire dal 1° marzo 2026 e gli porgo i miei migliori auguri di successo nelle sue nuove funzioni.

5

NOTORIETÀ



NOTORIETÀ | SOMMARIO

Budget SWP : CHF 1'200'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Comunicazione analogica: _____	15'582'000
Pagine visitate su swisswine.com: _____	149'537
Copertura organica Facebook: _____	135'616
Copertura organica Instagram: _____	96'900
Copertura organica TikTok: _____	12'490
Copertura organica LinkedIn: _____	122'948
Tasso di apertura media delle newsletters: _____	34%
Swiss Wine Campus - nuovi iscritti: _____	961
Numero di campioni di vini svizzeri nei concorsi nazionali: _____	4'945
Numero di campioni di vini svizzeri nei concorsi internazionali: _____	259

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.

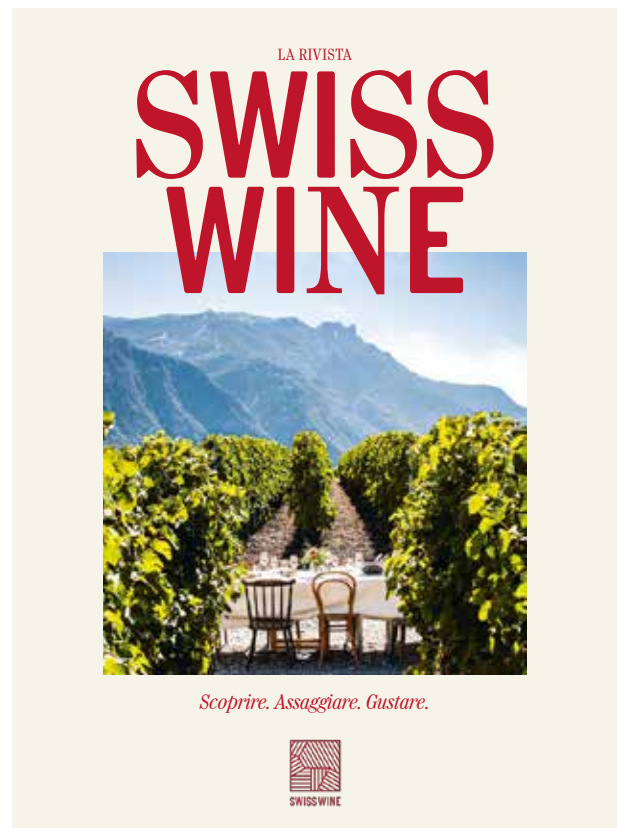
SUPPORTO INFORMATIVO ED EDUCATIVO

SWP produce e distribuisce materiale informativo ed educativo per promuovere il vino svizzero sul mercato svizzero e internazionale.

Quest'anno, SWP ha investito in un supporto educativo e informativo per la promozione sul mercato svizzero e internazionale: il **Bookazine**. **Tiratura complessiva:** 25'000 copie.

- **Distribuzione:** 9'000 in francese, 7'000 in tedesco, 6'000 in inglese e 3'000 in italiano.
- **Strategia:** una diffusione ibrida (cartacea e digitale) tramite i social network e le newsletter.

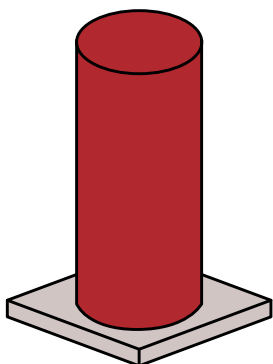
Sostenuta dalle sei regioni viticole, questa iniziativa segna una svolta strategica per SWP: ringiovanire l'immagine del vigneto svizzero rafforzandone al contempo l'attrattiva enoturistica.



ANNUNCI E PUBLIREDAZIONALI

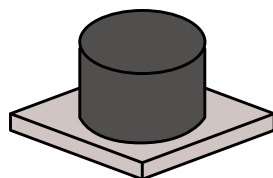
Gli articoli publiredazionali vengono utilizzati per mettere in evidenza una campagna specifica con un messaggio forte sui media analogici o digitali. Gli annunci vengono pubblicati su media specializzati in Svizzera e all'estero, oltre che su media rivolti al grande pubblico. SWP collabora ogni anno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

13'585'000



CH Media - Schweiz am Wochenende
Settimanale

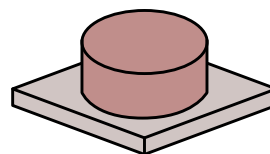
1'200'000



Le Temps

Quotidiano con una sezione dedicata ai viaggi, alla gastronomia e al vino.

567'000

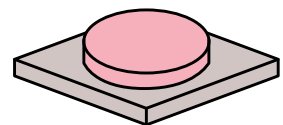


Gault&Millau Channel

Media digitale specializzato in gastronomia e vino

DISTRIBUZIONE PER MEDIA

40'000



Schweizerische Weinzeitung

Rivista sui vini

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.



Yvonne Heistermann
Sommelier et Ambasciatrice del Chasselas

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

SWISS WINE DAY

La terza edizione dello Swiss Wine Day si è tenuta il 14 maggio presso la HES-SO di Sierre. Organizzato in collaborazione con Swiss Wine Valais, l'evento ha riunito oltre 130 partecipanti.

La mattinata è stata dedicata a diversi temi legati all'attualità della viticoltura e di Swiss Wine, in particolare alle sfide politiche, al programma di attività e alla presentazione delle linee strategiche di Swiss Wine Promotion (SWP).

Nel pomeriggio, i partecipanti hanno avuto la possibilità di iscriversi a una delle tre conferenze proposte:

- **Export - Road to Seoul: Opportunities in the South Korean Wine Market**, moderata da Michela Giuliani (S-GE) e Sun-Kyoung Chung (Swiss Business Hub)
- **Enoturismo: Come si sta evolvendo il turismo enologico in Svizzera?**, presentata da Vincent Bornet (HES-SO)
- **Comunicazione: Introduzione all'intelligenza artificiale - come utilizzarla nel settore del marketing**, a cura di Alex von Barnekow

La giornata si è conclusa con una conferenza di Robert Joseph, The Winethinker, intitolata «Come affrontare la tendenza globale al calo dei consumi?», seguita da un intervento del Consigliere di Stato Christophe Darbellay.



Swiss Wine Day a Sierre
©Samuel Devantery

Marketing digitale

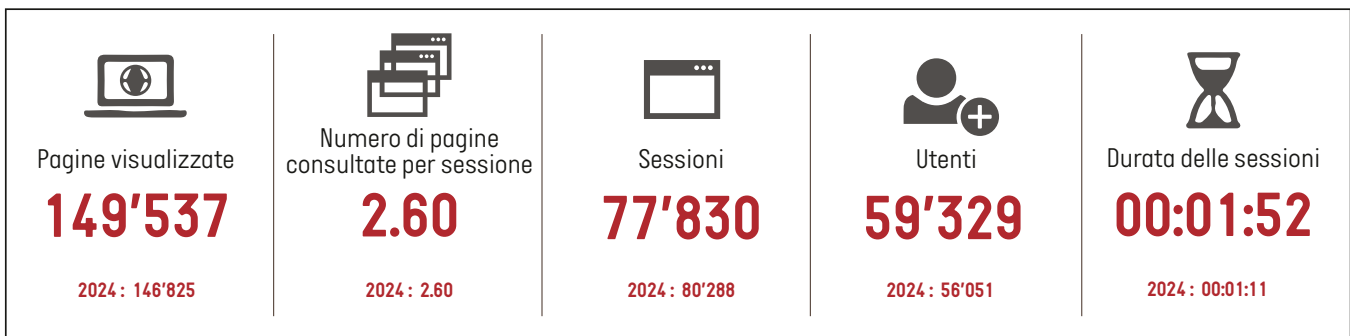
Il digitale è il mezzo essenziale per informare e interagire con i consumatori. SWP migliora continuamente i suoi strumenti digitali e sviluppa sinergie con i suoi partner.

SITO INTERNET

Nel 2025, la piattaforma swisswine (così come pro.swisswine) è passata dal dominio .ch a quello .com, il che ha permesso di rafforzare la visibilità e la notorietà del marchio a livello internazionale. Infatti, il pubblico internazionale è passato dal 21.6% al 34.6% del traffico globale in un anno.

- **Frequenzazione:** +5.6% di utenti nell'arco dell'anno.
- **Fidelizzazione:** un aumento del 57% della durata delle sessioni, a dimostrazione del crescente interesse per gli articoli e le rubriche del sito.

Punto centrale della comunicazione B2C, il sito funge da hub per l'intero ecosistema digitale (social media, newsletter, pubblicità mirata).

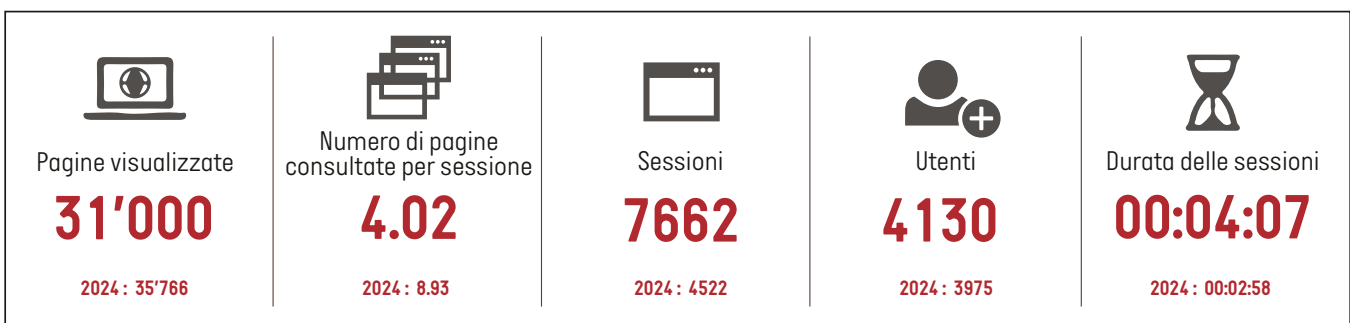


SITO INTERNET PROFESSIONALE

Secondo Google Analytics, il portale www.pro.swisswine.com ha superato la soglia dei 4'130 utenti, registrando una crescita costante del 3.8%. Il sito svolge una duplice funzione per le aziende vinicole e le organizzazioni di categoria (VignobleSuisse, IVVS, VITISWISS):

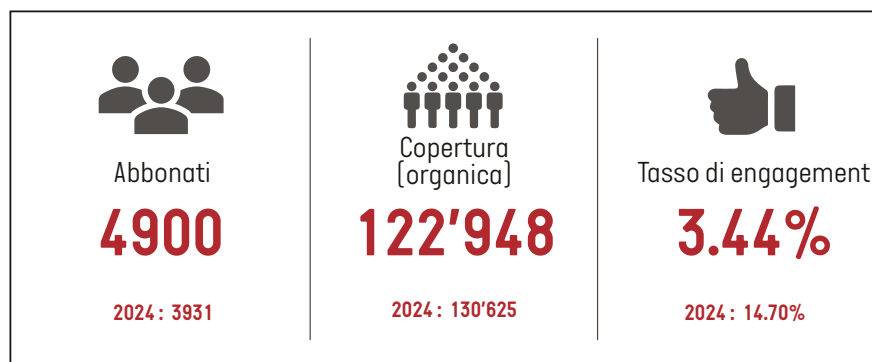
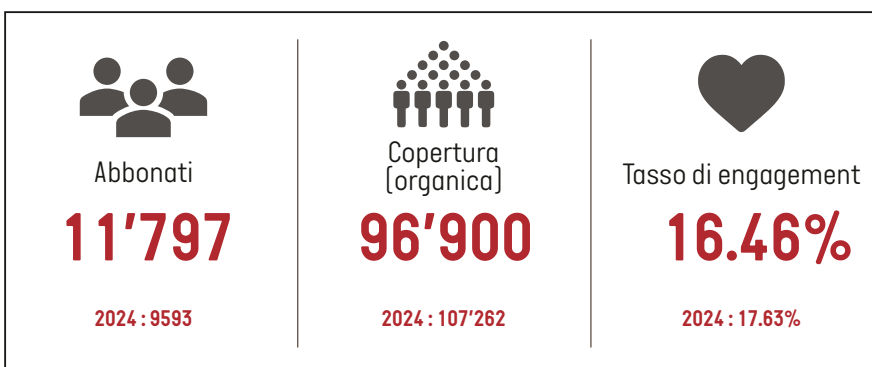
- **Coordinamento:** centralizzazione delle informazioni settoriali e delle opportunità di partecipazione alle iniziative di Swiss Wine Promotion.
- **Supporto logistico:** accesso diretto ai supporti di comunicazione e al materiale promozionale per gli attori sul campo.

Riunendo sotto un unico marchio tutti gli strumenti necessari alla promozione del vigneto, SWP semplifica le sinergie tra i produttori e la promozione nazionale.



SOCIAL NETWORK

Da tre anni SWP concentra la propria strategia sullo storytelling e sulla scoperta dei vini svizzeri attraverso la gastronomia, l'enoturismo e la sostenibilità su Instagram e Facebook. Parallelamente, viene rafforzata anche la presenza su LinkedIn per i professionisti del settore, mentre TikTok viene progressivamente sviluppato per raggiungere un pubblico più giovane.

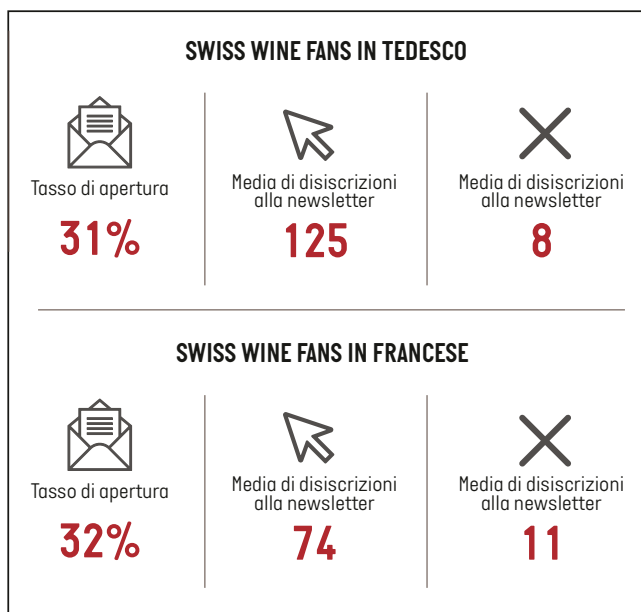
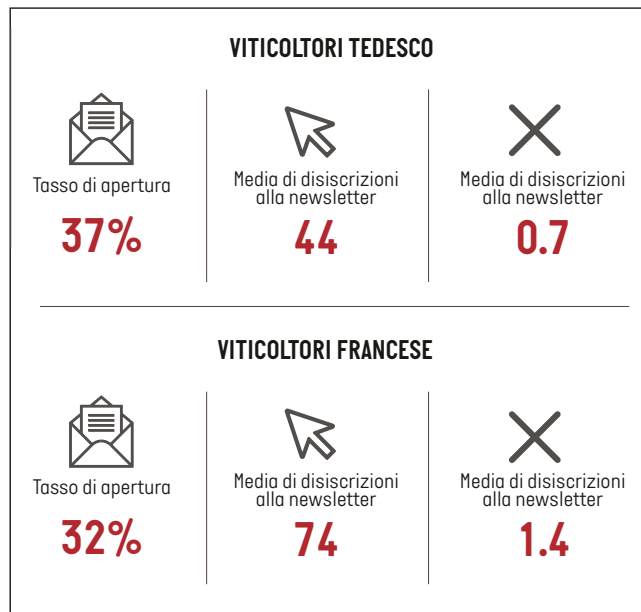


NEWSLETTER

La diffusione della newsletter di SWP è stata realizzata attorno a due appuntamenti mensili, rivolgendosi a un pubblico chiave:

- **Per il grande pubblico (6'000 abbonati):** la newsletter «Swiss Wine Fans» [FR/DE] punta sull'immersione: eventi, enoturismo, gastronomia e i migliori contenuti del web vengono messi in primo piano per riunire una comunità di appassionati.
- **Per i professionisti (1'200 contatti):** un canale dedicato ai viticoltori [FR/DE] centralizza l'essenziale del settore: progetti di SWP, concorsi di riferimento e note ufficiali di VignobleSuisse e dell'IVVS.

Questo duplice approccio permette a SWP di trasformare l'informazione in una leva di coinvolgimento, sia per i consumatori che per gli attori del settore vitivinicolo.



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

4'945

CAMPIONI



322 Degustatori



PUBBLICAZIONI
MEDIA articoli

116

Gran Premio del vino svizzero

Oltre 570 rappresentanti del mondo vitivinicolo svizzero, politici, giornalisti e appassionati di vino si sono riuniti il 15 ottobre al Kursaal di Berna per celebrare la 19ª edizione del Grand Prix du Vin Suisse. Per la quarta volta consecutiva, il premio «Cantina svizzera dell'anno» va al Vallese, grazie alla Cave La Romaine di Flanthey, diretta da Joël Briguet e dal suo team. Con 3'062 vini presentati provenienti da 16 cantoni diversi, questa edizione registra la più alta partecipazione degli ultimi cinque anni.

3'062

Campioni



Percentuale di
vini vincitori
di medaglie



29.7%

160 Degustatori



Cave La Romaine, Cantina svizzera dell'anno 2025
©Grand Prix du Vin Suisse

Mondial du Chasselas

La 14ª edizione del Mondial du Chasselas si è svolta il 23 e 24 maggio, con la cerimonia di premiazione il 26 giugno ad Aigle. 90 giurati hanno degustato 643 campioni. Il concorso è stato caratterizzato da una partecipazione record di Chasselas stranieri (19%).



Mondial du Merlot & Assemblages

La 18ª edizione del Mondial international du Merlot & Assemblages si è svolta il 10 giugno a Zurigo. In questa occasione, il Ticino si è distinto ancora una volta aggiudicandosi l'unica medaglia Gran Oro assegnata. In totale, 179 produttori e produttrici hanno iscritto 425 vini provenienti da 11 paesi. Tra questi, il Brasile si è distinto con il Miglior vino straniero.



Mondial des Pinots

La cerimonia di premiazione della 28ª edizione del Mondial des Pinots si è tenuta il 25 giugno a Friburgo. 267 viticoltori e viticoltrici provenienti da 11 paesi hanno presentato 815 vini al giudizio degli esperti. La giuria internazionale, composta da 39 esperti provenienti da 17 paesi, è rimasta colpita dalla qualità dei vini e ha assegnato ben 9 medaglie Grand Or, 142 medaglie d'oro e 91 medaglie d'argento.



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 e i Decanter World Wine Awards.

RISULTATI

259

CAMPIONI



Concours Mondial de Bruxelles

In occasione della 32^a edizione del Concours Mondial de Bruxelles, tenutasi in Cina, la giuria ha degustato circa 7'165 vini bianchi e rossi provenienti da 49 paesi di tutto il mondo. La Svizzera era ben rappresentata al concorso (140 vini) e ha conquistato 50 medaglie, tra cui 2 Gran Oro, 15 medaglie d'oro e 33 d'argento.

140

CAMPIONI



Numero di vini svizzeri premiati



50

Decanter World Wine Awards

In occasione della 22^a edizione dei Decanter World Wine Awards, la Svizzera ha conquistato la giuria con l'eleganza dei suoi vini. Ha ottenuto tre medaglie d'oro, 38 medaglie d'argento e 52 medaglie di bronzo.

119

CAMPIONI



Numero di vini svizzeri premiati



93



6

SOSTENIBILITÀ

SOSTENIBILITÀ | SOMMARIO

Budget: CHF 900'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Numero di contatti totali:	22'206'952
Copertura organica social network - numero di impressions:	190'810
Media analogici - numero di contatti:	1'190'800
Media digitali - numero di impressions:	212'960
Affissioni DOOH - numero di contatti:	20'501'032

Campagna di comunicazione

Basandosi sullo studio **MIS Trends**, che rivela che il 38% dei consumatori ritiene la viticoltura svizzera più ecologica rispetto alla concorrenza estera, Swiss Wine Promotion (SWP) ha lanciato una vasta campagna di sensibilizzazione a livello nazionale. L'obiettivo: consolidare l'immagine eco-responsabile del vigneto svizzero.

Diffusa in quattro lingue (FR, DE, IT e EN, anche per raggiungere i turisti), l'iniziativa ha combinato affissioni cartacee e un'intensa presenza digitale. Il bilancio è positivo: sono stati registrati **22 milioni di contatti**.

Per attirare i 25-40enni, SWP ha puntato sull'interazione e sullo «snack content» nei mesi di novembre e dicembre:

- Il **quiz** «Stappi o cosa?» ha generato 2'872 partecipazioni. L'operazione si è rivelata particolarmente redditizia per l'acquisizione di dati, con **2'206 nuovi iscritti** alla newsletter a un costo ottimizzato di **0,75 CHF per iscrizione**.
- Una **serie di sei «video da strada»** ha affascinato il pubblico, raggiungendo una **copertura organica di oltre 22'000 contatti**, confermando l'efficacia dei formati brevi tra i giovani lavoratori.



AFFISSIONI	MEDIA ANALOGICI	SOCIAL NETWORK	NEWSLETTER (NUOVI ISCRITTI)
20'501'032	1'190'800	302'160	2'206

Personne raggiunte in Svizzera: 22'206'952

Studio sulla sostenibilità del settore vitivinicolo svizzero

La società DSS ha condotto nel 2024 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.

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.

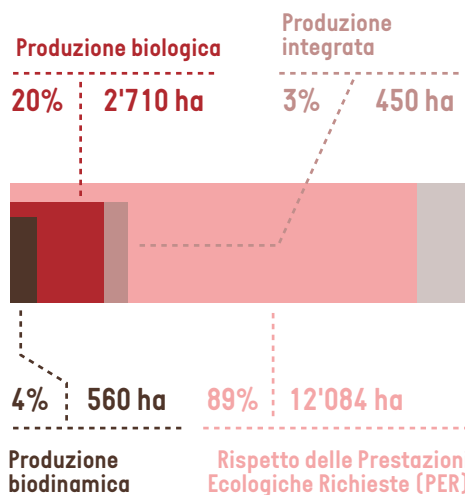
Pratiche agricole rispettose dell'ambiente

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.

Una gestione responsabile degli imballaggi e del riciclaggio

La produzione e il riciclaggio del vetro rappresentano fino 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.



Fonte: OFAG, Bio Suisse, Demeter, IP Suisse

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 offre posti a tempo pieno, contribuendo così alla trasmissione del sapere e alla continuità del settore.

SwissSkills

Dal 17 al 21 settembre 2025, Swiss Wine Promotion ha partecipato agli SwissSkills di Berna, la più grande vetrina della formazione professionale in Svizzera. Per cinque giorni, il centro espositivo BERNEXP0 ha ospitato oltre 1'000 giovani talenti impegnati nei campionati svizzeri dei mestieri e circa 120'000 visitatori, di cui oltre 65'000 studenti, venuti a scoprire e sperimentare più di 150 professioni.

L'obiettivo di questo evento è illustrare concretamente la diversità dei mestieri attraverso vere e proprie competizioni.

In questo contesto, Swiss Wine Promotion ha allestito uno stand dedicato ai mestieri della vitivinicoltura, per far scoprire ai giovani le diverse sfaccettature di queste professioni. Le prove hanno permesso di sperimentare concretamente alcune attività del mestiere: esercizi di potatura della vite, processo di fermentazione o ancora presentazione delle diverse fasi del lavoro nella vigna e in cantina.

Un'area didattica ha completato queste attività presentando le caratteristiche del vino e del terroir, i principali aromi e gli elementi che ne influenzano lo stile e la qualità. La presenza di Swiss Wine agli SwissSkills ha così contribuito a valorizzare queste professioni presso le nuove leve e a suscitare l'interesse di numerosi giovani per questo settore appassionante.



Giulio Ciapponi, il vincitore delle competizioni vitivinicole che si sono svolte presso lo stand di Swiss Wine agli SwissSkills. ©Swiss Wine Promotion

7

ENOTURISMO ED ESPERIENZE



ENOTURISMO ED ESPERIENZE | SOMMARIO

Budget: CHF 400'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Numero di partecipanti agli eventi:	1'025'000
Comunicazione digitale - numero di contatti:	23'500'000
Affissioni - numero di contatti:	17'409'400
Esperienze enoturistiche strutturate:	60+
Contatti digitali legati alle esperienze:	6'900'000

Di fronte alla crescente domanda di esperienze immersive e alla necessità di diversificare i ricavi dei viticoltori, Swiss Wine Promotion fa dell'enoturismo un pilastro strategico.

In collaborazione diretta con le regioni e i partner privati, SWP moltiplica gli eventi dedicati per abbattere le barriere di accesso ai terroir. Questa sinergia mira a trasformare la degustazione in una destinazione, garantendo al pubblico incontri autentici e assicurando al contempo lo sviluppo economico del settore vitivinicolo svizzero.

RISULTATO

Numero di visitatori

1'025'000 

Cantine aperte

Le cantine aperte sono gli eventi imperdibili della primavera. Nei mesi di maggio e giugno, 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)

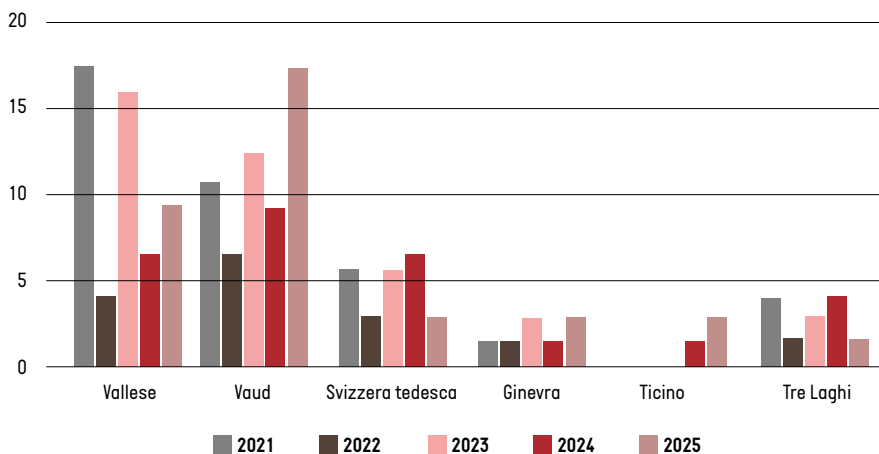
255'000



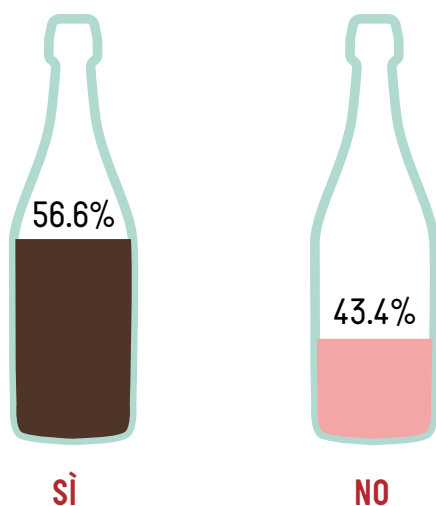
Nel cuore della vendemmia

Per la sua quinta edizione, «Nel cuore della Vendemmia» si è svolto nell'arco di due fine settimana, il 20, 21, 27 e 28 settembre. L'evento ha riunito 42 aziende vinicole e oltre 620 partecipanti, offrendo un'immersione unica nella fase chiave della produzione del vino: la vendemmia. Tra introduzioni, scoperta del savoir-faire dei viticoltori e pranzi conviviali, questo evento mira a sensibilizzare il pubblico sul lavoro in vigna e a rafforzare il legame tra produttori e appassionati.

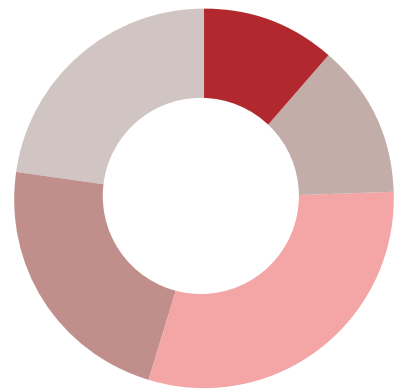
EVOLUZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DELLE AZIENDE VITIVINICOLE



ACQUISTO DI VINO ALLA FINE DELL'EVENTO



PROFILO DEI PARTECIPANTI (ETÀ)



11.4% 25-34

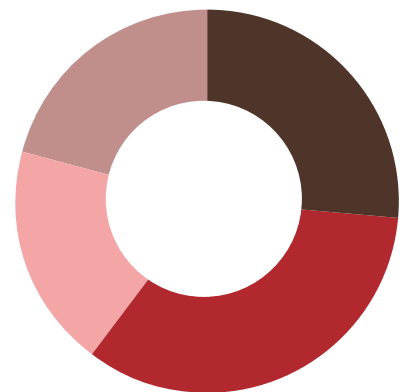
13.2% 35-44

30.2% 45-54

22.6% 55-64

22.6% 65+

PROFILO DEI PARTECIPANTI (TIPO)



26.4% Solo/a

33.90% In coppia

18.9% In famiglia

20.7% Tra amici/amiche

COMUNICAZIONE

La campagna promozionale, svoltasi dal 20 agosto al 28 settembre, ha coperto l'intera Svizzera attraverso cartellonistica DOOH (trasporti pubblici), media cartacei e digitali (Impact Média, Blick, testate regionali), nonché post e paid media sui social media.



AFFISSIONI 17'409'400	MEDIA ANALOGICI 2'706'000	MEDIA DIGITALI 2'741'364	SOCIAL NETWORK 798'903
--	--	---	---

Persone raggiunte in Svizzera: 24'252'587



Nel cuore della vendemmia 2025
©Swiss Wine Promotion



Nel cuore della vendemmia 2025
©Swiss Wine Promotion

Svizzera Turismo

Nel 2025, la collaborazione tra SWP e Svizzera Turismo (ST) si è evoluta, con l'obiettivo di rafforzare la promozione dell'enoturismo in Svizzera e a livello internazionale.

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

- Rafforzare l'immagine di marca di Swiss Wine e dei vini svizzeri;
- Creare sinergie promozionali attraverso azioni comuni;
- Posizionare la Svizzera come una destinazione di scelta per l'enoturismo.

Grazie all'esperienza di SWP e alla rete di ST, questa collaborazione si rivolge al mercato svizzero e ai mercati chiave internazionali, in particolare Germania, Francia, Benelux, Nord America e Giappone.



Swiss Wine al Connecting Switzerland
© Swiss Wine Promotion

GRAPE ESCAPES

Grape Escape è un progetto lanciato da Svizzera Turismo che raccoglie e propone agli utenti alloggi situati tra i vigneti o con vista su di essi. Nel 2025 è stata lanciata una campagna nei mercati del Benelux e della Germania nel mese di giugno. SWP, in qualità di partner ufficiale del progetto, ha beneficiato di una visibilità digitale che ha raggiunto 14 milioni di contatti.



Grape Escapes
©Suisse Tourisme

CULINARY GRAND TOUR

Dal 2025, Swiss Wine Promotion partecipa al Culinary Grand Tour di Switzerland Tourism. In una serie di video informali pubblicati su YouTube e sui social media, Nico e Noah viaggiano attraverso la Svizzera alla scoperta delle specialità regionali. Il vino svizzero viene presentato come elemento essenziale dell'esperienza gastronomica.



Culinary Grand Tour
©Suisse Tourisme



VIDEO	VISUALIZZAZIONI TOTALI	TEMPO MEDIO DI VISUALIZZAZIONE	TARGET
6 (Tre in estate, tre in autunno)	1'090'000	05:40	31% (tra 18 e 34 anni)
			54% (tra 18 e 44 anni)

ST sostiene inoltre la promozione del marchio Swiss Wine Gourmet presso il grande pubblico, dando visibilità ai ristoranti certificati sulla propria piattaforma.

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
- Italia
- Stati Uniti
- Brasile
- Regno Unito
- Cina
- Paesi nordici
- Sud-Est asiatico
- Corea

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).



Tra gli 11 premiati a livello globale, il Domaine du Mont d'Or ha vinto il Global Best of Wine Tourism Award 2026.
©Swiss Wine Promotion

La rete GWC mira a offrire 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.

Best Of Wine Tourism

La rete delle Great Wine Capitals si è riunita a Bordeaux nel 2025 in occasione del suo incontro annuale e per l'annuncio dei Global Best Of Wine Tourism 2026 Awards. La cerimonia ha premiato le migliori esperienze enoturistiche di tutto il mondo.

Tra i finalisti svizzeri, il «Mont d'Or Flash Tag Game» del Vallese ha vinto un premio «Global Best Of Wine Tourism». L'offerta è stata così eletta 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:

- **Architecture/paysage:** Herrschaftlich, Geniessen & Schlafen, Herrschaftlich A.G. - Maienfeld (GR)
- **Art/culture:** Escape Life Da Vinci Vinum, Génie Culturel Sàrl - Sion (VS)
- **Innovation:** Créer votre Dôle des Monts, Maison Gilliard - Sion (VS)
- **Environnement:** L'Equi Wine Tour « Au pas, au trot, au goulot », Léman Dégustation - Genève (GE)
- **Gastronomie/hôtellerie:** Tavolata-fondue dans le vignoble au crépuscle, Cave Jean-Daniel Coeytaux - Yens (VD)
- **Service/Organisation:** Mont d'Or Flash Tag Game, Domaine du Mont d'Or S.A. - Sion (VS)
- **Prix spécial récompensant l'artisanat:** Erlbenisweingut Burkhart - Weinfelden (TG)
- **Prix d'honneur:** Kunst & Wine am Iselisberg - Uesslingen (TG)

NUMERO DI ISCRIZIONI

2021
43

2022
41

2023
47

2024
53

2025
40



Regional Best Of Wine Tourism 2026
©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)

770'000



MONDIAL
DU CHASSELAS
Gutedel • Fendant



Grand Prix
du Vin Suisse



Food Zürich

Tavolata dell'anniversario - 25 anni di Food Zürich

In occasione del suo 25° anniversario, il 24 maggio Food Zürich ha organizzato una Tavolata di compleanno eccezionale. L'evento ha permesso di stabilire un record con una tavola lunga 1,2 km.

I vini svizzeri godevano di un'esclusiva, con una rappresentanza di tutte le regioni viticole svizzere. Più di 7'000 visitatori hanno partecipato a questo evento.

Festival Food Zürich

Per tutta la durata del festival Food Zürich (12 al 22 giugno), i vini svizzeri sono stati proposti in esclusiva nei due bar del festival (Grosse Bar e Kleine Bar). L'evento ha attirato oltre 29'000 visitatori durante l'intera manifestazione.



Food Zürich 2025
©Marco Bilic



8

GASTRONOMIA

GASTRONOMIA | SOMMARIO

Budget: CHF 1'070'000.–

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:	1'320 [+1.3%]
Comunicazione analogica - numero di contatti:	2'719'000
Comunicazione digitale - numero di contatti:	9'810'000
Affissioni - numero di contatti:	51'710'000

Swiss Wine Gourmet

La gastronomia svolge un ruolo chiave nella commercializzazione dei vini svizzeri, rappresentando il **17% delle vendite** secondo lo studio OSMV 2025. 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 intensificato le proprie iniziative, in particolare con l'espansione del marchio **Swiss Wine Gourmet**. È stata infatti lanciata una campagna estiva, nell'ambito della quale tutte le regioni vinicole svizzere sono state messe in risalto nei ristoranti di Zurigo.

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 se soddisfano i seguenti criteri:

- offrire 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

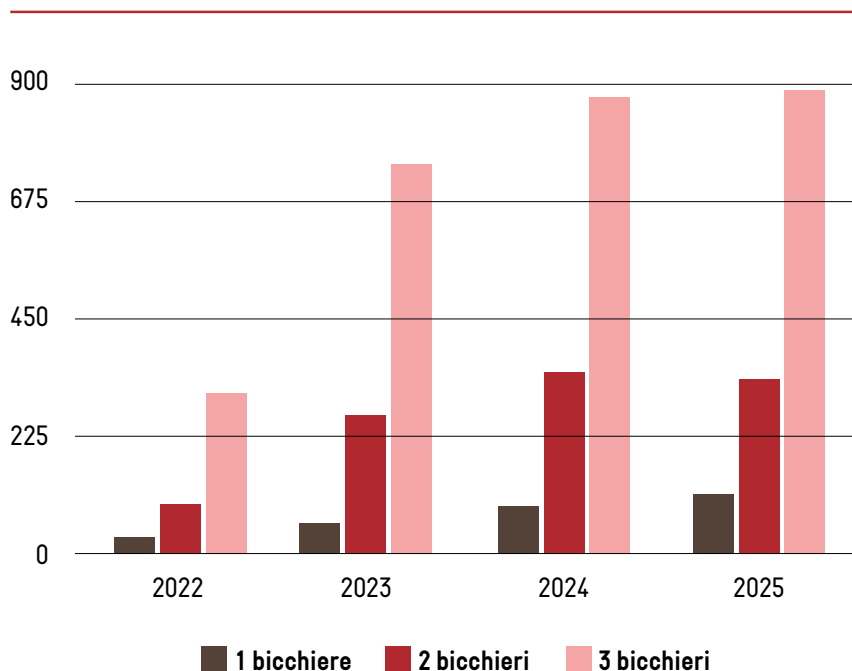
50% di vini svizzeri o almeno 15 vini svizzeri presenti nella carta dei vini



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
+ 1.3%



SWISS WINE SUMMER CHALLENGE

Con lo slogan «Swiss Wine Summer Challenge», Swiss Wine ha organizzato la sesta edizione della sua campagna estiva dal 1° luglio al 31 agosto. Le riprese si sono svolte nella regione di Zurigo. Due protagonisti hanno raccolto diverse sfide per le vie di Zurigo. I due giorni di riprese hanno permesso di mettere in risalto sei ristoranti certificati e le sei regioni viticole.

L'obiettivo di questa campagna era sensibilizzare i consumatori sulla facilità di trovare vini svizzeri nei ristoranti del nostro Paese.

In totale sono stati pubblicati dodici video su Instagram, Facebook, TikTok e Youtube, più precisamente 6 episodi in due parti. La prima parte del video consisteva nello scoprire il vitigno o la regione vinicola in questione e poi trovare il ristorante in cui il vino sarebbe stato degustato. La seconda era dedicata al ristorante e al vitigno o la regione individuata nel video precedente.

Parallelamente, è stato organizzato un concorso per i follower sui nostri social network. Infatti, prima di pubblicare i video, sui nostri social media veniva condivisa un'immagine con un quiz. Commentando la risposta corretta, abbiamo effettuato un sorteggio e ci sono stati sei fortunati vincitori di zaini-aperitivo Swiss Wine.



Swiss Wine Summer Challenge
©Swiss Wine Promotion

COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione della campagna nazionale Swiss Wine Summer Challenge si concentra sui social media, nonché sui media digitali e tradizionali.

I contenuti sui media tradizionali e digitali sono stati pubblicati sulle testate del gruppo CH Media, su Gault&Millau Channel, su LeTemps e sul sito lematin.ch.

La campagna si è svolta principalmente sui social media, con numerose pubblicazioni ogni settimana, tra cui post, caroselli, storie e, in particolare, video. Punto centrale: le sfide, che hanno appassionato il pubblico che ha seguito i protagonisti nella loro «caccia ai vitigni e ai ristoranti» a Zurigo. I concorsi settimanali hanno suscitato grande interesse e hanno permesso di mettere in risalto il marchio Swiss Wine Gourmet e le caratteristiche delle sei regioni viticole svizzere.



RÉSEAUX SOCIAUX 172'560	PARTICIPANTS AUX CONCOURS 1000	MÉDIA DIGITAL 534'200	MÉDIA ANALOGIQUE 1'145'000
-----------------------------------	--	---------------------------------	--------------------------------------

Personne raggiunte in Svizzera: 1'852'760

Partner

FONDATION POUR LA PROMOTION DU GOÛT – LA SEMAINE DU GOÛT

Ogni anno, la Fondazione per la Promozione del Gusto mette in risalto una città o una regione. Nell'ambito di questa collaborazione, SWP presenta durante il gala della Settimana del Gusto i vini della regione designata: per questa edizione, Aigle era sotto i riflettori. L'ambasciatore della Settimana del Gusto svizzera 2025 era il rinomato chef Edgar Bovier. Il vallesano ha collezionato stelle, punti e riconoscimenti. Questo chef, molto legato alla regione dello Chablais, ha presentato un menu degno di questa città incastonata tra le montagne e il Lago Lemano.



Josef Zisyadis, Edgard Bovier e Alexander Barisnikov al Gala della Settimana del Gusto 2025
© Fondazione per la promozione del gusto

GAULT&MILLAU - MIGLIOR SOMMELIER

La partnership con Gault&Millau sensibilizza i ristoranti sull'eccellente qualità e sulla varietà dei vini svizzeri e offre ai produttori interessanti opportunità per creare nuovi canali di vendita nei ristoranti.

In collaborazione con Gault&Millau, il 6 ottobre SWP ha assegnato il premio «Sommelier dell'anno 2026» a Charline Pichon del Restaurant de l'Hôtel de Ville di Crissier.



Jasmin Schmid e Charline Pichon,
Sommelier dell'anno 2026 secondo Gault&Millau
©Thomas Buchwalder

BOCUSE D'OR

Per il sesto anno consecutivo, SWP è partner dell'Académie du Bocuse d'Or. Grazie a questa partnership, SWP beneficia di visibilità durante i concorsi svizzeri, europei e mondiali. L'obiettivo di questa collaborazione è rafforzare i legami tra la gastronomia e i vini svizzeri presso i professionisti del settore. In tutte le attività dell'Académie du Bocuse d'Or, i vini svizzeri sono in primo piano.

Nel 2025, Karina Fruman e il suo assistente Emanuel Sarbach si sono qualificati per partecipare al Bocuse d'Or Europe, che si terrà nel marzo 2026 a Marsiglia. Lei è la prima donna a rappresentare la Svizzera al Bocuse d'Or Europe.



La gioia dei vincitori al Neuro Campus Hotel DAS MORGEN di Viznau
©Pierre-André Fragnière, Bocuse d'Or Suisse 2025

MICHELIN - MICHELIN SOMMELIER AWARD

Il 20 ottobre, la Guida Michelin ha reso nota la sua nuova selezione di ristoranti stellati. Nel corso della cerimonia, Swiss Wine Promotion ha consegnato il «Michelin Sommelier Award» a Charline Pichon del ristorante dell'Hôtel de Ville di Crissier.



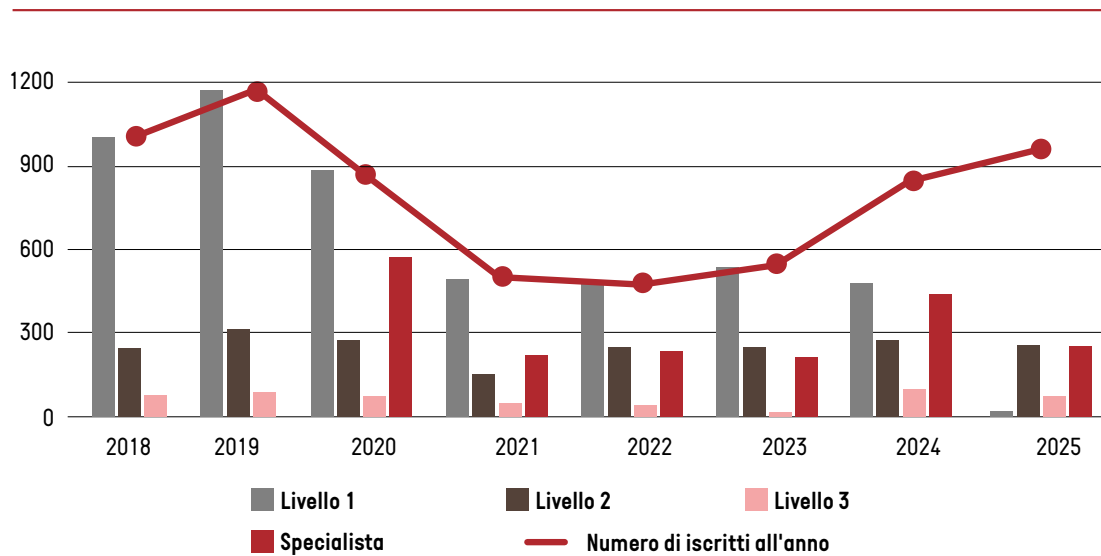
Charline Pichon, Michelin Sommelier Award 2025 secondo Michelin
©Michelin Guide

Swiss Wine Campus

Swiss Wine Campus è un corso di formazione online dedicato ai vini svizzeri, pensato per i professionisti della ristorazione, gli enotecari e gli appassionati esperti.

Nel 2025 la piattaforma ha registrato **961 nuove iscrizioni**, portando il totale a **6'403 utenti** dal suo lancio nel maggio 2018. Quest'anno, **cinque partecipanti** hanno ottenuto l'attestato di livello 1, **277** quello di livello 2 e **66** quello di livello 3.

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 6 all'8 giugno nelle regioni del Vallese e del Cantone di Vaud. Il secondo viaggio ha avuto luogo dal 20 al 21 giugno nella regione dei Tre Laghi. L'obiettivo di questi viaggi enologici è quello di avvicinare gli studenti al vino svizzero.



©Weinakademie



9

DISTRIBUZIONE

DISTRIBUZIONE | SOMMARIO

Budget: CHF CHF 3'800'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Svizzera

PERFORMANCE

Numero di contatti nella grande distribuzione: _____ 14'366'000

Numero di contatti tra i rivenditori: _____ 555'200

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 2025, le operazioni standard sono state sviluppate come segue:



- Insetto speciale sui vini svizzeri
- Newsletter
- Stoppere e opuscoli nei reparti



- Due opuscoli sui vini svizzeri
- Bandierine sugli scaffali e sacchetti di carta alle casse
- Newsletter dedicata ai vini svizzeri durante la vendemmia



- Newsletter
- Insetto speciale
- Promozioni nei punti vendita



- 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



Rivenditori

LE SETTIMANE DEI VINI SVIZZERI

Nel 2025, le Settimane dei Vini Svizzeri sono state organizzate in due sessioni distinte: dal 1° aprile all'11 maggio e dal 1° settembre al 12 ottobre 2025. L'obiettivo è quello di sostenere i rivenditori nella promozione dei vini svizzeri e di avvicinare la loro clientela ai vini elvetici. A questa terza edizione hanno partecipato 22 rivenditori.

L'iniziativa è aperta a tutti i rivenditori che soddisfano i requisiti prestabiliti:

- Impegno per un periodo minimo di due settimane
- Presenza di almeno tre regioni viticole e 15 referenze di vini svizzeri nell'assortimento

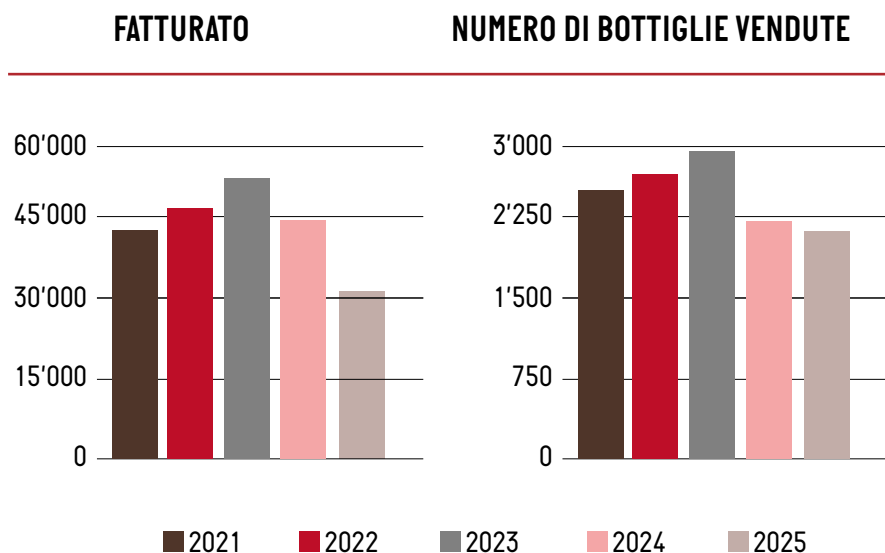


LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Dopo due anni di apertura di un pop-up store nei pressi del Duty Free dell'aeroporto di Ginevra, SWP, in collaborazione con Lagardère Travel Retail, ha occupato per la terza volta lo spazio Bar all'interno del Duty Free dal 29 aprile al 27 maggio. Questa location ha permesso di mettere in risalto i vini dei diversi produttori e per offrirne la degustazione. È stata presentata una selezione esclusiva di vini svizzeri provenienti da tre regioni: Vallese, Vaud e Ginevra.

I produttori erano presenti per presentare i loro prodotti in degustazione nello spazio Bar.

Si rileva un calo generale del fatturato, delle bottiglie vendute e del carrello medio, che si attesta a CHF 21.50.



Evoluzione dell'impatto dell'azione in collaborazione con Lagardère Travel Retail dal 2021 al 2025.
Fonte: Lagardère Travel Retail



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

10

EXPORT



EXPORT | SOMMARIO

Budget: CHF 1'176'000.–

Durata: da gennaio a dicembre

Luogo: Mercati prioritari

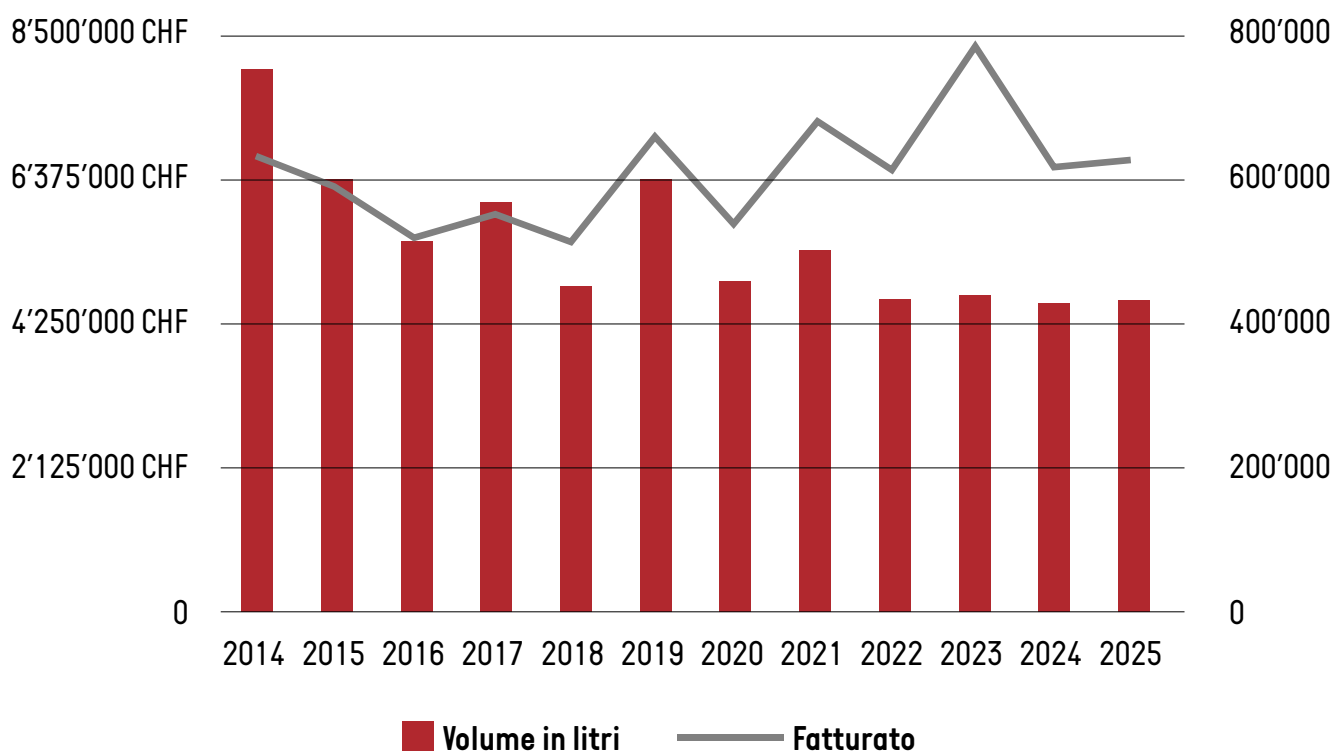
PERFORMANCE

Numero di contatti totali:	470'000
Numero di eventi sui mercati prioritari:	30
Evoluzione delle esportazioni - volume in litri:	+0.06%
Evoluzione delle esportazioni - fatturato:	+2.10%
Evoluzione del Corpo diplomatico - volume in bottiglie:	-22.30%
Evoluzione del Corpo diplomatico - fatturato:	-20.70%

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 2025 si è registrata una leggera crescita in termini di volume e fatturato [+2%]. 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
2025	425'068	6'601'961 CHF	15,53 CHF/l

Fonte: ASCV, Bollettino informativo - esportazione, dicembre 2025

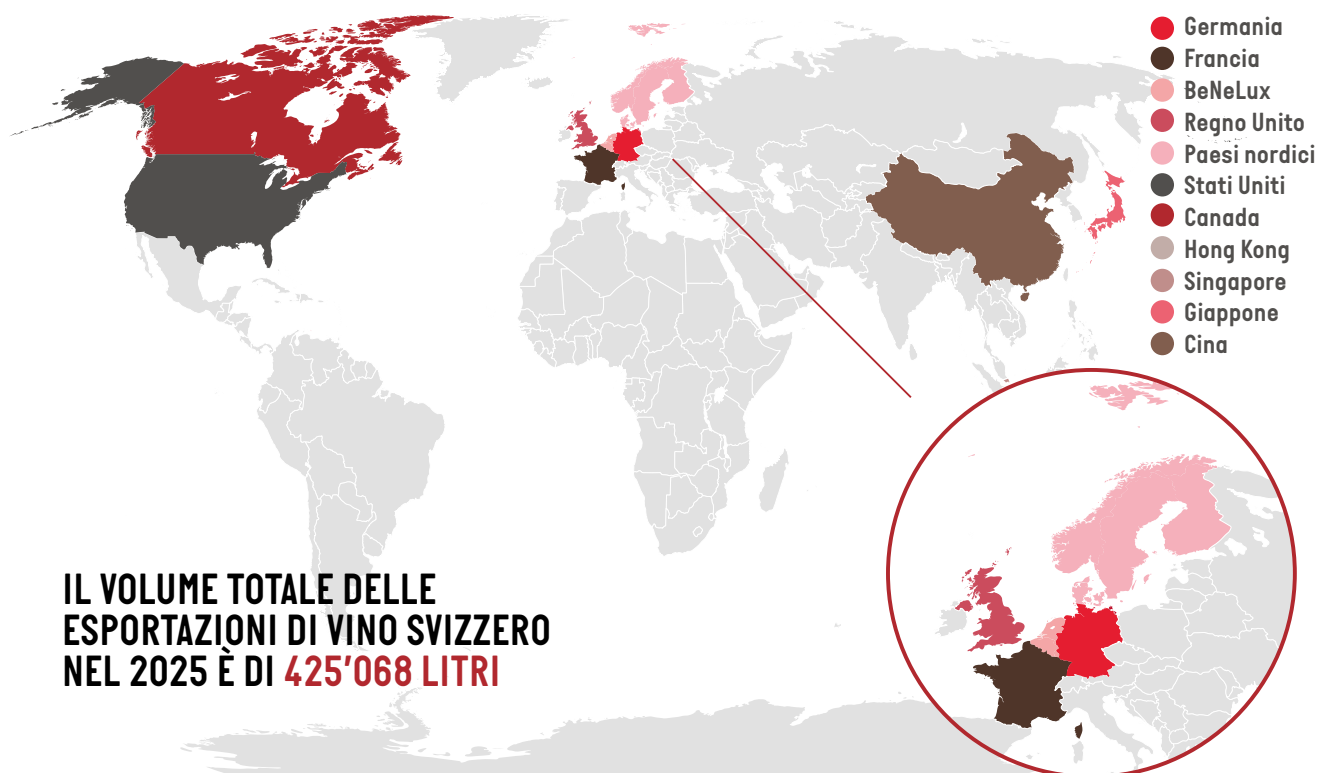
RISULTATI

PREZZO AL LITRO PER IL VINO BIANCO SVIZZERO

13.19 CHF/L

PREZZO AL LITRO PER IL VINO ROSSO SVIZZERO

19.09 CHF/L



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, tenutasi dal 17 al 26 gennaio, è la più grande fiera internazionale dedicata all'alimentazione, all'agricoltura e all'orticoltura. Questo evento annuale riunisce espositori provenienti da tutto il mondo per presentare un'ampia gamma di prodotti alimentari, bevande e innovazioni agricole. Grazie alla partnership con Agro Marketing Suisse e alle sinergie con le organizzazioni di promozione del settore agricolo svizzero, tra cui Swiss Cheese Marketing, Agriturismo Svizzera e Swissmilk, la visibilità dei vini svizzeri su questo mercato è rafforzata.

WINE PARIS & VINEXPO À PARIS

Dal 10 al 12 febbraio, SWP ha partecipato per la terza volta a Wine Paris & Vinexpo. Erano presenti 21 aziende vinicole che hanno presentato 126 vini, oltre all'Associazione per la promozione dello Chasselas.

Aziende vinicole presenti:

Vallese

- Albert Mathier & Söhne
- Cave Luisier
- Cave des Amandiers
- Domaine Jean-René Germanier
- Domaine des Muses
- Histoire d'Enfer
- La Madeleine - André Fontannaz et filles
- Maison MAYE - Les Fils Maye

Tre Laghi

- Caves du Château d'Auvernier
- SiLOU WINES

Svizzera tedesca

- JET

Vaud

- Cave de la Côte
- Domaine Dizerens
- Domaine Louis Bovard
- Les Frères Dutruy
- La Maison Massy
- Schenk SA

Ticino

- Gialdi Vini
- Matasci Vini
- Vinattieri Ticino

Altri

- Association pour la Promotion du Chasselas

RISULTATI

126



Vini svizzeri
disponibili per
la degustazione

Produttori
viticivicoli
presenti

21



NUMERO DI VISITATORI

52'622



Foto di gruppo prima dell'apertura di Wine Paris
© Swiss Wine Promotion

PROWEIN

La fiera internazionale dei vini e degli alcolici di Düsseldorf, in Germania, si è tenuta dal 16 al 18 marzo. Alla fiera erano rappresentate 9 aziende vinicole:

Vallese

- Albert Mathier & Söhne AG
- Bonvin 1858
- Domaine Jean-René Germanier

Tre Laghi

- Caves du Château d'Auvergnier
- SiLOU WINES
- Domaine des Landions

Svizzera tedesca

- JET
- Rötiberg Kellerei

Ticino

- Vini Delea Angelo

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

RISULTATI

54



Produttori vitivinicoli presenti

9

Vini svizzeri disponibili per la degustazione



NUMERO DI VISITATORI

42'000



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

Attività internazionali

Benelux

SWISS WINE WEEK BELGIQUE

In Belgio, la seconda edizione della Swiss Wine Week si è tenuta dal 17 al 22 febbraio 2025, con un programma ampliato e una presenza rafforzata rispetto all'anno precedente.

La settimana ha combinato un'iniziativa mirata nel settore HoReCa, appuntamenti rivolti sia ai professionisti che al grande pubblico, nonché un'importante strategia di comunicazione digitale. Dodici ristoranti, wine bar ed enoteche hanno valorizzato i vini svizzeri per tutta la durata dell'evento, supportati da materiale promozionale dedicato. Diversi locali hanno riportato riscontri molto positivi e, in alcuni casi, hanno deciso di integrare in modo permanente i vini svizzeri nella loro carta.

Il lancio ufficiale si è tenuto presso l'Ambasciata di Svizzera a Bruxelles, con una Masterclass seguita da un momento di networking che ha riunito 21 professionisti, tra cui sommelier, giornalisti e importatori. La partecipazione dei viticoltori è stata particolarmente apprezzata e ha contribuito a rafforzare il coinvolgimento degli ospiti. Il 18 febbraio, due cene dei viticoltori organizzate da Broox e Frank hanno riunito in totale 56 ospiti, generando un significativo coinvolgimento locale. Il 19 febbraio, l'Afterwork «Suisse DiVIN» a Bruxelles ha accolto 91 appassionati, sostenuto da influencer. Infine, dieci caseifici hanno proposto degustazioni di vini e formaggi il 21 e 22 febbraio, permettendo di dare ulteriore visibilità ai vini svizzeri e suscitando un interesse concreto per una presenza a lungo termine.

La campagna mediatica, condotta in collaborazione con Fooding Belgium, vino.be e Winewise, ha superato gli obiettivi prefissati, con oltre 400'000 persone raggiunte tramite le azioni digitali, oltre a solide performance nelle newsletter e sui social network. Nel complesso, l'edizione 2025 conferma la validità del formato: una programmazione arricchita, una stretta collaborazione con i partner svizzeri - in particolare nei settori del turismo e dei formaggi -, una forte mobilitazione dei viticoltori e risultati tangibili in termini di visibilità e inserzioni permanenti. Sono stati tuttavia individuati alcuni punti di miglioramento al fine di ottimizzare ulteriormente la copertura territoriale, il coordinamento della comunicazione e il coinvolgimento del pubblico.



Swiss Wine Week Belgio
©Suisse Tourisme

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 2025, sono presenti 62 referenze.

DEGUSTAZIONI PUBBLICHE

Il 10 febbraio, SWP e Svizzera Turismo hanno organizzato una serata svizzera in una location esclusiva affacciata sui tetti di Parigi e con vista sul Sacro Cuore. In occasione di questo evento, 16 aziende vinicole hanno offerto una degustazione dei propri vini a curiosi e appassionati di vino.



Degustazioni pubbliche
© Svizzera Turismo

DEGUSTAZIONE E MASTERCLASS ALL'AMBASCIATA SVIZZERA IN FRANCIA

L'11 febbraio si è tenuta presso l'Ambasciata svizzera di Parigi una masterclass seguita da una degustazione. La masterclass è stata condotta da Marc Almert, miglior sommelier del mondo 2019, durante la quale gli ospiti hanno potuto degustare vini dell'annata 2015, che è stata un'ottima annata per la viticoltura elvetica. Successivamente, durante la degustazione, dodici produttori e produttrici provenienti da tutte e sei le regioni viticole hanno presentato i loro vini.



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

Regno Unito

SWISS WINE WEEK REGNO UNITO

La seconda edizione della Swiss Wine Week nel Regno Unito si è svolta dal 6 al 12 novembre a Londra, in collaborazione con diversi partner: l'Ambasciata di Svizzera a Londra, Svizzera Turismo, The Institute of Masters of Wine, WSET London School Masterclass The Wine and Spirit Education Trust, Decanter, 67 Pall Mall e Fitting Wines. Sono stati organizzati otto eventi con i partner, che hanno accolto oltre 250 persone.



Swiss Wine Week Regno Unito
© Tom Bradley

Stati Uniti

SWISS WINE WEEK - NEW YORK CITY

Nel 2025, Swiss Wine ha rinunciato a organizzare una grande edizione della Swiss Wine Week a New York. A causa dell'aumento dei dazi doganali, il contesto economico non era favorevole alla realizzazione di un programma di ampio respiro.

Per garantire una presenza sul mercato americano e mantenere la visibilità dei vini svizzeri, SWP Wine ha partecipato al Decanter Fine Wine Encounter, dove una selezione di vini svizzeri è stata presentata a un pubblico internazionale di professionisti e appassionati esperti.

Inoltre, è stato organizzato un pranzo per la stampa in collaborazione con Mike & Jeff The World Wine Guys. Questo evento ha riunito 16 giornalisti e sommelier, offrendo una piattaforma mirata per rafforzare le relazioni con i media e promuovere attivamente la qualità e la diversità dei vini svizzeri sul mercato americano.



Swiss Wine Week a New York City
© Swiss Wine Promotion

Canada

SWISSGRAPES

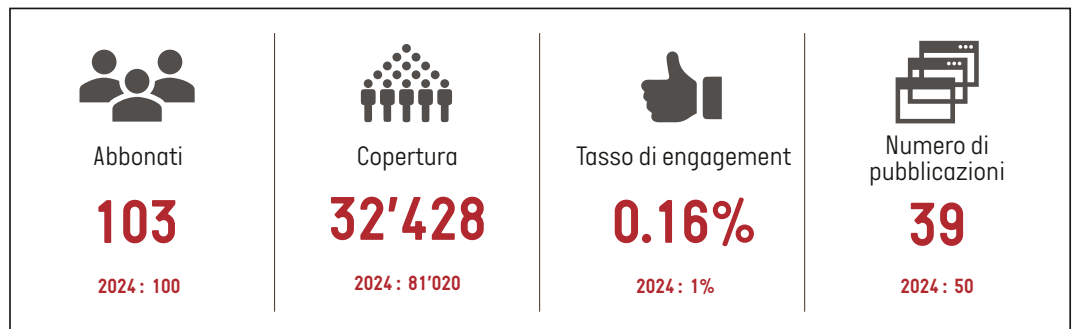
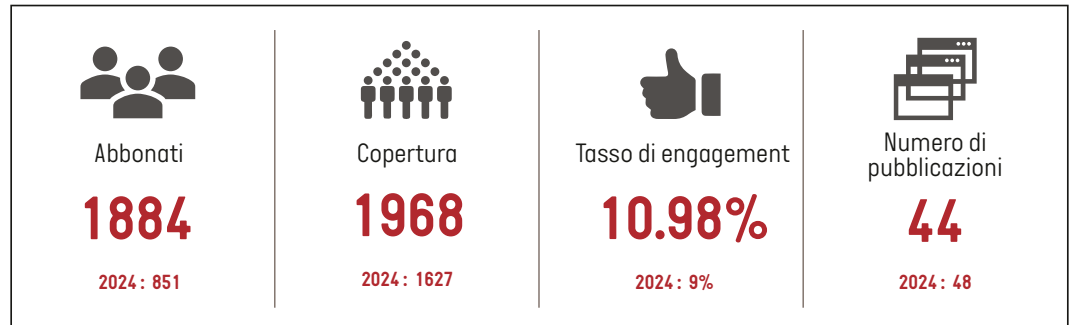
Nel 2025, SwissGrapes ha proseguito lo sviluppo strategico dei vini svizzeri in Canada attraverso 12 iniziative di rilievo, coinvolgendo oltre 6'500 partecipanti, tra appassionati e professionisti. Le iniziative hanno combinato degustazioni mirate (in particolare con la Camera di commercio svizzero-canadese e la rete Stamm EHL), la partecipazione alle fiere Raspipav, nonché eventi istituzionali e gastronomici in collaborazione con Svizzera Turismo e il Consolato svizzero. Nonostante un contesto economico difficile (pressioni doganali, debolezza del dollaro canadese), le vendite e l'interesse per i vini svizzeri hanno registrato una crescita soddisfacente.

L'anno è stato inoltre caratterizzato dal rafforzamento di partnership chiave, in particolare con l'Auberge Saint-Gabriel e il ristorante Le Roux, consolidando la visibilità dei vini svizzeri presso una clientela premium. Parallelamente, sono state gettate le basi per lo sviluppo in Ontario con una prima attivazione a Toronto, aprendo nuove prospettive di crescita per il 2026 e oltre.

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.



CIIE 2025

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 2025
©Swiss Centers China

Giappone

SWISS PAVILLON OSAKA

Nell'ambito della collaborazione con Presenza Svizzera, Swiss Wine è stata partner ufficiale del Padiglione svizzero all'Expo 2025 di Osaka, tenutasi dal 13 aprile al 13 ottobre 2025 a Osaka, nel sito di Yumeshima.

Durante i sei mesi dell'Esposizione Universale, i vini svizzeri sono stati serviti in esclusiva all'Heidicafé del Padiglione svizzero, che offre una vista panoramica sul sito dell'Expo. Swiss Wine ha fatto in modo che ogni brindisi durante l'evento fosse accompagnato da un'accurata selezione di vini provenienti dalle migliori aziende vinicole del Paese.

I visitatori hanno così potuto scoprire l'eccezionale diversità e qualità dei vini svizzeri. Alla House of Switzerland, diverse regioni vinicole sono state rappresentate da aziende premiate provenienti da tutto il territorio elvetico.



Swiss Wine a Osaka
© Présence Suisse

SINGAPORE

Nel 2025 sono state organizzate per la prima volta a Singapore due edizioni delle Swiss Wine Weeks, segnando una tappa strategica fondamentale nello sviluppo dei vini svizzeri nel Sud-Est asiatico. La prima edizione, tenutasi a maggio e coordinata da Swiss Wine Promotion in collaborazione con WineCircle, ha riunito oltre 1000 partecipanti attraverso 12 eventi organizzati nell'arco di 11 giorni. Sono state presentate 35 referenze provenienti da nove aziende vinicole, con circa 480 bottiglie vendute direttamente o tramite canali di distribuzione. La presenza dei viticoltori si è rivelata determinante, generando circa il 75% delle vendite e rafforzando l'impatto commerciale e relazionale dell'iniziativa.

La seconda edizione, organizzata a novembre (4ª edizione del progetto a Singapore), ha confermato la maturità e la credibilità del modello. Sono stati raggiunti 1'080 partecipanti unici, sono state presentate 65 annate provenienti da 16 aziende vinicole svizzere e sette viticoltori hanno partecipato all'evento. Due eventi di punta - la Swiss Wine Fair (200 partecipanti, edizione sold out) e il concorso di sommellerie all'EHL Campus - hanno rafforzato il posizionamento qualitativo dei vini svizzeri presso i professionisti e gli opinion leader. Dopo diversi anni di sviluppo progressivo, Singapore è ormai considerata un mercato consolidato, aprendo una nuova fase di crescita sostenibile per i vini svizzeri nella regione.



Swiss Wine Week a Singapore
© Benjamin Chia | © Decanter

India

PROWINE MUMBAI 2025

Nel 2025 SWP ha collaborato per la prima volta con TEPA.swiss per sostenere la presenza dei vini svizzeri a ProWine Mumbai 2025 (31 ottobre - 1° novembre 2025). Questa prima iniziativa ha segnato il lancio operativo del progetto «Swiss Wine India» nell'ambito dell'accordo commerciale India-AELS (TEPA), che ha introdotto una riduzione progressiva dei dazi doganali e aperto una finestra strategica per i vini svizzeri premium.

In occasione di ProWine Mumbai 2025, 10 viticoltori svizzeri hanno presentato 54 vini all'interno del Padiglione svizzero. L'evento ha generato 253 contatti qualificati, di cui 117 potenziali acquirenti, portando a diversi incontri di follow-up e alle prime commesse previste. Il tasso di soddisfazione degli espositori ha raggiunto il 100%, con un eccellente riscontro sull'organizzazione, la qualità dei visitatori e il potenziale commerciale.



Swiss Wine India a Mumbai
© Switzerland Global Enterprises

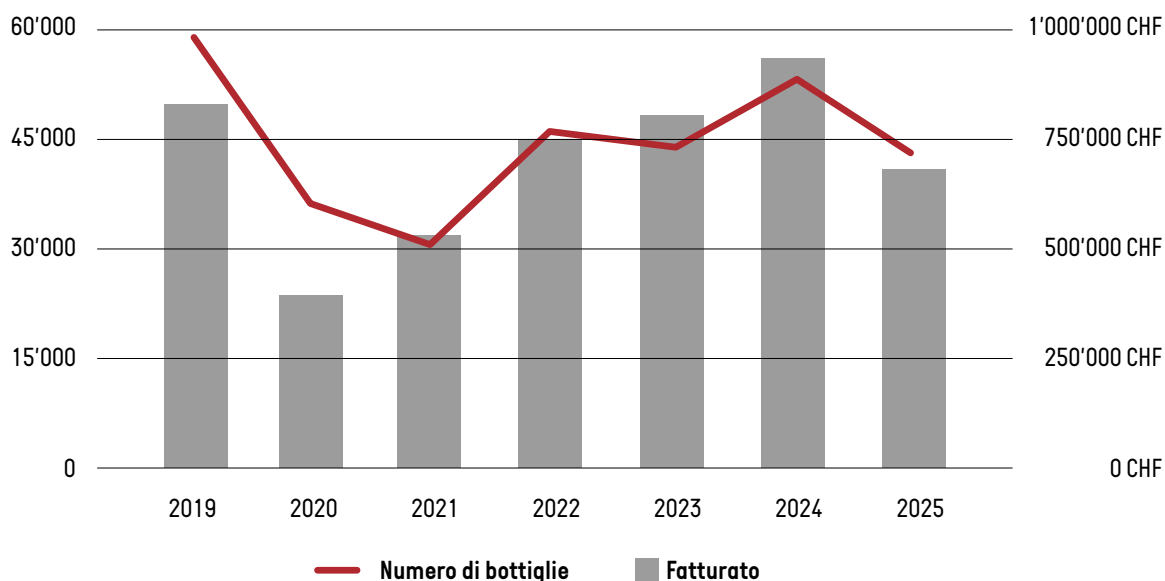
Corpo Diplomatico

Nel 2025, il fatturato e il numero di bottiglie ordinate sono diminuiscono rispettivamente del 20.7% e del 22.3% rispetto all'anno precedente. Ad aprile è stata lanciata una nuova piattaforma di ordinazione, sviluppata per essere più facile da usare da parte delle ambasciate e dei consolati. Ciò dovrebbe consentire di aumentare le vendite in futuro.

	Quantità				Valore	
	2024	2024	2025	2025	2024	2025
	Nr bott	%	Nr bott	%	CA (prezzo bott)	CA (prezzo bott)
BIANCHI	26'265	50,69%	18'962	47,10%	415'177	316'769
ROSE	1'332	2,57%	984	2,44%	20'974	16'259
ROSSI	17'175	33,15%	13'716	34,07%	330'446	261'718
SPUMANTI	6'376	12,31%	5'881	14,61%	118'213	108'003
DOLCE	96	0,19%	112	0,28%	2'027	2'536
LIQUORI-DISTILLATI	499	0,96%	308	0,76%	22'503	12'188
Altri/senz'alcool	70	0,14%	288	0,72%	988	4'951
BIRRE	-	-	12	0,03%	-	60
TOTALE VINO	51'813	100%	40'263	100%	910'328	722'485

Dati di vendita annuali di vino del Corpo Diplomatico, confronto tra il 2024 e il 2025.
Fonte: Swiss Wine, gennaio 2026

EVOLUZIONE DEL CORPO DIPLOMATICO PER NUMERO DI BOTTIGLIE E FATTURATO



Fonte: Swiss Wine, 2025

CONFERENZA DEGLI AMBASCIATORI SVIZZERI

Il 18 agosto 2025, Swiss Wine Promotion ha partecipato alla Conferenza degli ambasciatori al Bellevue Palace di Berna, nell'ambito della collaborazione con Svizzera Turismo. All'evento hanno preso parte circa 150 ambasciatrici e ambasciatori. SWP era presente con viticoltrici e viticoltori delle sei regioni viticole svizzere per presentare la diversità dei vini svizzeri.



Conferenza degli ambasciatori a Berna
© Suisse Tourisme



11

STUDI E RICERCHE

RAPPORTO OSMW 2025

Nel 2025, i volumi di vino svizzero venduti nella grande distribuzione sono in calo [-2.9%] e i prezzi medi sono rimasti stabili [-0.5%]. In confronto, le vendite di vini stranieri nella grande distribuzione sono diminuite del -3.8% e i loro prezzi medi sono rimasti stabili [-0.1%].

Più in dettaglio, si nota che le vendite dei vini AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) registrano due tendenze opposte. I vini rossi e bianchi registrano un calo delle vendite, con cali del -7.5% e del -6.1%, accompagnati da un aumento del 1% dei prezzi per i vini bianchi e da prezzi stabili per i rossi (0.1%). Al contrario, le vendite dei vini rosati AOC aumentano dell'8% con un calo dei prezzi del -3.1%. Per i VdP svizzeri, di tutti i colori, si registra un aumento dei volumi e dei prezzi.

In termini di fatturato, i vini svizzeri nella grande distribuzione, di tutti i colori e categorie, registrano un calo del -3.4% rispetto al 2024, così come i vini stranieri [-3.9%].

Nel 2025, la quota di mercato dei vini svizzeri rispetto al totale dei vini nella grande distribuzione è del 25%, ovvero 0.2% rispetto al 2024. Nel dettaglio, la quota di mercato dei vini rosati svizzeri cresce del 1.6% rispetto al totale dei vini rosati, mentre quella dei vini bianchi registra un calo del -1.4%. La quota di mercato dei vini rossi varia del 0.2% e quella degli spumanti rimane stabile rispetto all'anno precedente.

I vini bianchi rappresentano il 55.4% del volume totale dei vini svizzeri, mentre i vini rossi rappresentano il 23.2% e i vini rosati il 18.8%. I vini spumanti svizzeri, dal canto loro, costituiscono il 2.6% del totale dei vini svizzeri.

Fonte: Rapporto OSMV 2025



12

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



