

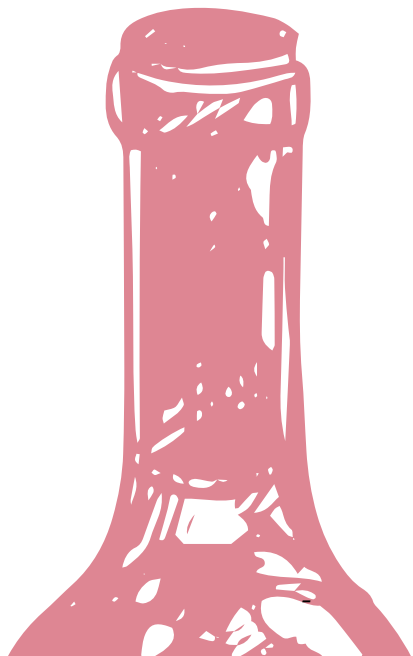
RAPPORTO ATTIVITÀ 2023



Da consumare con moderazione

Svizzera. Naturalmente.





LE CIFRE CHIAVE DEL 2023 IN UN COLPO D'OCCHIO



101 MILIONI* DI LITRI DI VINO

Produzione totale di vino svizzero

235,9 MILIONI* DI LITRI
DI CONSUMO TOTALE

di vino in Svizzera, di cui 91 milioni
di litri di vino svizzero

14.605* ETTARI

superficie vitivinicola

434.413 LITRI DI VINO
SVIZZERO ESPORTATI

19.16 CHF/litro in media

OLTRE 50 MILIONI DI
PERSONE SONO STATE

raggiunte da campagne promozionali
in Svizzera e all'estero

18 MILIONI DI CHF

Impegno finanziario complessivo

8 DIPENDENTI

Fonte: Rapporto "L'anno del vino 2023", Ufficio federal dell'agricoltura

SOMMARIO

Le cifre chiave del 2023	02
Editoriale	04
1. Azienda	06
Organizzazione	06
Strategia 2022-2025	09
2. Focus dell'anno 2023	12
3. Notorietà	14
Comunicazione	15
Formazione	21
Concorsi nazionali	23
Concorsi internazionali	25
4. Sostenibilità	26
5. Esperienze	30
Cantine aperte	31
Nel cuore della vendemmia	32
Svizzera Turismo	34
Great Wine Capitals	36
Best Of Wine Tourism	37
Eventi partner	38
6. Gastronomia	40
Swiss Wine Gourmet	41
Partner	44
7. Distribuzione	46
Grande distribuzione	47
Rivenditori	48
8. Esportazioni	50
Esportazioni	51
Fiere internazionali	54
Altre attività internazionali	57
Germania	57
Belgio	58
Danimarca	58
Francia	59
Regno Unito	61
Stati Uniti	62
Canada	63
Asia	63
Corpo diplomatico	65
9. Studi e ricerche	66
10. Conti	68
11. Rapporto dell'organo di revisione	74
12. Proposta agli azionisti	76
13. Impressum	79



EDITORIALE



Robert Cramer, Presidente SWP

UN ANNO DECISIVO

Swiss Wine Promotion ha una tabella di marcia: il suo piano strategico per il periodo 2022-2025. L'attuazione di questa strategia e delle misure da intraprendere richiede risorse finanziarie che sono state quantificate. Nel 2023, per la prima volta, abbiamo potuto disporre delle risorse necessarie.

Questa è stata una svolta decisiva per la promozione dei vini svizzeri. La nostra sovvenzione è stata aumentata da 2,8 a 9 milioni. Un tale importo avrebbe potuto essere sbloccato solo se si fosse trovata una somma equivalente altrove, cosa che è stata fatta. La Confederazione ci ha permesso di disporre di un finanziamento che inizia a essere paragonabile a quello dei nostri concorrenti stranieri (ad esempio, lo Stato italiano da solo sovvenziona la promozione dei propri vini in Svizzera per un importo di circa 20 milioni di euro).

Questo sostegno alla promozione è stato duramente conquistato: sia l'Ufficio federale dell'agricoltura che il Consiglio federale si sono opposti. Un grande ringraziamento va quindi alla maggioranza dei parlamentari che hanno reso possibile questo sostegno con un emendamento al bilancio 2023, e un ringraziamento speciale va ai consiglieri nazionali Jacques Bourgeois e Marco Romano che hanno guidato questa manovra!

Vorrei inoltre ringraziare tutto il team di SWP, la direzione e il personale, che sono stati messi al corrente del budget triplicato solo alla fine di dicembre 2022 e che sono riusciti, in una situazione di innegabile carenza di personale, nell'impresa di portare a termine le azioni previste, ben sapendo che l'amministrazione federale non avrebbe perdonato eventuali passi falsi. Non è facile, da un giorno all'altro, gestire un bilancio tre volte più grande. Siamo perfettamente consapevoli che questo segno di fiducia del Parlamento ci onora e pone noi e i nostri partner fronte a un obbligo.

I primi risultati incoraggianti sono una buona notizia. Nonostante il consumo complessivo di vino in Svizzera sia in calo, il consumo di vini svizzeri è cresciuto del 3,8%, il che ha significato un aumento della loro quota di mercato dal 37% al 38,6%.



1

AZIENDA

AZIENDA

Swiss Wine Promotion (SWP) è incaricata dall'Interprofessione 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

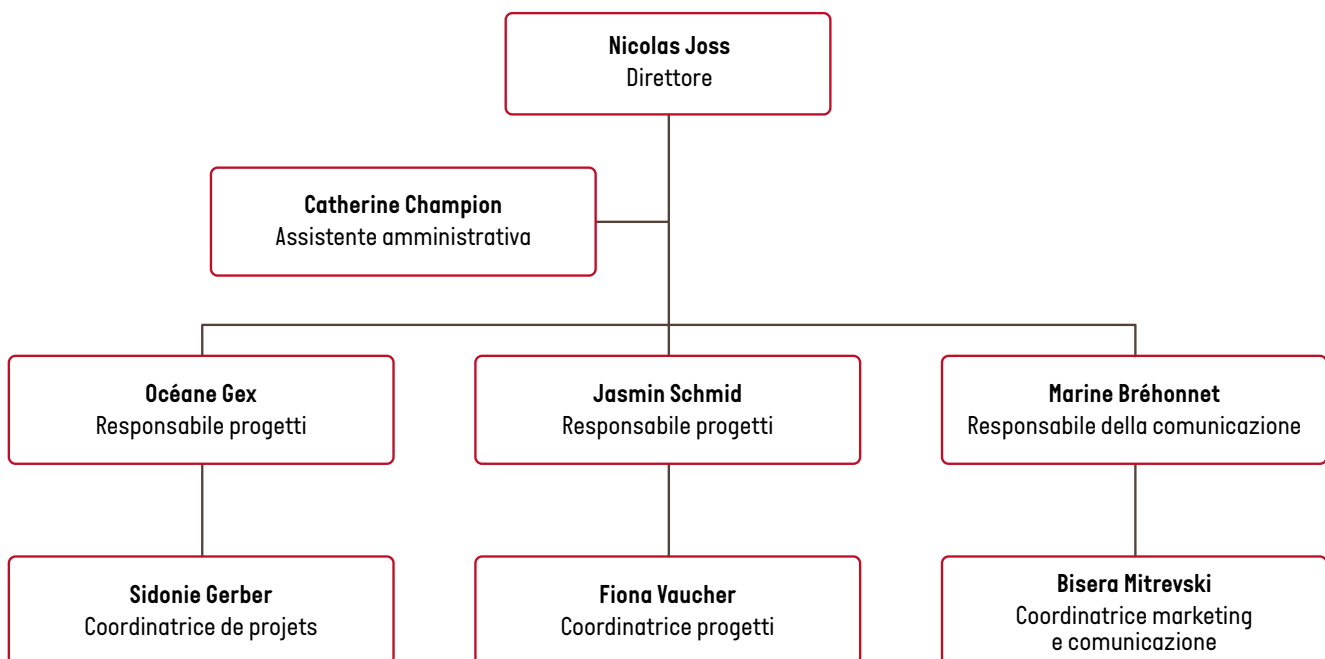
Gérard-Philippe Mabillard	IVV (Vallese)
Benjamin Gehrig	OVV (Vaud)
Jürg Bachofner	BDW (Svizzera tedesca)
Denis Beausoleil	OPAGE (Ginevra)
Andrea Conconi	Ticinowine (Ticino)
Mireille Bühler	NVT (Neuchâtel)

MEMBRI DELLA COMMISSIONE MERCATO

Evelyn Boedts	Divino-Rutihäuser SA, Winthertur ZH
David Delea	Angelo Delea SA, Losone TI
Henry Grosjean	Château d'Auvernier, Auvernier NE
Cédric Guillod	Délégué FSV, 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
Pascal Rubin	Henri Badoux, Aigle VD

SQUADRA OPERATIVA

Nicolas Joss	Direttore
Océane Gex	Responsabile progetti
Jasmin Schmid	Responsabile progetti
Marine Bréhonnet	Responsabile della comunicazione
Justine Brand	Collaboratrice amministrativa (uscite al 28 febbraio 2023)
Fiona Vaucher	Coordinatrice progetti (entrante al 20 febbraio 2023)
Bisera Mitrevski	Coordinatrice marketing e comunicazione (entrante al 1° marzo 2023)
Sidonie Gerber	Coordinatrice progetti (entrante al 1° aprile 2023)
Catherine Champion	Assistente amministrativa (entrante al 25 settembre 2023)



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

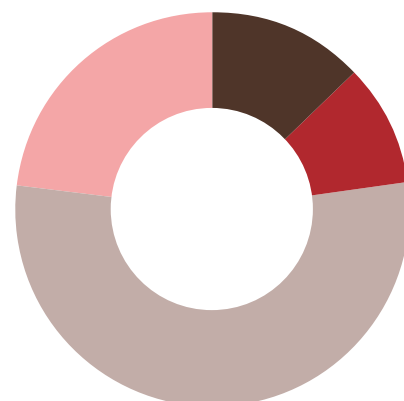
In Svizzera, la vitivinicoltura genera un valore di produzione compreso tra 560 [2013] e 747 [2018] milioni di franchi svizzeri.

Per il 2020, la stima è di 630 milioni di franchi svizzeri. Oltre alle entrate generate per l'economia nazionale, la vitivinicoltura contribuisce in misura minore alle esportazioni. ¹ Complessivamente, la vitivinicoltura impiega più di 16.000 persone in 5.000 aziende direttamente o indirettamente collegate al settore viticolo.

Dopo un 2017 difficile, la vendemmia 2018 è stata un'annata qualitativa e produttiva, con una produzione superiore del 12,6% rispetto alla media decennale. Nel 2019 è seguita una seconda vendemmia altrettanto qualitativa e produttiva, con una produzione di 98 milioni di litri. Ciò ha comportato un aumento delle scorte di vino svizzero, che ha creato tensioni nella commercializzazione dei nostri vini. Nel 2020, la vendemmia è stata scarsa, inferiore del 13% rispetto alla media decennale, a causa di una gelata primaverile e di una forte riduzione delle quote di produzione in diversi cantoni. Quest'ultima decisione è stata presa in relazione alla pandemia di Covid-19, che ha portato alla chiusura del settore gastronomico e alla cancellazione di importanti eventi popolari. La limitazione della quota aveva lo scopo di preservare il valore dei vini svizzeri a denominazione di origine controllata (DOC) ed evitare il crollo del mercato. Nel 2021, la viticoltura svizzera ha registrato il raccolto più scarso dal 1957, con soli 61 milioni di litri di vino prodotti, un calo del 36% rispetto alla media degli ultimi dieci anni. Le gelate notturne di aprile, le forti piogge estive e le malattie della vite hanno causato importanti perdite di raccolto. Nonostante la bassa quantità, la qualità è stata preservata grazie alla favorevole maturazione delle uve alla fine dell'estate. Nel 2022, la produzione svizzera di vino ha raggiunto i 99 milioni di litri, registrando un aumento del 63% rispetto al 2021, un anno storicamente basso. Questo aumento varia da regione a regione, con un incremento del 94% nella Svizzera tedesca, del 63% nella Svizzera romanda e dell'8% nella Svizzera italiana. Il clima caldo e secco ha favorito la maturazione dell'uva e la lotta alle malattie, con una fioritura ottimale e un raccolto di qualità. ²

Dal punto di vista del consumo, secondo il rapporto «L'anno viticolo 2023» redatto dall'UFAG, il consumo di vino ha raggiunto i 235,9 milioni di litri, di cui 91 milioni di litri di vino svizzero. Il consumo di vino in tutti i canali è aumentato del 3,8% per i vini svizzeri e diminuito del 3,1% per i vini stranieri rispetto al 2022. La quota di mercato dei vini svizzeri è aumentata fino a raggiungere il 38,6%.

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



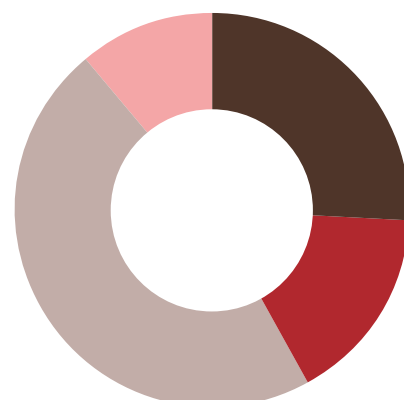
13% Vendita diretta

10% HoReCa

54% Rivenditori-distributori

23% Commercio

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



26% Vendita diretta

16% HoReCa

47% Rivenditori-distributori

11% Commercio

Fonte: Rapporto annuale OSMV 2022

¹ Conti economici UST | ² Rapporto «L'anno vinicolo» 2017, 2018, 2019, 2021, 2022

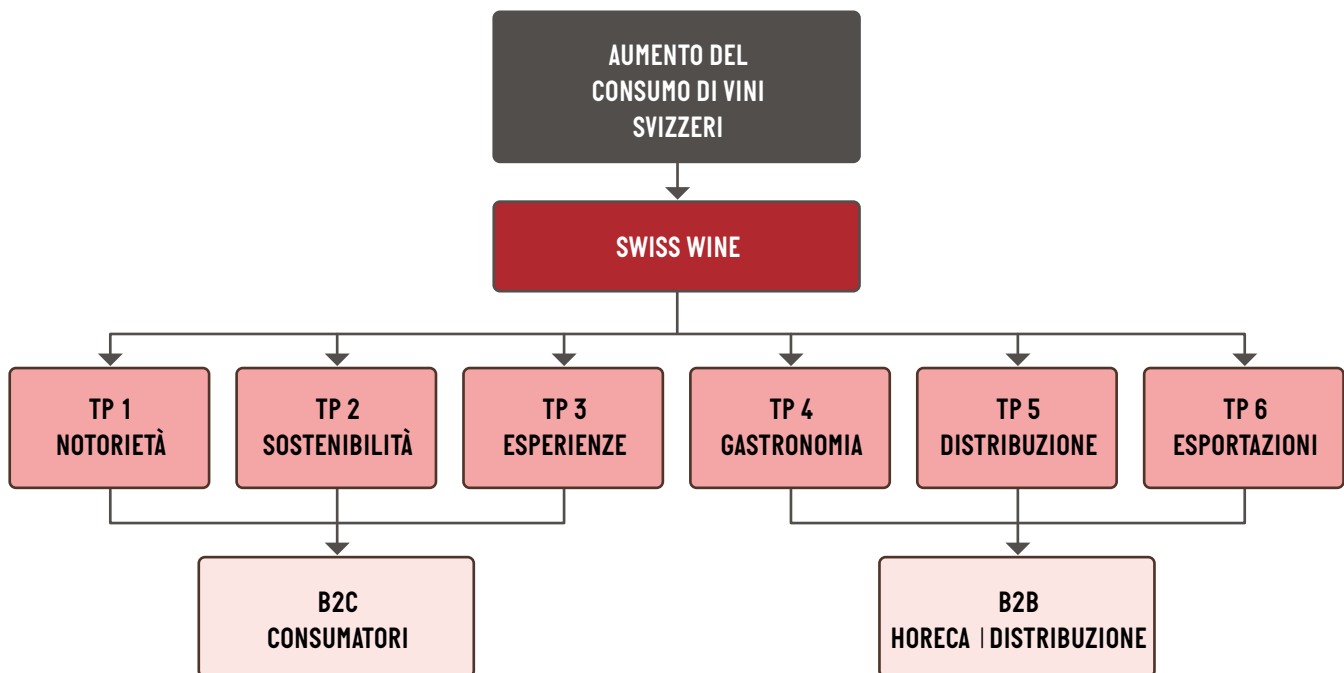
Nel settore della grande distribuzione, nel 2023, le vendite di vino (svizzero e straniero) registrano una diminuzione del -3,5% in termini di volume, con un leggero aumento del +1% in termini di prezzo. I vini stranieri osservano un calo maggiore in termini di volume [-3,7%] rispetto ai vini svizzeri [-3,1%]. In aumento i prezzi dei vini svizzeri [+2,4%]. I vini bianchi osservano un calo minore in termini di volume [-1,1%] rispetto ai vini rossi [-6,2%] e ai vini rosati [-4,6%]. La quota di mercato dei vini svizzeri venduti nella grande distribuzione (Nielsen) rappresenta il 10,7% e il 28,1% negli altri canali (rivenditori, gastronomia, vendita diretta ed esportazioni). Complessivamente, la quota totale dei vini svizzeri rappresenta il 38,8%.

Per quanto riguarda il settore della gastronomia, la presenza dei vini svizzeri varia molto a seconda della regione e del tipo di ristorazione. Secondo l'Ufficio federale di statistica (UST), nel 2020 nel settore della ristorazione si contavano circa 24.000 esercizi, di cui circa il 33% offriva vino, ovvero 8.000 aziende.

Per quanto riguarda le esportazioni, negli ultimi anni i vini svizzeri hanno subito delle fluttuazioni. Nel 2022, è stata rilevata una diminuzione dei volumi [-13%] e del fatturato [-9%], mentre il prezzo al litro ha continuato ad aumentare [+5%]. A fine 2023, però, i risultati sono più incoraggianti, con un aumento del +21% del prezzo medio al litro, che ha raggiunto i 19,16 CHF/l, e una leggera crescita dei volumi esportati pari al +0,8%.

Obiettivi di efficienza

La strategia di Swiss Wine è caratterizzata da un forte posizionamento del marchio tra i consumatori, al fine di generare una preferenza spontanea per i vini svizzeri. SWP desidera risvegliare un sentimento di orgoglio e fiducia affinché, nella scelta, il consumatore opti, naturalmente e senza esitazione, per un vino svizzero. L'obiettivo principale di questa strategia è aumentare la quota di mercato dei vini svizzeri fino al 40%. Per raggiungere questo obiettivo, che consiste nel rafforzare la notorietà del marchio Swiss Wine e dei vini svizzeri, SWP si basa su una strategia a sei pilastri:



La notorietà ha lo scopo di rafforzare la comunicazione con il gruppo target dei consumatori in senso lato, ma anche indirettamente con i professionisti del settore gastronomico, i distributori e i rivenditori. Questo pilastro mira a far conoscere il marchio Swiss Wine e i vini svizzeri attraverso campagne di comunicazione di grande impatto, collaborazioni con ambasciatori e influencer, nonché la promozione dei vini svizzeri nell'ambito di concorsi nazionali e internazionali.

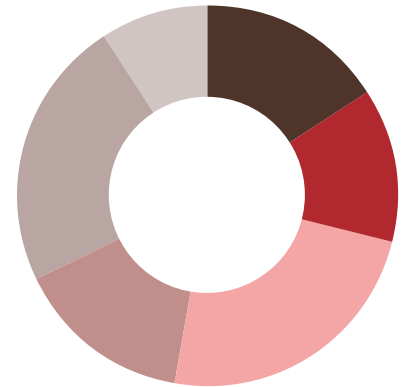
La sostenibilità mira a comunicare l'importanza di preferire i vini svizzeri a quelli stranieri, realizzando così i tre pilastri della sostenibilità: ecologico, economico e sociale. Alla fine dell'anno è stata lanciata una campagna nazionale. Tre immagini chiave hanno evidenziato la regionalità, l'impegno e il know-how dei viticoltori.

Il pilastro dell'esperienza riunisce tutte le attività che offrono visibilità ai vini svizzeri grazie alle azioni di SWP o dei suoi partner. L'obiettivo di queste esperienze è permettere alle persone di scoprire i vini svizzeri in modo diverso, creando momenti memorabili e contatti privilegiati con i produttori e incoraggiando la scelta spontanea dei vini svizzeri.

Le attività legate alla gastronomia mettono in risalto i vini svizzeri nei ristoranti con il marchio Swiss Wine Gourmet durante tutto l'anno, con un'attenzione particolare in estate. Le partnership aiutano a promuovere i vini elvetici presso i professionisti del settore.

La distribuzione ha l'obiettivo di rafforzare i legami e creare nuove sinergie con i distributori e i rivenditori, al fine di mantenere e aumentare la quota di mercato dei vini svizzeri nei canali di distribuzione.

RIPARTIZIONE DELLE RISORSE FINANZIARIE PER SOTTO-PROGETTO IN 2023



16% Notorietà

13% Sostenibilità

24% Esperienze

15% Gastronomia

23% Distribuzione

9% Esportazioni

A woman wearing a white dress with a red and orange floral pattern is seated at a table. The table is covered with a teal, textured tablecloth. Two wine glasses filled with a light-colored beverage are on the table. A silver pocket knife is also visible. The woman's hands are visible, one near the top left and another near the bottom right. A red circle with the number '2' is positioned above the text.

2

FOCUS DELL'ANNO 2023



Nicolas Joss, Direttore SWP

UN RAFFORZAMENTO DELLA NOSTRA IMMAGINE ATTRAVERSO MOLTEPLICI INIZIATIVE

I lavori preparatori svolti nel 2022 hanno spinto tutte le attività di Swiss Wine Promotion in una nuova dimensione a partire da gennaio 2023, in seguito al sostegno del Parlamento a favore della promozione dei vini svizzeri.

Pur mantenendo la linea di condotta stabilita dalla strategia generale, abbiamo apportato una serie di modifiche a tutte le nostre iniziative, principalmente al fine di sviluppare una maggiore visibilità della nostra identità, garantire la nostra sostenibilità e permettere la realizzazione di progetti più adeguati a ciascun mercato.

Comunicare è bene, ma comunicare generando adattamenti regolari per mantenere lo slancio è ancora meglio. Questo è stato il nostro principio guida dopo lo studio sulla notorietà del nostro marchio Swiss Wine. Tutti i messaggi promozionali sono stati riorientati per concentrarsi sul logo quadrato e le identità regionali sono state meglio integrate. Questo punto è fondamentale per lo sviluppo delle nostre attività. Il futuro si costruisce anche grazie all'eccellente rapporto interregionale con gli enti cantonali. C'è un reale desiderio comune di sviluppare un messaggio unico per i vini svizzeri. Progetti congiunti originali come « Swiss Wine Summer », « Nel cuore della vendemmia », la nuova campagna « Locale e sostenibile », lo stand all'OLMA e il libro per bambini « Swinis » dimostrano questa volontà.

Nel settore della gastronomia, l'attenzione si è concentrata sulla promozione delle strutture riconosciute con il marchio « Swiss Wine Gourmet », migliorando le partnership con le organizzazioni di settore come Gastrosuisse e Hôtellerie Suisse e mantenendo solidi legami con Gault&Millau, Michelin, l'Accademia del Bocuse d'Or e Tables Ouvertes.

Anche il settore dei rivenditori e distributori ha conosciuto un rilancio con la creazione di un periodo promozionale specifico con lo slogan « Solo per te ».

Infine, a livello internazionale, SWP ha puntato sullo sviluppo dei mercati prioritari con il concetto delle « Swiss Wine Week - Settimane del vino svizzero », il continuo sostegno alla presenza dei vini svizzeri nei concorsi internazionali e una nuova esperienza al salone Wine Paris, dove la presenza svizzera ha suscitato un grande entusiasmo.

Nel complesso, è difficile riassumere in poche righe tutto il lavoro svolto dal mio team e dalle organizzazioni regionali. Ma possiamo essere orgogliosi dell'impegno di tutti a favore dei vini svizzeri, perché tutti noi incarniamo l'eccellenza dei vini svizzeri.

A man in a light grey polo shirt is shown in profile, holding a smartphone in his right hand and a wine glass in his left. The phone screen displays a group photo of people. In the background, there is a vineyard with rows of grapevines and a large white building under a warm, golden sunset sky. To the right, the back of a woman's head and her wine glass are partially visible.

3

NOTORIETÀ

NOTORIETÀ

La promozione dei vini svizzeri in Svizzera e all'estero avviene attraverso diversi canali. Ci sono attività e azioni sul campo, relazioni pubbliche, promozione delle vendite e comunicazione digitale per raggiungere i diversi target di riferimento.

Per raggiungere i propri obiettivi, SWP produce contenuti multimediali, collabora con gli ambasciatori del marchio e distribuisce contenuti attraverso i canali sopra menzionati.

Studio di notorietà

L'ultimo studio di notorietà sul marchio Swiss Wine è stato condotto nel 2017. Per questo motivo, nel giugno 2023, è stato condotto un nuovo studio per misurare l'impatto delle attività di Swiss Wine. I risultati sono positivi e incoraggianti.












Per quanto riguarda la notorietà non assistita del logo Swiss Wine: il 16% degli intervistati pensa di aver già visto il logo Swiss Wine (senza il testo). Il 4% di loro risponde correttamente indicando Swiss Wine Promotion o vigneto svizzero alla seguente domanda aperta, ossia a quale azienda o organizzazione si riferisce. Dall'indagine del 2017, la notorietà non assistita del logo è migliorata significativamente del 3,6%. Per quanto riguarda la notorietà assistita, il 44% degli intervistati conosce Swiss Wine Promotion, almeno per nome. La notorietà assistita è quindi significativamente più alta di 30 punti percentuali rispetto all'indagine del 2017.

Promozione

SWP utilizza una serie di strumenti per promuovere il marchio Swiss Wine. Sia attraverso i media di comunicazione tradizionali o digitali, sia collaborando con ambasciatori del marchio che trasmettono un messaggio positivo sul marchio e sui suoi prodotti.







ANNUNCI E PUBBLICITÀ REDAZIONALI

Le pubblicità redazionali vengono utilizzate per mettere in evidenza una campagna specifica con un messaggio forte sui media cartacei 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.

		
 IMPRESSIONI 500'000	 TIRATURA 145'205	 TIRATURA 2'470
 NUMERO DI ARTICOLI/ ANNUNCI REALIZZATI 50	 LETTORI 492'000	 LETTORI 5'000
	 NUMERO DI ARTICOLI/ ANNUNCI REALIZZATI 7	 NUMERO DI ARTICOLI/ ANNUNCI REALIZZATI 6
Persone raggiunte in Svizzera: oltre 1 milione		

SUPPORTO INFORMATIVO ED EDUCATIVO

SWP pubblica materiale editoriale per promuovere il marchio Swiss Wine e diffondere contenuti informativi ed educativi. Distribuiti in Svizzera e nei principali mercati di esportazione, i contenuti vengono aggiornati e adattati in base alle esigenze dei mercati nazionali ed esteri, e sono disponibili anche in versione digitale.

BOOKAZINE	BROCHURE	CARTA PIEGHEVOLE
		
 <p>DISTRIBUZIONE in Svizzera e all'estero</p> <p>Francese 553 Tedesco 139 Inglese 580</p>	 <p>DISTRIBUZIONE in Svizzera e all'estero</p> <p>Francese 1'353 Tedesco 1'530 Italiano 370 Inglese 1'330</p>	 <p>DISTRIBUZIONE in Svizzera e all'estero</p> <p>Francese 2'992 Tedesco 6'350 Italiano 1'070 Inglese 2'840</p>
Totale distribuito : 19.107 copie		

AMBASCIATORI DEL MARCHIO

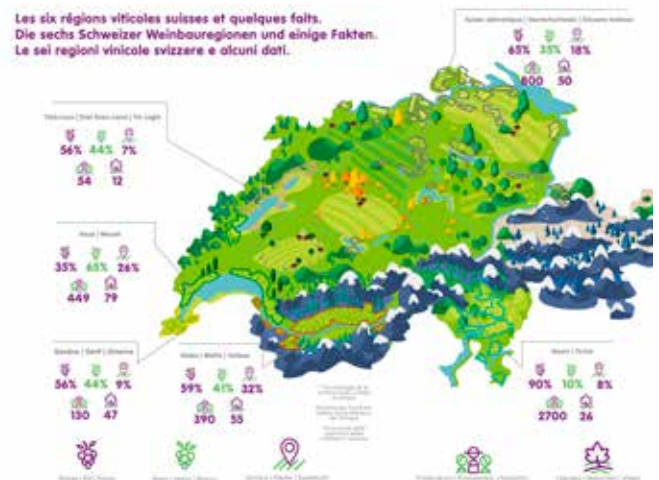
Sul mercato svizzero e sui mercati di esportazione, varie personalità di spicco intervengono come ambasciatrici e ambasciatori dei vini svizzeri.

		
<p>Chandra Kurt Giornalista e critica enologica</p>	<p>Paolo Basso Miglior Sommelier del mondo 2013</p>	<p>Yvonne Heistermann Sommelier e Ambasciatrice dello Chasselas</p>
<p>Redazione di articoli e note di degustazione sui vini svizzeri per i media elvetici e internazionali.</p> <p>Articoli nei media svizzeri 57</p> <p>Articoli nei media internazionali 59</p>	<p>Masterclass e degustazione di vini svizzeri presso l'Ambasciata di Svizzera in Francia.</p> <p>Masterclass (ospiti) 20</p> <p>Degustazione (persone) 60</p>	<p>Laboratori di degustazione di vini svizzeri nelle scuole alberghiere e formazione di sommelier.</p> <p>Laboratori 26</p> <p>Partecipanti 400</p>
Persone raggiunte in Svizzera e all'estero: oltre 2 milioni		

COLLABORAZIONE EDITORIALE

Nel 2023, SWP ha collaborato con le edizioni Val Expérience per produrre un libro per bambini «cerca e trova» sul tema del vigneto svizzero. L'obiettivo del libro è quello di far conoscere ai più giovani la tradizione, il know-how e la cultura culinaria svizzera attraverso pagine riccamente illustrate. Le sei regioni viticole mettono in risalto il loro patrimonio viticolo, gastronomico, paesaggistico e culturale.

Il libro è stato stampato in 2.400 copie, di cui 1.080 distribuite dalle regioni e 400 vendute dalla casa editrice.



Marketing digitale

Oggi il digitale è la principale fonte di informazione e uno dei più importanti punti di contatto con i consumatori. SWP cerca costantemente di migliorare i propri strumenti di comunicazione digitale, creando sinergie positive con i suoi partner.

SITO WEB

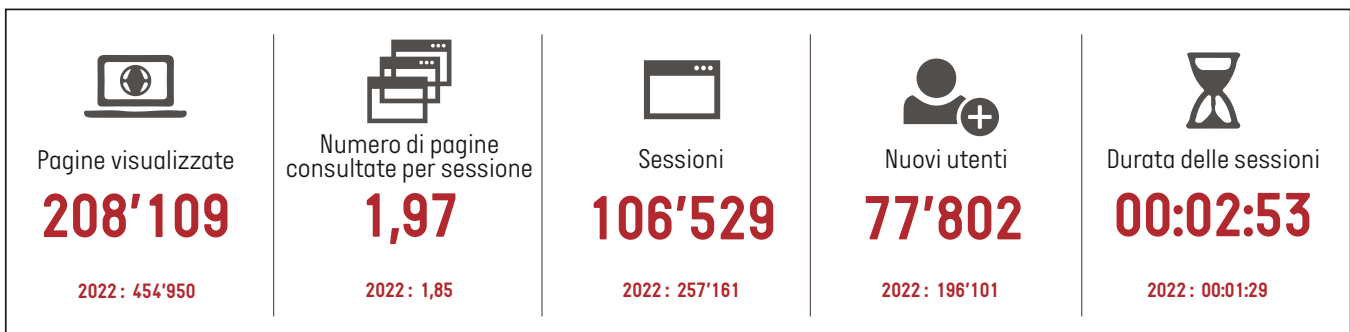
Secondo il rapporto annuale di We are social | Meltwater « Digital 2023 Switzerland | The essential guide to the latest connected behaviours », oltre il 98,4% della popolazione è attiva su Internet e vi trascorre più di 5 ore e 38 minuti al giorno. La maggior parte degli utenti (87,4%) si connette a Internet con il proprio smartphone, motivo per cui è così importante avere un sito web « mobile first », ossia ottimizzato prioritariamente per la fruizione su piccolo schermo. I tre elementi più ricercati sono :

1. Trovare informazioni (73,1%)
2. Restare aggiornati su notizie ed eventi (59%)
3. Ricercare « come fare qualcosa » (58%)

Sulla base di questa osservazione, il nostro sito web è stato sottoposto a un restyling nel gennaio 2023, con un aggiornamento del design e la migrazione a un nuovo sistema operativo, per soddisfare meglio le aspettative degli utenti. Il sito web mette in evidenza eventi aperti al pubblico, notizie e informazioni su vitigni, regioni viticole, storia, ecc. La piattaforma swisswine.ch mira a comunicare meglio con i consumatori, orientando la propria linea editoriale verso una comunicazione diretta al consumatore (B2C), oltre a tradurre il sito web in quattro lingue. In un'ottica di ottimizzazione continua, nel 2024 verrà sviluppata una strategia di contenuti collegata a una strategia di ottimizzazione del posizionamento naturale del sito web sui motori di ricerca (SEO).

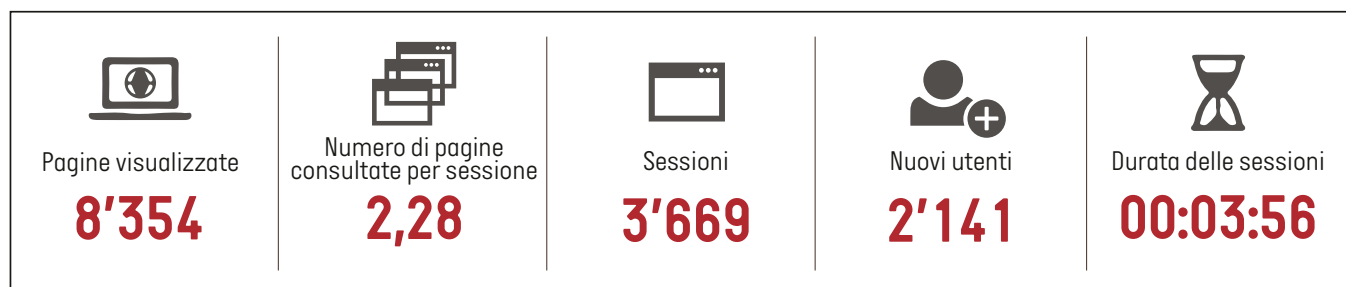
Le cifre presentate di seguito devono essere valutate prendendo in considerazione tre fattori che hanno caratterizzato la raccolta dei dati. Innanzitutto, la migrazione del sito web è stata segnata da una significativa perdita di traffico. In secondo luogo, c'è stato un aggiornamento della Legge sulla protezione dei dati, che non consente più la raccolta di informazioni socio-demografiche sui visitatori, a meno che questi ultimi non vi acconsentano proattivamente convalidando l'uso dei « cookie ». Infine, in linea con quanto accennato in precedenza, la piattaforma di raccolta dati Google Analytics è cambiata e non consente più di raccogliere esattamente gli stessi dati degli anni precedenti.

La maggior parte dei visitatori viene acquisita attraverso la ricerca organica (54,58%), i link diretti (22,84%), il posizionamento (7,15%) e i social network (4,60%). L'acquisizione di nuovi utenti attraverso le ricerche organiche e il posizionamento è aumentata grazie alle campagne digitali « Swiss Wine Summer », « Nel cuore della vendemmia » e « Locale e sostenibile ».



SITO WEB PROFESSIONALE

Il sito web www.pro.swisswine.ch è online dal 1° luglio. Questa piattaforma ha lo scopo di riunire tutte le informazioni destinate al settore (FSV, IVVS, VITISWISS) e le attività SWP a cui le aziende vinicole possono partecipare, nonché i concorsi a cui possono presentare i propri vini. I risultati incoraggianti dimostrano l'interesse del settore per una piattaforma unica ad esso dedicata. Il sito web sarà ulteriormente ottimizzato nel 2024 per offrire una migliore esperienza ai viticoltori.

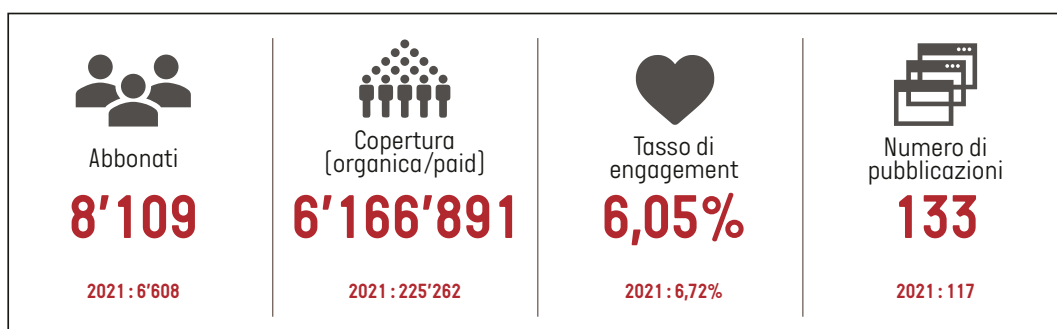
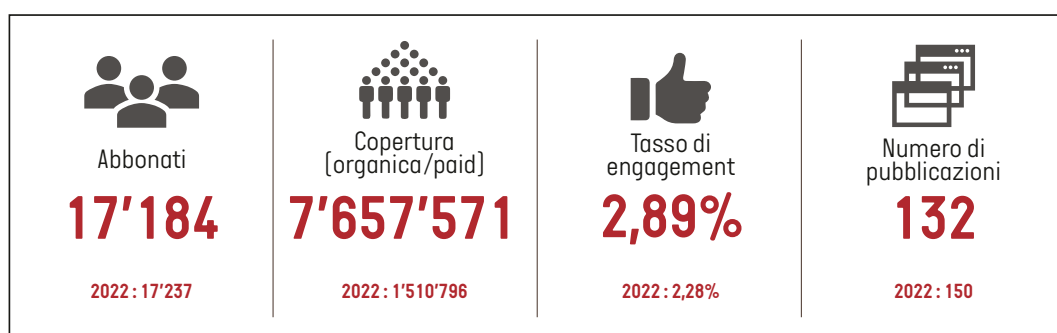


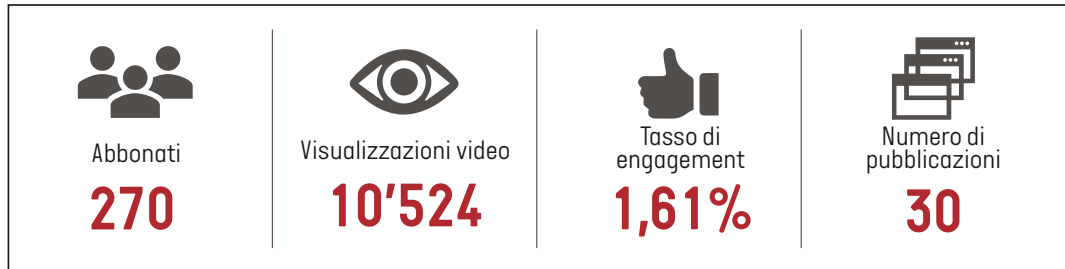
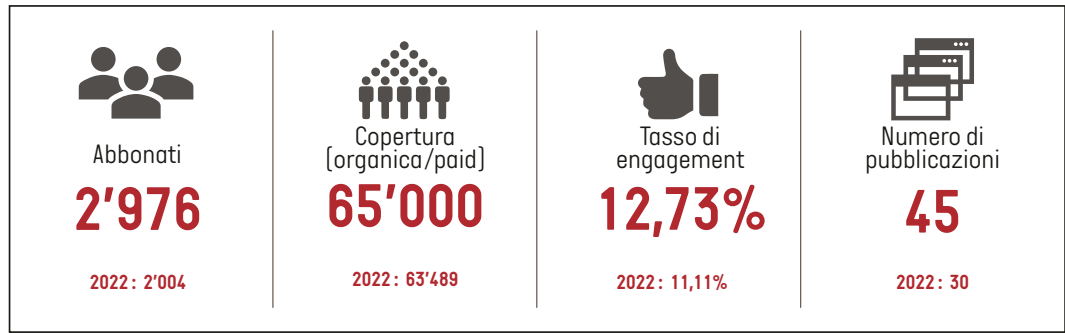
SOCIAL NETWORK

Secondo il rapporto annuale di We are social | Meltwater « Digital 2023 Switzerland | The essential guide to the latest connected behaviours », oltre l'83,1% della popolazione è attiva sui social network e vi trascorre più di 1 ora e 43 minuti al giorno, sommando tutte le piattaforme. I social network vengono utilizzati principalmente per rimanere in contatto con amici e familiari, leggere/scoprire nuove storie (33,5%), riempire il tempo vuoto (32,6%) e scoprire nuove ispirazioni per cose da acquistare o da fare (27,5%). Infine, le piattaforme preferite dagli svizzeri sono Whatsapp (35,1%), Instagram (17,6%), Facebook (12,8%), TikTok (5,4%) e LinkedIn (3,1%).

Da due anni, la strategia di SWP sui social media si è basata sullo storytelling e sulla scoperta di nuove attività su Facebook e Instagram. Con queste campagne, SWP ha promosso la scoperta dei vini svizzeri attraverso la gastronomia, l'enoturismo e la sostenibilità.

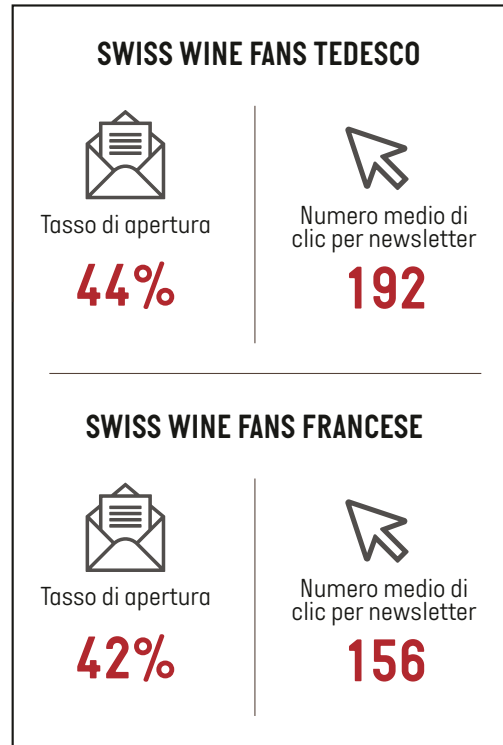
SWP sta progressivamente costruendo la sua presenza su TikTok per il grande pubblico e rafforzando la sua presenza su LinkedIn per i professionisti.





NEWSLETTER

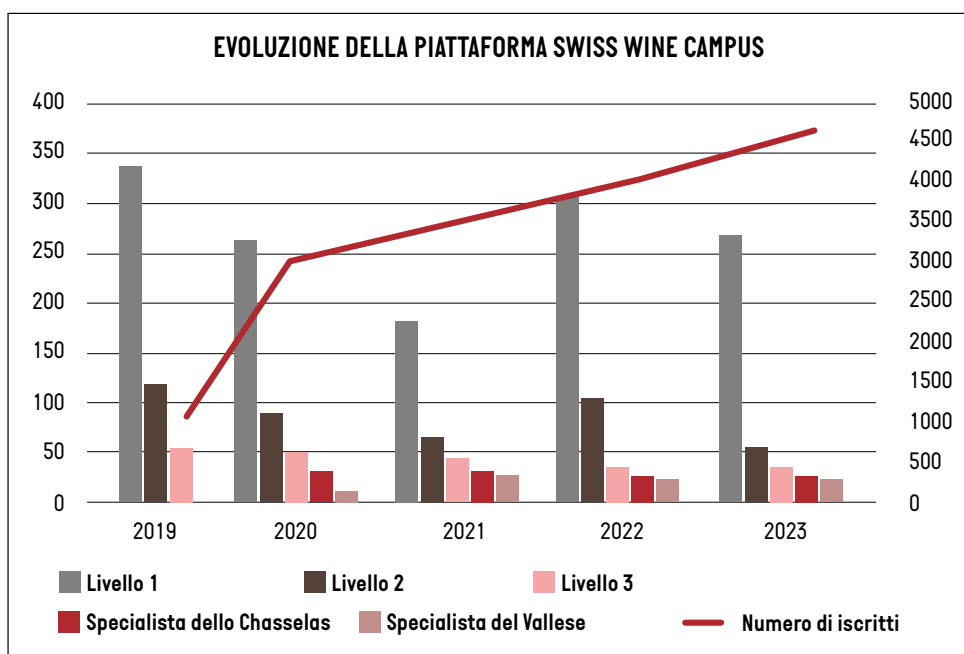
Nel 2023, ci sono state due newsletter mensili: una destinata alla comunità degli «Swiss Wine Fans» e una inviata ai viticoltori.



Swiss Wine Campus

Swiss Wine Campus è una formazione online interamente dedicata ai vini svizzeri. Consente al personale di servizio della gastronomia, ai commercianti di vino e agli appassionati di enologia di migliorare le loro conoscenze sui vini svizzeri.

La piattaforma eLearning è stata messa online nel maggio 2018 e ha registrato 520 nuove iscrizioni nel 2023, portandoci a un totale di 4.567 utenti.



Tra tutti gli utenti registrati quest'anno, 270 hanno ottenuto l'attestato di livello 1, 55 l'attestato di livello 2 e 31 quello di livello 3. Per quanto riguarda i moduli speciali, 21 utenti hanno ottenuto l'attestato di «Specialista dello Chasselas» e 17 l'attestato di «Specialista del Vallese».

Per il 2024 è prevista una serie di novità, tra cui due nuovi moduli e un design migliorato.

Weinakademie

Nell'ambito della partnership con la Weinakademie, in collaborazione con Miriam Grischott, accademica del vino, per gli studenti della Weinakademie sono stati organizzati due viaggi di studio in diverse regioni viticole svizzere. Il primo viaggio si è svolto dal 28 al 30 aprile nella regione dei Tre Laghi. Il secondo viaggio si è svolto nella regione di lingua tedesca: Zurigo, San Gallo e Grigioni. L'obiettivo di questi viaggi enologici è quello di avvicinare gli studenti al vino svizzero.



CONCORSI NAZIONALI

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

OBIETTIVI

2'500

CAMPIONI



Origine dei
campioni
20 PAESI



160

Assaggiatori



RISULTATI

4'768

CAMPIONI



Origine dei
campioni
14 PAESI



320

Assaggiatori



Gran Premio del vino svizzero

Il 6 ottobre, si è svolta al Kursaal di Berna la 17ª edizione del Gran Premio del vino svizzero, che ha riunito più di 560 rappresentanti della scena viticola svizzera, politici, rappresentanti della stampa e amanti del vino per celebrare i vini svizzeri. Il prestigioso titolo di Cantina dell'anno è stato assegnato alla cantina Leukersonne di Susten, in Vallese. L'edizione del Gran Premio del vino svizzero, di quest'anno, è stata stimolata dall'eccellente annata 2022, che ha permesso di iscrivere quasi 400 vini in più rispetto all'anno precedente al più importante concorso di vini svizzeri.



Leukersonne, Cantina svizzera dell'anno 2023 ©Gran Premio del vino svizzero
©Grand Prix du Vin Suisse

2'728

CAMPIONI



Numero di vini
vincitori di
medaglie



31.5%

Origine dei
campioni

SVIZZERA

160

Assaggiatori



Mondial du Chasselas

Organizzato dall'Associazione per la promozione dello Chasselas (APC), il Mondial du Chasselas si svolge ogni anno e mira a promuovere, difendere e valorizzare questo vitigno in Svizzera e nel mondo.

Nel 2023, sono stati inviati ben 740 campioni per partecipare alla degustazione. Anche se la maggior parte dei vini presentati proveniva dalla Svizzera romanda, il 16,75% proveniva da Germania, Francia e persino Canada e Stati Uniti.



Provenienza dei campioni

SVIZZERO, FRANCIA
GERMANIA,
STATI UNITI,
CANADA

81 Assaggiatori 

Mondial du Merlot & Assemblages

La 16ª edizione del Mondial du Merlot et Assemblages si è svolta a Sierre dal 5 al 7 maggio. L'evento è stato caratterizzato da una partecipazione significativa, con 430 vini iscritti da 175 produttori. I vini in competizione provenivano da 14 paesi diversi, tra cui Francia, Italia, Spagna, Germania, Brasile e Svizzera.



Provenienza dei campioni

14 PAYS

40 Assaggiatori 

Mondial des Pinots

La 26ª edizione del Mondial des Pinots, organizzato dall'associazione VI-NEA, si è svolta a Sierre dal 3 al 5 novembre. L'evento ha riunito un totale di 39 giudici provenienti da 13 paesi diversi per valutare una selezione di vini Pinot. Questa edizione ha registrato la partecipazione di 263 produttori di vino, per un totale di 870 vini Pinot iscritti alla degustazione.



Provenienza dei campioni

13 PAESI

39 Assaggiatori 

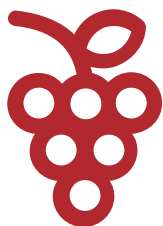
CONCORSI INTERNAZIONALI

Onde accrescere la notorietà e la visibilità dei vini svizzeri sul mercato internazionale, SWP fornisce supporto logistico ai viticoltori che desiderano partecipare a concorsi internazionali. Attualmente SWP invia campioni di degustazione per i seguenti concorsi: Concours Mondial de Bruxelles, Decanter World Wine Awards e Sélections Mondiales des Vins Canada.

OBIETTIVI

500

CAMPIONI



RISULTATI

400

CAMPIONI



Concours Mondial de Bruxelles

Nel 2023 si è svolta a Parenzo (Poreč), in Croazia, la 30ª edizione del Concours Mondial de Bruxelles (CMB). Dal 12 al 14 maggio, i giudici internazionali hanno degustato i 7.500 vini iscritti, tra cui 170 vini svizzeri.

Tra tutte le referenze partecipanti, la Svizzera ha vinto con 42 medaglie: 1 medaglia grande oro, 18 medaglie d'oro e 23 medaglie d'argento.

170

CAMPIONI



Numero di vini vincitori di medaglie



24.7%

Decanter World Wine Awards

La 20ª edizione dei Decanter World Wine Awards ha nuovamente battuto tutti i record di iscrizioni, con 18.250 vini in competizione provenienti da 57 paesi. A questa edizione sono stati inviati 200 vini svizzeri.

La Svizzera ha vinto 1 medaglia di platino, 7 medaglie d'oro, 85 medaglie d'argento e 45 medaglie di bronzo.

200

CAMPIONI



Numero di vini vincitori di medaglie



69.0%

Sélections Mondiales des Vins Canada

Per questa 30ª edizione delle Sélections Mondiales des Vins Canada, sono stati inviati 1.560 vini provenienti da 26 paesi, tra cui 30 vini svizzeri. La Svizzera si è distinta in modo particolare vincendo 11 medaglie, tra cui 1 medaglia grande oro.

30

CAMPIONI



Numero di vini vincitori di medaglie



36.6%



4

SOSTENIBILITÀ

SOSTENIBILITÀ

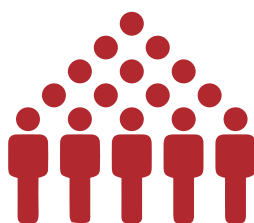
Secondo lo studio MIS Trends, poco più di un terzo dei consumatori di vino considera la viticoltura svizzera più rispettosa dell'ambiente (38%) rispetto a quella estera. Ecco perché nel 2023, dal 9 ottobre al 30 dicembre, è stata lanciata una nuova campagna che promuove il consumo locale e sostenibile con tre slogan:

- L'alta qualità del fatto a mano
- A mano, con il cuore
- Fatto a mano, fatto qui, fatto d'eccellenza

Ognuno dei tre slogan mette in risalto il lavoro manuale. Il primo si concentra sulla qualità e sul valore aggiunto dei vini svizzeri, il secondo sulla passione dei viticoltori che lavorano quotidianamente la terra, e il terzo sul consumo locale e sulla vicinanza.

Gli obiettivi della campagna sono: rafforzare la notorietà dei vini svizzeri attraverso un marchio forte, promuovere il consumo locale e sostenibile, generare una preferenza spontanea per i vini svizzeri, sensibilizzare i consumatori al consumo di prodotti agricoli attraverso delle esperienze e mettere in evidenza il know-how dei viticoltori.

La campagna è stata diffusa a livello nazionale in tre lingue. La campagna «locale e sostenibile» e il marchio Swiss Wine hanno beneficiato di una grande visibilità sui media riportati di seguito:



AFFISSIONI 2'441'000	MEDIA ANALOGICI 1'258'547	MEDIA DIGITALI 10'812'409	SOCIAL NETWORK 7'915'062
---------------------------------------	--	--	---

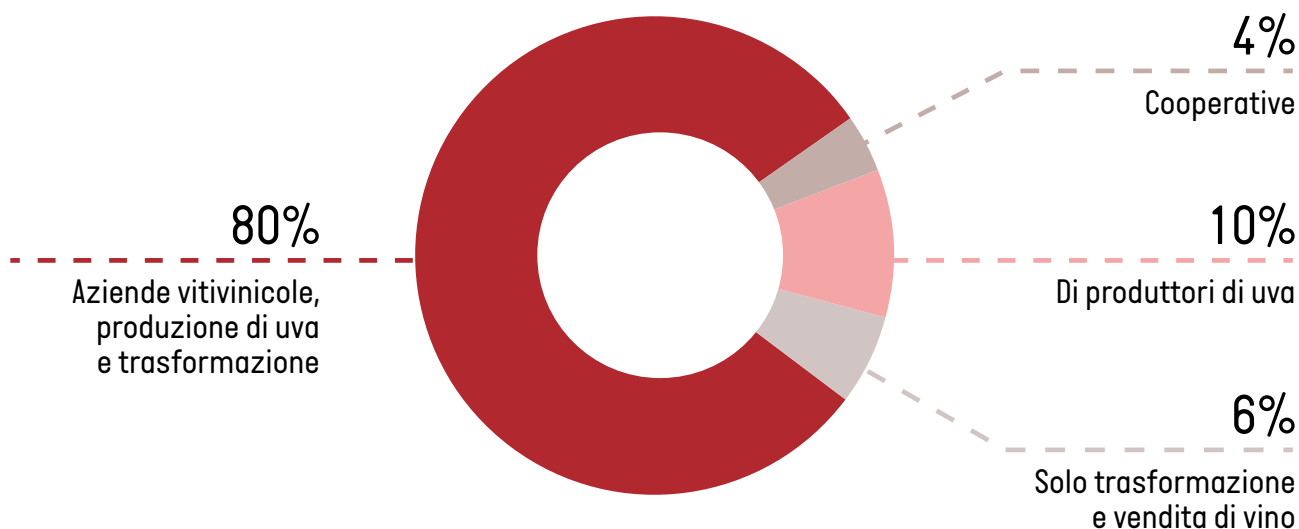
Personne raggiunte in Svizzera: 22.427.018

Studio sulla sostenibilità del settore vitivinicolo svizzero

Nel 2023, la società DSS ha condotto uno studio sulla sostenibilità del settore vitivinicolo svizzero. L'obiettivo dell'indagine era quello di mappare le prestazioni in materia di sostenibilità nelle sei regioni vinicole della Svizzera, tenendo conto dell'equilibrio ecologico, sociale ed economico, al fine di identificare e valutare i punti di forza e le aree di miglioramento.

Le aziende che hanno partecipato allo studio sono state:

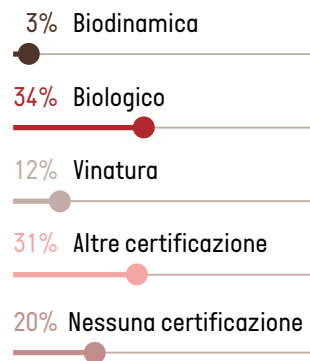
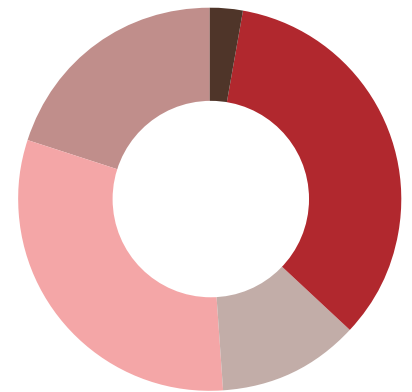
TIPI DI AZIENDE CHE HANNO PARTECIPATO ALL'INDAGINE



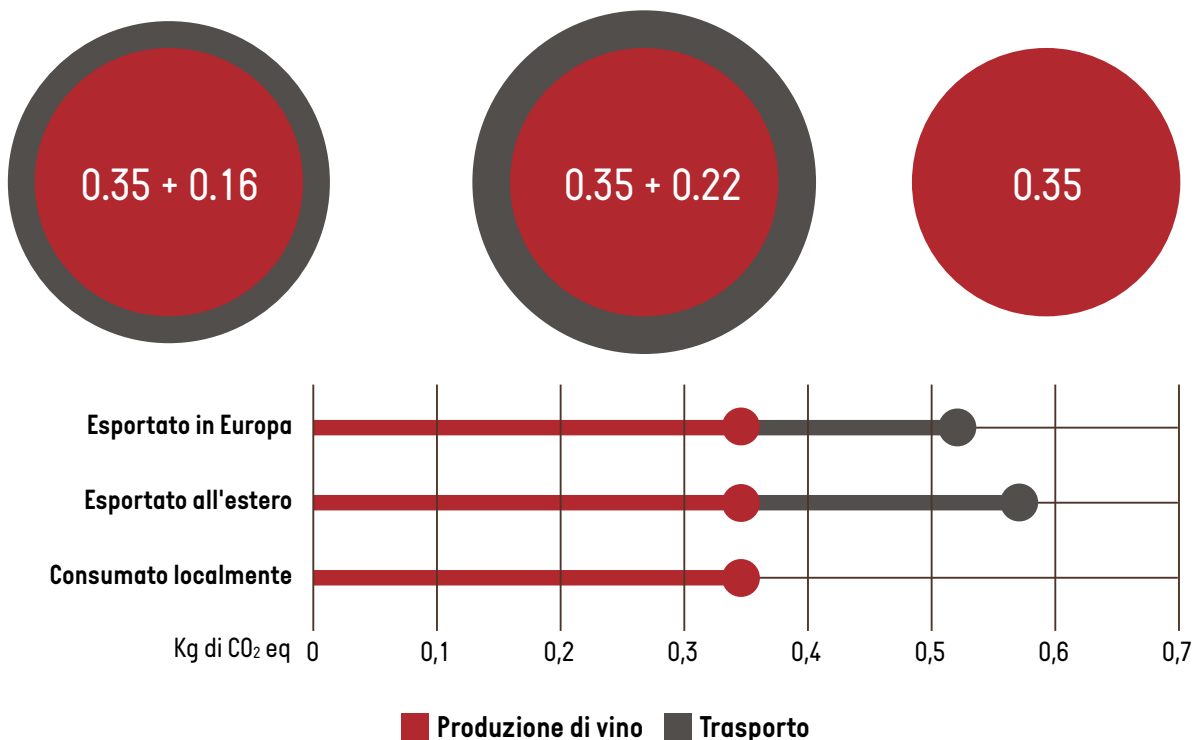
Lo studio evidenzia una serie di dati chiave sulla sostenibilità nel settore vitivinicolo svizzero. Ad esempio, il 49% delle aziende è certificato, secondo almeno uno dei tre sistemi sostenibili, come biologico, Vinatura o biodinamico. Inoltre, il 17,8% delle aziende non effettua alcuna operazione meccanica, il che riflette la volontà del settore svizzero di preservare i vigneti tradizionali. Per quanto riguarda le pratiche agricole, il 95% dei viticoltori utilizza fertilizzanti organici, mentre $\frac{2}{3}$ di essi utilizzano il sovescio, dimostrando così un impegno per la salute del suolo.

Infine, un altro aspetto chiave della sostenibilità nel settore vitivinicolo svizzero è il consumo prevalentemente locale dei vini. Questa pratica aiuta a limitare l'impronta di carbonio causata dal trasporto, contribuendo così alla sostenibilità ambientale. Uno studio condotto da Sofies - Solution For Industrial Ecosystems - ha evidenziato il notevole impatto del trasporto sull'impronta di carbonio dei prodotti vitivinicoli, sottolineando l'importanza di favorire i circuiti brevi e i mercati locali per ridurre tale impatto.

RIPARTIZIONE PER TIPO DI CERTIFICAZIONE



IMPRONTA DI CARBONIO IN BASE ALLA PRODUZIONE E AL TRASPORTO





5

ESPERIENZE

ESPERIENZE

Durante lo studio di notorietà, una domanda su quanto siano scopribili i vini svizzeri ha rivelato che il 17% degli intervistati ritiene che il vino svizzero sia facile da scoprire. La Svizzera romanda ha risposto molto più favorevolmente a questa domanda rispetto al Ticino. Ecco perché il pilastro «Esperienze» mira a rendere i vini svizzeri più accessibili, promuovendo eventi che mettano in risalto i vini elvetici. A tale scopo, SWP collabora con le regioni vinicole e con partner privati.

OBIETTIVI | RISULTATI

Numero di visitatori

25'000



Numero di visitatori

326'017



Cantine aperte

Le cantine aperte sono gli eventi imperdibili della primavera. Durante il mese di maggio, le aziende vinicole di ogni regione aprono a turno le loro porte ai curiosi e agli amanti dei 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 presso il pubblico locale e non solo.

NUMERO DI VISITATORI

(tutte le degustazioni combinate)

180'000



Nel cuore della vendemmia

La 3ª edizione dell'evento nazionale «Nel cuore della vendemmia» si è prolungata su due fine settimana. I produttori hanno quindi potuto accogliere i partecipanti il 23, 24 e 30 settembre e il 1º ottobre. I viticoltori hanno apprezzato il fatto di poter scegliere la data. È così che alcuni hanno potuto ricevere gli apprendisti vendemmiatori più di una volta.

L'evento «Nel cuore della vendemmia» permette ai visitatori di immergersi per qualche ora nella fase più importante della produzione del vino - la vendemmia - e offre alle aziende viticole l'opportunità di trasmettere il loro know-how, informare ed educare gli apprendisti viticoltori, offrendo al tempo stesso visibilità al proprio mestiere.

Nel 2023, hanno aderito all'evento 39 aziende e oltre 950 partecipanti. In programma: una calorosa accoglienza, un'iniziazione al know-how dei vendemmiatori, qualche ora di sana fatica e, per concludere l'esperienza, un gustoso pasto che ha riunito tutti gli attori del settore vitivinicolo svizzero.

NOME	RISULTATI
NUMERO DI AZIENDE PARTECIPANTI IN TOTALE	39
VALLESE	14
VAUD	13
SVIZZERA TEDESCA	6
GENIVRA	3
TICINO	0
REGIONE DEI TRE LAGHI	3
NUMERO TOTALE DI VISITATORI	950



COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione dell'evento si basa su affissioni (OOH e DOOH), media analogici e digitali e social network. La campagna di comunicazione si è svolta dal 15 agosto al 2 ottobre in tutta la Svizzera.

Le pubblicazioni sui media analogici e digitali sono state effettuate sulle testate del gruppo Impact Media, su Blick e su altri media regionali o specializzati. I manifesti sono stati affissi principalmente nelle stazioni ferroviarie e sui mezzi di trasporto pubblico. Infine, la campagna è stata supportata da una pubblicazione settimanale sui social network di SWP e da una campagna pubblicitaria a pagamento (paid ads).



AFFISSIONI 12'189'026	MEDIA ANALOGICI 3'707'516	MEDIA DIGITALI 7'032'337	SOCIAL NETWORK 2'544'260
--	--	---	---

Persone raggiunte in Svizzera: 25.473.139









Svizzera Turismo

Questa collaborazione si prefigge di far sì che il vino svizzero sia considerato come un prodotto importante della catena di valore turistico, sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale. Questa collaborazione triennale persegue tre obiettivi principali:

- Incoraggiare la popolazione locale a scoprire e apprezzare sempre più i vini svizzeri
- Incrementare all'estero il grado di notorietà dei vini svizzeri e delle loro zone di produzione
- Collaborare strettamente allo sviluppo di nuove offerte enoturistiche a livello nazionale.

Nel 2023, in campo digitale, si segnalano le seguenti attività:

- Creazione di tre pagine aggiuntive sul tema del vino: l'enoturismo, il vigneto svizzero, le regioni viticole e i loro punti di forza
- Due newsletter destinate ai consumatori
- Una campagna banner e una campagna META per l'evento « Nel cuore della vendemmia »
- Partecipazione al calendario dell'Avvento

Newsletter I Swiss Wine Erlebnisse	Newsletter II Am Puls der Ernte	Campagna Banner
 PERSONE RAGGIUNTE 627'419	 PERSONE RAGGIUNTE 372'901	 IMPRESSIONI 184'455
 TASSO DI APERTURA 36.39%	 TASSO DI APERTURA 43.17%	 CLIC 165
Persone raggiunte: 1'184'775		

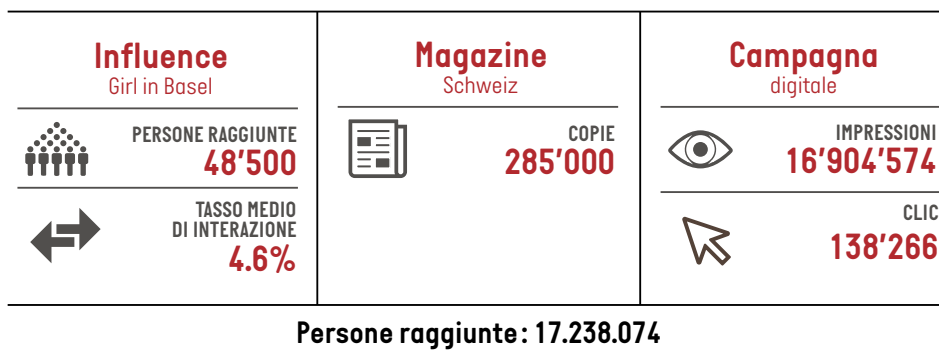


Svizzera Turismo sostiene inoltre SWP nella promozione del marchio Swiss Wine Gourmet, integrandolo nel « Restaurant-Finder » nel menu generale, nei filtri disponibili e nel profilo del ristorante.



Inoltre, nell'ambito della promozione dell'enoturismo e della collaborazione tra Svizzera Turismo e SWP, la piattaforma Swiss Wine Tour è stata messa in risalto grazie a:

- Un viaggio stampa con la creatrice di contenuti Girl in Basel, che ha realizzato 4 pubblicazioni fotografiche, 8 video per Instagram e 6 video per TikTok
- Inserzione nella rivista « Schweiz », distribuita in Svizzera e all'estero
- Una campagna digitale sui social network



Great Wine Capitals

La rete internazionale GWC, creata nel 1999, è l'unica al mondo che collega le regioni viticole della « Vecchia Europa » e del « Nuovo Mondo ». GWC mira a promuovere gli scambi commerciali, turistici ed educativi tra le dodici città che ne fanno parte: Adelaide | South Australia, Bilbao | Rioja (Spagna), Bordeaux (Francia), Città del Capo | Cape Winelands (Sudafrica), Hawke's Bay (Nuova Zelanda), Losanna (Svizzera), Mainz | Rheinhessen (Germania), Mendoza (Argentina), Porto (Portogallo), San Francisco | Napa Valley (USA), Valparaíso | Casablanca Valley (Cile) e Verona (Italia). La rete GWC mira a fornire esperienze enologiche memorabili ai visitatori e aiuta le città e i loro vigneti a promuovere al meglio la loro straordinaria cultura, il loro patrimonio e la loro regione. Dal 2018, la Città di Losanna rappresenta l'intero vigneto elvetico all'interno di questa prestigiosa rete.

Dal 22 al 26 ottobre, i delegati dei dodici paesi hanno scoperto il vigneto svizzero grazie a dei « tour tecnici » organizzati nelle diverse regioni vinicole. Queste visite hanno messo in luce il know-how ancestrale dei viticoltori, la diversità del terroir, i principali vitigni, la ricerca e lo sviluppo del settore vitivinicolo, nonché le offerte enoturistiche e il patrimonio paesaggistico.

La riunione annuale del GWC è stata caratterizzata dalla 6ª edizione degli Incontri svizzeri dell'enoturismo con una giornata di conferenze sul tema "Enoturismo in Svizzera, dalla tradizione all'innovazione", con la partecipazione di Svizzera Turismo, Présence Suisse, la Confraternita dei vignaioli, Agroscope e altri partner.



PAESI
12



DELEGATI
77



TOTALE DI
PARTECIPANTI
129



Riunione annuale della rete Great Wine Capitals a Losanna
©Elsa Mesot, MUTO

Best Of Wine Tourism

Al termine del gala Great Wine Capitals, a Losanna, si è svolta la cerimonia di premiazione « Best Of Wine Tourism ». Ogni capitale della rete organizza il proprio concorso interno, e i vincitori delle varie categorie si guadagnano il titolo di « Regional Best Of Wine Tourism ». Tutti i vincitori del « Regional Best Of Wine Tourism » partecipano automaticamente al concorso internazionale « Global Best Of Wine Tourism ».

I vincitori elvetici dei premi « Regional Best Of Wine Tourism » in ogni categoria sono:

- Architettura/Paesaggi: Castel de Daval, Sierre (VS)
- Arte/Cultura: Domaine du Mont d'Or, Sion (VS)
- Scoperta/Innovazione: Maison Gillard, Sion (VS)
- Ambiente/Sviluppo: BAM - La Voie des Sens, Morges (VD)
- Ristorazione/Ospitalità: Cave Couronne 1669, Murten (FR)
- Servizio/Organizzazione: Wine Tours Switzerland, Maienfeld (GR)
- Artigianato: Cantina Settemaggio, Valle Leventina (TI)

L'offerta « Train du Vigneron » di BAM - La Voie des Sens a Morges (VD) ha vinto il premio « Global Best Of Wine Tourism » per la migliore offerta tra i « Regional Best Of Wine Tourism » svizzeri.

NUMERO DI ISCRIZIONI

2021
43

2022
41

2023
47



Best Of Wine Tourism Switzerland

Eventi partner

SWP sostiene una serie di eventi per offrire visibilità e notorietà presso il pubblico target di SWP.

DIVINES – SALONE SVIZZERO DELLE VITICOLTRICI

La 3ª edizione del salone DiVINes si è tenuta dal 2 al 4 novembre e ha riunito più di 45 viticoltrici, commercianti di vino, proprietarie, vignaiole ed enologhe provenienti da tutta la Svizzera. L'evento ha accolto oltre 1.000 persone.

JARDIN DES VINS À BURGDORF (BE)

L'evento «Jardin des vins» (Giardino dei vini) si è svolto a Burgdorf (Bern) dal 18 al 19 agosto in un'atmosfera amichevole e conviviale da «Garden Party».

PROMOZIONE DELLO CHASSELAS

Alla cerimonia di premiazione, tenutasi il 29 giugno presso lo Château d'Aigle, hanno partecipato i produttori dei 51 vini vincitori, oltre a personalità del mondo della politica, dell'economia e dei media (circa 250 partecipanti).

Per presentare i vincitori del 2023, sono state organizzate cinque degustazioni in tutta la Svizzera:

- 31 agosto: Château d'Auvernier a Auvernier
- 9 settembre: Château d'Aigle ad Aigle
- 16 settembre: Pressoir de Russin a Russin
- 21 settembre: Château Châtagneréaz a Essertines-sur-Rolle
- 30 settembre: Château Villa a Sierre

Giornata mondiale dello Chasselas

Il 12 dicembre, la Fondazione per la promozione dello Chasselas ha lanciato la prima Giornata mondiale dello Chasselas. In collaborazione con SWP e gli enti di promozione regionali, l'evento è stato pubblicizzato attraverso diversi canali di comunicazione, e numerosi partner e aziende vinicole hanno organizzato eventi. Questa prima Giornata mondiale dello Chasselas ha riunito oltre 500 persone.

NUMERO DI VISITATORI

(Tutti gli eventi combinati)

145'046



NUMERO DI VISITATORI

1'000



NUMERO DI VISITATORI

496



NUMERO DI VISITATORI

1'000



NUMERO DI VISITATORI

500



SWISS WINE FESTIVAL

Dal 16 al 19 marzo, il Swiss Wine Festival si è svolto presso la Eulachhallen di Winterthur, riunendo 45 produttori delle sei regioni vinicole.

NUMERO DI VISITATORI

500



SWISS WINE TASTING

La Swiss Wine Tasting è la più grande fiera di vini svizzeri che si tiene ogni anno a Zurigo. Il 28 agosto, produttori, professionisti e amanti del vino si sono riuniti presso la Kunsthaus di Zurigo. I 140 viticoltori presenti hanno fatto scoprire i loro vini a oltre 1.000 visitatori e 45 giornalisti.

NUMERO DI VISITATORI

1'000



VINEA ON TOUR

L'evento VINEA on tour è organizzato dall'associazione VINEA. Il 9 marzo, la città di Friburgo ha ospitato il primo evento dell'anno, con 37 produttori che hanno presentato oltre 250 referenze. L'evento ha accolto 400 visitatori.

Il secondo evento ha avuto luogo a Zurigo il 23 novembre. I 13 produttori presenti hanno presentato oltre 78 vini ai 150 visitatori.

NUMERO DI VISITATORI

550



ZÜRICH FILM FESTIVAL

Dal 28 settembre all'8 ottobre si è svolta la 19ª edizione dello Zürich Film Festival. Durante tutto il festival, i vini svizzeri sono stati al centro dell'attenzione grazie alla partnership tra SWP e Zweifel 1898, distributore ufficiale dello ZFF e « beverage partner ».

NUMERO DI VISITATORI

130'000



WYSCHIFF

Come ogni anno, le serate Wyschiff hanno fatto tappa a Lucerna, Basilea, Thun, Soletta e Zugo. Sono stati organizzati anche eventi Wyschiff di due giorni a Zurigo, Pfäffikon, San Gallo, Berna e Aarau.

NUMERO DI VISITATORI

10'000





6

GASTRONOMIA

Swiss Wine Gourmet

Secondo lo studio dell'OSMV «Canali di distribuzione dei vini svizzeri - Studio specifico 2023», la gastronomia rappresenta il 10% delle vendite dei vini svizzeri. Dalle abitudini di consumo emerge inoltre che, secondo lo studio sulla notorietà del marchio e dei vini svizzeri condotto da SwissMilk per il 2023, il 29% degli intervistati beve vino svizzero sia in privato che al ristorante, l'11% più spesso al ristorante e l'1% esclusivamente al ristorante.

Partendo da queste considerazioni, nel 2023 SWP ha rafforzato le proprie attività intorno al pilastro della gastronomia, in particolare aumentando il numero di ristoranti che si fregiano del marchio Swiss Wine Gourmet, nonché attraverso la campagna Swiss Wine Summer e le partnership.

SWISS WINE GOURMET LABELS

Il marchio Swiss Wine Gourmet viene assegnato ai ristoranti che vantano una buona o addirittura eccellente selezione di vini svizzeri nella loro carta dei vini. I ristoranti sono menzionati gratuitamente sul sito web 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:

OBIETTIVI
+ 10%



RISULTATI
+ 157%



	2022	2023
RISTORANTI CON 1 BICCHIERE	17	52
RISTORANTI CON 2 BICCHIERI	87	267
RISTORANTI CON 3 BICCHIERI	309	745



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

Le etichette Swiss Wine Gourmet assegnate ai ristoranti che presentano una varietà di vini svizzeri nei loro menù

SWISS WINE SUMMER

La 4ª edizione della campagna Swiss Wine Summer si è svolta dal 15 giugno al 31 agosto con lo slogan «un approccio diverso ai vini svizzeri». L'obiettivo della campagna era quello di promuovere i vini svizzeri nei ristoranti con il marchio Swiss Wine Gourmet, direttamente presso i viticoltori e attraverso attività enoturistiche.

Oltre alla campagna di comunicazione, questa iniziativa prevedeva due incentivi: uno per i consumatori e uno per i ristoratori. Con il primo, gli amanti dei vini elvetici potevano accumulare punti presso ristoranti, cantine e partner turistici scansando un codice QR. I tre partecipanti con il maggior numero di punti hanno ricevuto un buono del valore di 1.000 CHF per lo Swiss Wine Tour. Con il secondo, per gli esercizi HoReCa, il buono era sotto forma di voucher. Per ogni acquisto di vino svizzero del valore di 1.000 CHF, ai ristoranti Swiss Wine Gourmet partecipanti è stato consegnato un buono del valore di 200 CHF, da utilizzare per «un nuovo ordine di vino svizzero».

RISULTATI

BUONI
CONSEGNATI **1'195**



Importo investito

240'000.-

FATTURATO
GARANTITO



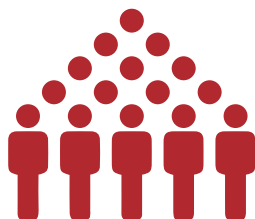
1'200'000.-



COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione per la campagna Swiss Wine Summer si basa su affissioni, media analogici e digitali, e social network. La campagna si è svolta dal 15 giugno al 31 agosto in tutta la Svizzera.

Le pubblicazioni sui media analogici e digitali sono state effettuate sulle testate del gruppo Impact Media, su Blick e su altri media regionali o specializzati. I manifesti sono stati affissi principalmente nelle stazioni ferroviarie e sui mezzi di trasporto pubblico. Per questa campagna, il manifesto era esclusivamente digitale (DOOH) con un breve video di 10 secondi. La campagna è stata supportata da una pubblicazione settimanale sui social network di SWP con una serie di video che presentavano i ristoratori, i viticoltori e le attività enoturistiche delle sei regioni viticole attraverso interviste o video d'atmosfera.



AFFISSIONI 5'696'565	MEDIA ANALOGICI 2'081'000	MEDIA DIGITALI 10'566'431	SOCIAL NETWORK 360'000
---------------------------------------	--	--	---

Personne raggiunte in Svizzera: 18.703.996



Partner

GAULT-MILLAU – MIGLIOR SOMMELIER

La partnership con Gault & Millau sensibilizza i ristoranti all'eccellenza e alla diversità dei vini svizzeri, aprendo così ai produttori interessanti prospettive per la realizzazione di nuovi canali di distribuzione all'interno dei ristoranti.

Il 18 settembre, in collaborazione con Gault & Millau, SWP ha conferito il premio di « Sommelier dell'anno 2024 » a Stefano Petta del ristorante Widder di Zurigo.



Stefano Petta, Miglior sommelier dell'anno al ristorante Widder di Zurigo
© Thomas Buchwalder

BOCUSE D'OR

Per il quarto anno consecutivo, SWP è partner dell'Académie du Bocuse d'Or (Accademia del Bocuse d'Or). Nel contesto di questa partnership, SWP gode di visibilità in occasione dei concorsi svizzeri, europei e mondiali. Questa collaborazione ha lo scopo di rafforzare i legami tra la gastronomia e i vini svizzeri presso i professionisti del settore. I vini svizzeri vengono messi in risalto nel corso delle attività dell'Accademia del Bocuse d'Or.

Nel 2023, Euloge Malonga e l'aiuto cuoca Fiona Wittwer hanno vinto il Bocuse d'Or Svizzera 2023. Rappresenteranno la Svizzera alla competizione europea del 2024.



Euloge Malonga e Fiona Wittwer, vincitrici del Bocuse d'Or Svizzera 2023
©Académie du Bocuse d'Or

MICHELIN – MICHELIN SOMMELIER AWARD

La cerimonia Michelin Star Revelation si è svolta il 2 ottobre presso l'Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL) a Losanna, in Svizzera. Nel corso della cerimonia, Swiss Wine Promotion ha avuto il piacere di consegnare il « Michelin Sommelier Award » ad Antoine Sicard della Maison Wenger a Le Noirmont.



Antoine Sicard, Miglior sommelier Michelin
©Académie du Bocuse d'Or

FONDATION POUR LA PROMOTION DU GOÛT – LA SEMAINE DU GOÛT

Ogni anno, la Fondation pour la promotion du Goût mette in risalto una città o una regione. Nell'ambito della sua partnership, SWP presenta i vini della regione designata durante il Gala della Settimana del Gusto. Nel 2023, la città di Friburgo ha ottenuto un posto d'onore con il suo patrono Pierrot Ayer del Ristorante Le Pérolles.



Manifesto della Semaine du Goût 2023

7

DISTRIBUZIONE



SWISS WINE



DISTRIBUZIONE

Distributori e rivenditori contribuiscono per il 54%³ alla commercializzazione dei vini svizzeri. L'atto di acquisto viene effettuato principalmente nei supermercati (48%), poi nei negozi specializzati (18%), presso i produttori (20%) e nei ristoranti (14%)⁴. Questo è il motivo per cui il pilastro della distribuzione è di grande importanza nella strategia di SWP.

Grande distribuzione

Da qualche anno, SWP può contare su solide collaborazioni con i marchi svizzeri della grande distribuzione, quali Coop, Denner, Manor, Lidl, Aldi, Spar, Top CC e Mövenpick.

Nel corso del 2023, grazie al budget supplementare, sono state realizzate diverse iniziative con i nostri partner della grande distribuzione.

COOP

Inserito speciale sui vini svizzeri (tiratura enorme di 2,85 milioni di copie) e pubblicità. La rivista speciale, dedicata ai vini svizzeri, ha messo in evidenza le sei regioni viticole svizzere abbinandole a carni alla griglia. Come negli anni precedenti, nella rivista sono state inserite 50 etichette per regione linguistica (76 etichette svizzere in totale, alcune delle quali compaiono in diversi cataloghi). La campagna è stata realizzata anche online, con presentazioni e proposte di vini, in collaborazione con FOOPY.

Nel corso dell'anno sono state messe in atto altre misure volte ad aumentare la visibilità nei punti vendita. È stata realizzata la brochure « Guida ai vini svizzeri » che è stata esposta sugli scaffali.

DENNER

Pubblicazione di diversi annunci pubblicitari sul giornale Denner nel corso dell'anno. Queste promozioni sono state integrate da campagne digitali.

MANOR

Presenza di annunci SWP nei cataloghi distribuiti nelle tre regioni linguistiche. Visibilità anche attraverso il logo durante il Festival des vins (Festival dei vini).

Novità 2023: degustazioni organizzate dall'agenzia Boost nei 27 negozi Manor Food. Allo stesso tempo, nei punti vendita sono stati posizionati adesivi da pavimento e fermagli per gli scaffali. Queste degustazioni sono state promosse con l'invio di newsletter.

LIDL

Promozione dell'evento « Nel cuore della vendemmia » con banner digitali.

ALDI

Nel 2023, si è svolta la settimana del vino svizzero, con degustazioni in 39 filiali. I vini svizzeri sono stati promossi anche nei media editoriali e digitali.

³ Studio : Canali di distribuzione dei vini svizzeri, studio specifico 2023, OSMV | ⁴ Studio MIS Trends, 2021

SPAR+ TOP CC

Sono state prodotte diverse riviste e volantini. Nel corso dell'anno sono stati pubblicati anche dei supplementi alle riviste, che trattano argomenti speciali (Raclette & Fondue, 1° agosto, regionalità) relativi ai vini svizzeri. Questi supplementi sono supportati da degustazioni presso i punti vendita.

MÖVENPICK

Le azioni realizzate con Mövenpick consistevano in media stampati, come segnalibri e campagne visive, e media digitali, come newsletter e banner web. Mövenpick Wein ha anche partecipato alle Settimane del vino svizzero come complemento al suo programma 2023.

Rivenditori

SETTIMANE DEL VINO SVIZZERO

Dal 2 ottobre all'11 novembre, si sono svolte le Settimane del vino svizzero con lo slogan «Solo per te». L'obiettivo era quello di sostenere i rivenditori nella promozione dei vini svizzeri e di sensibilizzare la clientela alla vicinanza ai vini elvetici.

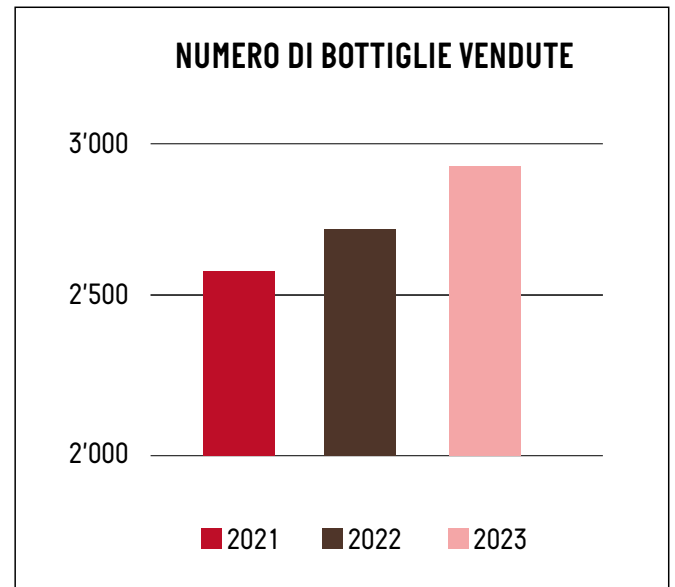
A questa prima edizione, hanno partecipato 18 rivenditori ed è stata creata una nuova immagine per la campagna.



LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Dopo due anni dall'apertura di un pop-up store vicino alla zona Duty Free dell'aeroporto di Ginevra, SWP, in collaborazione con Lagardère Travel Retail, ha occupato per la prima volta l'area Bar all'interno del Duty Free dal 29 agosto al 25 settembre. Questa location ha rappresentato un valore aggiunto per esporre i vini di diversi produttori e per farli degustare. È stata presentata una selezione esclusiva di vini elvetici provenienti da cinque regioni: Vallese, Vaud, Svizzera tedesca, Ginevra e la regione dei Tre Laghi.

A seguito di questo cambio di location si sono constatati incrementi del fatturato (+11%), del numero di bottiglie vendute (+7%) e del carrello medio (+3%).



Evoluzione del numero di bottiglie vendute con Lagardère Travel Retail dal 2021 al 2023, fonte: Lagardère Travel Retail



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

SWISS WINE

8

EXPORTAZIONI



ESPORTAZIONI

Variazione delle esportazioni

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

Alla fine del 2023, i risultati sono incoraggianti, con un aumento del +21% del prezzo medio al litro e una leggera crescita dei volumi esportati del +0,8%. Più in dettaglio, sono stati raggiunti gli obiettivi di prezzo al litro per i vini bianchi e rossi svizzeri esportati.

Questi risultati lusinghieri supportano la strategia di SWP: incoraggiare l'esportazione di vini ad alto valore aggiunto e di marchi identitari 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

Fonte: ASCV, Newsletter sulle esportazioni, dicembre 2023

OBIETTIVI

PREZZO AL LITRO DEL VINO BIANCO SVIZZERO

10.60 CHF/L

PREZZO AL LITRO DEL VINO ROSSO SVIZZERO

13.70 CHF/L

RISULTATI

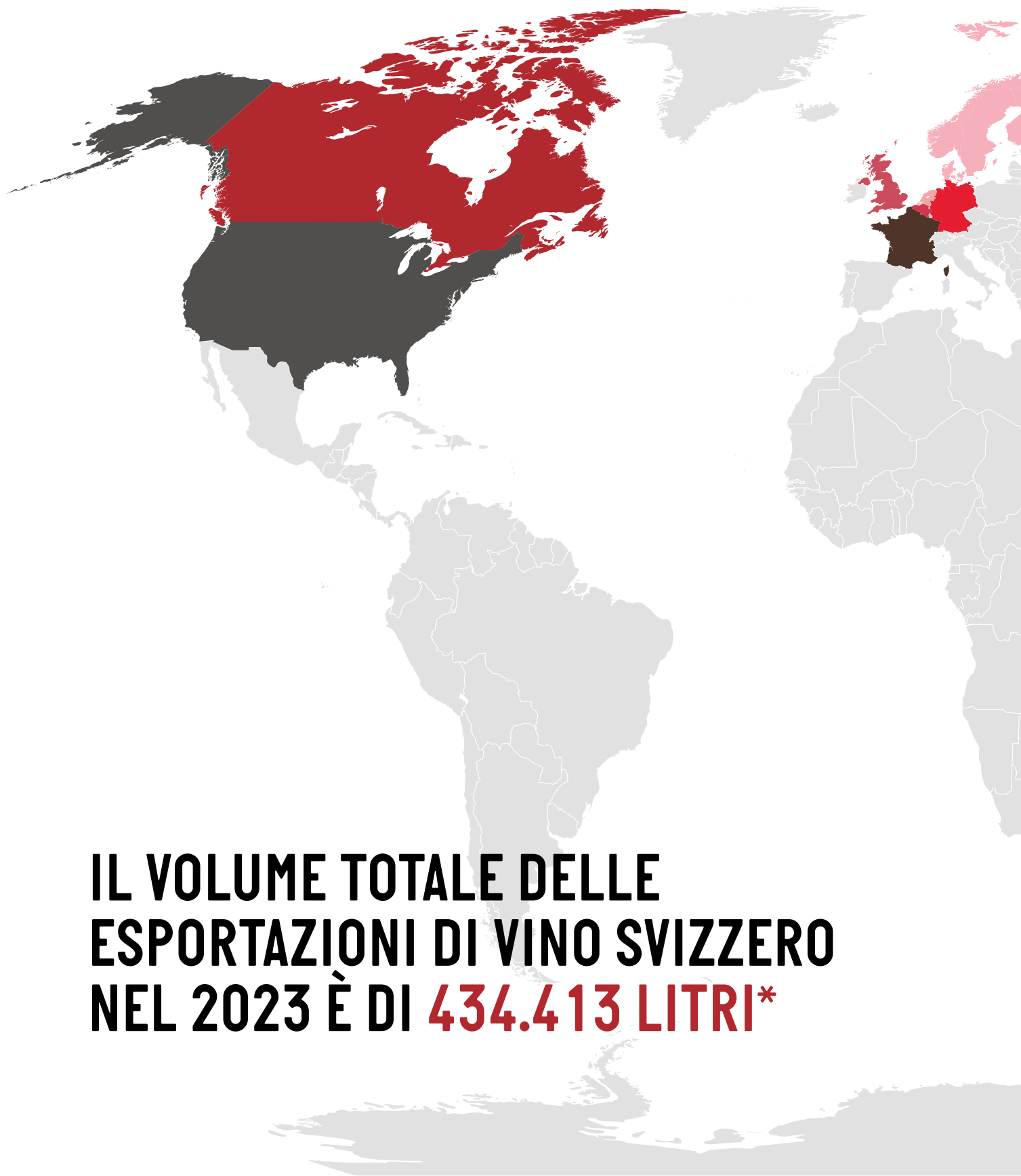
PREZZO AL LITRO DEL VINO BIANCO SVIZZERO

15.14 CHF/L

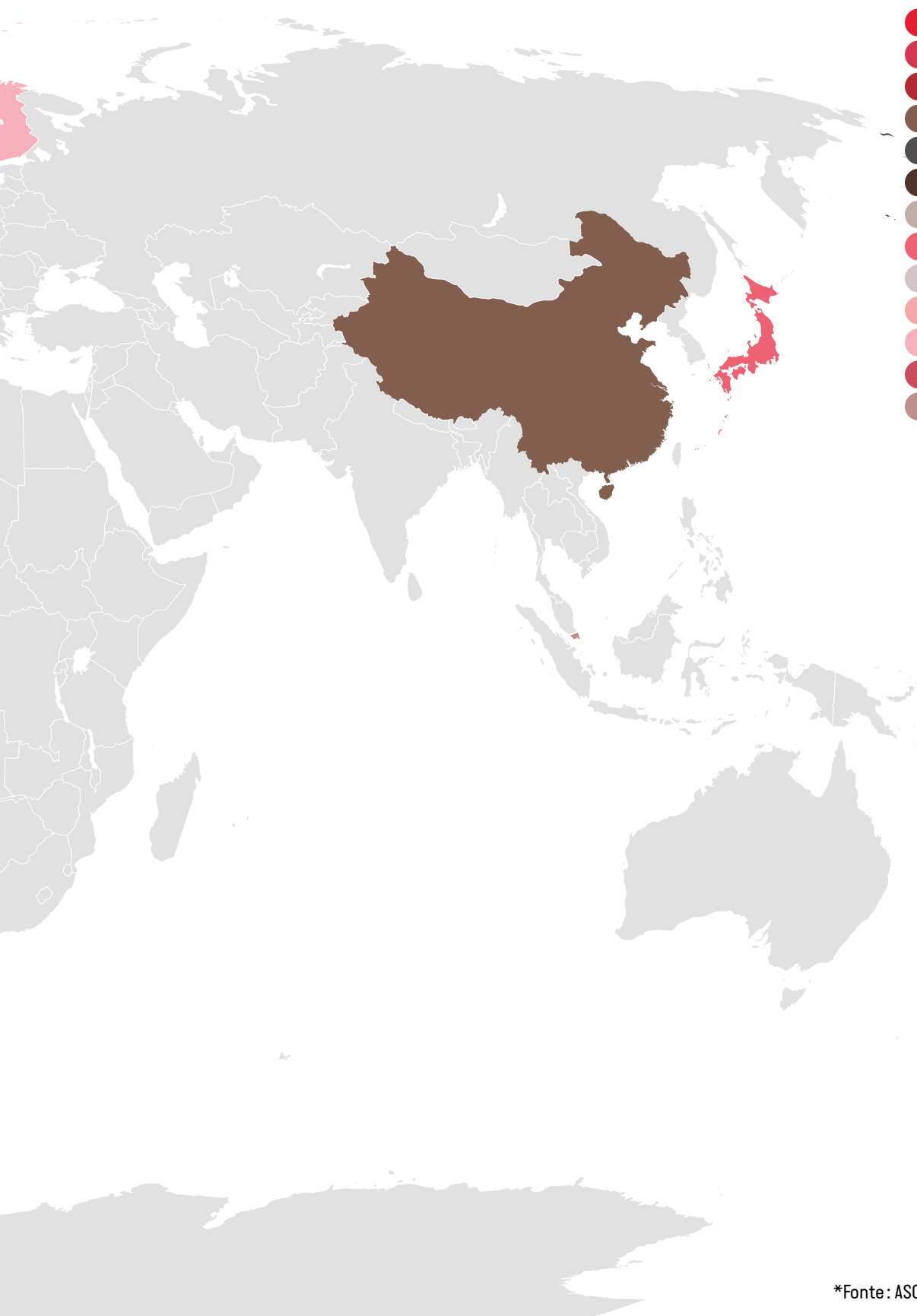
PREZZO AL LITRO DEL VINO ROSSO SVIZZERO

26.19 CHF/L

Fonte: ASCV, gennaio 2024



**IL VOLUME TOTALE DELLE
ESPORTAZIONI DI VINO SVIZZERO
NEL 2023 È DI **434.413 LITRI*****



- Germania
- Belgio
- Canada
- Cina
- Stati Uniti
- Francia
- Hong Kong
- Giappone
- Lussemburgo
- Paesi Bassi
- Paesi nordici
- Regno Unito
- Singapor

*Fonte: ASCV 2023, i dati sono provvisori.

Foires internationales

La visibilità dei vini svizzeri alle fiere internazionali contribuisce alla notorietà del marchio, e dei vini svizzeri in particolare, sul mercato internazionale. Durante le fiere internazionali, l'impegno di SWP permette ai professionisti di scoprire i vini elvetici e aumenta il potenziale di conversione (vendita) delle aziende presenti nello stand Swiss Wine.

INTERNATIONAL GRÜNE WOCHE (IGW)

L'International Grüne Woche di Berlino, che si è tenuta dal 20 al 29 gennaio, è la più grande fiera internazionale per l'alimentazione, l'agricoltura e l'orticoltura. Questo evento annuale riunisce espositori da tutto il mondo che presentano un'ampia gamma di prodotti alimentari, bevande e innovazioni agricole. Offre inoltre una piattaforma di discussione sulle sfide e le tendenze attuali del settore agroalimentare.

RISULTATI

11



Aziende
vinicole
presenti

11



Vini svizzeri
disponibili per
la degustazione

NUMERO DI VISITATORI

275'000



©AMS

WINE PARIS & VINEXPO A PARIGI

Per la sua prima partecipazione a Wine Paris & Vinexpo dal 13 al 15 febbraio, SWP è stata accompagnata da sette aziende viticole e dall'associazione per la promozione dello Chasselas, per presentare più di 50 vini elvetici provenienti da diverse regioni vinicole:

- Cave des Amandiers
- Domaine Jean-René Germanier SA
- Domaines Rouvinez
- Albert Mathier et Fils SA
- Cave de la Côte
- Vini & Distillati Angelo Delea SA
- Caves du Château d'Auvernier

Parallelamente alla fiera internazionale, sono stati organizzati due eventi in collaborazione con l'Ambasciata di Svizzera in Francia e Svizzera Turismo, per far scoprire la diversità del terroir elvetico.

RISULTATI

50



Vini svizzeri
disponibili per
la degustazione

Aziende
viticole
presenti

13



NUMERO DI VISITATORI

40'000



Stand Swiss Wine alla fiera Wine Paris & Vinexpo a Parigi
© Swiss Wine Promotion

PROWEIN

ProWein, il salone internazionale del vino e degli alcolici di Düsseldorf, in Germania, è tornata a riaprire le porte dal 19 al 21 marzo. Quindici viticoltori erano presenti alla fiera:

- Albert Mathier & Söhne
- Castello di Cantone
- Caves du Château d'Auvernier
- Cottinelli Weinbau Malans
- Domaine Jean-René Germanier
- Famiglia Rouvinez
- Grillette Domaine de Cressier
- La Cave de la Côte
- Rötiberg-Kellerei
- St. Jodern Kellerei
- Tamborini Carlo
- Vini & Distillati Angelo Delea
- Vinigma
- Weingut Lindenhof
- Wine by Jet

Inoltre, si sono tenute sette masterclass sui seguenti temi: vini svizzeri, Chasselas, vini non filtrati e vini ticinesi. Questi workshop sono stati guidati da Yvonne Heistermann, sommelier e ambasciatrice dello Chasselas, oltre che da Jonas Ettlin e Claudio Tamborini. I seminari si sono svolti nello stand SWP e in quello del nostro partner Meininger Verlag, e hanno riscontrato un grande successo, con oltre 150 partecipanti.

Parallelamente, dal 16 al 21 marzo, si è svolto nel centro di Düsseldorf il ProWein Goes City, un evento rivolto a epichei e intenditori. Giovedì 16 marzo, presso l'Hotel Kö 59, in collaborazione con Svizzera Turismo, SWP ha accompagnato i partecipanti in un tour enologico della Svizzera. La masterclass presentata da Swiss Wine Promotion ha registrato rapidamente il tutto esaurito, con oltre 50 partecipanti.

RISULTATI

60



Vini svizzeri
disponibili per
la degustazione

Aziende
vinicole
presenti

15



NUMERO DI VISITATORI

49'000



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

Altre attività internazionali

MATTER OF TASTE

Il Matter of Taste a Zurigo è un evento organizzato dalla rivista internazionale Robert Parker Wine Advocate. La manifestazione si è tenuta dall'11 al 12 marzo. Matter of Taste offre un'opportunità unica di degustare una selezione esclusiva di vini di qualità eccezionale, accompagnata da incontri con esperti e seminari arricchenti. Questo prestigioso evento ha messo in luce le ultime tendenze del mondo del vino e ha permesso ai partecipanti di esplorare nuovi sapori e scoperte enologiche. Nel 2023, erano presenti 29 aziende viticole.

Germania

AGENZIA FF.K

Sul mercato tedesco, SWP collabora con l'agenzia FF.K. Con il sostegno di quest'ultima, il 21 settembre sono state organizzate una masterclass e una degustazione presso l'Ambasciata di Svizzera a Berlino. Durante questo evento, sono stati invitati alla degustazione 10 professionisti e 20 sommelier, importatori e gastronomi.

Nel mese di ottobre, durante un viaggio stampa, sette giornalisti e blogger sul tema del vino sono stati invitati all'incontro annuale della rete Great Wine Capitals. Il gruppo è stato accompagnato da Yvonne Heistermann, sommelier e ambasciatrice dello Chasselas, per partire alla scoperta del vigneto svizzero.

MEININGER VERLAG

Nel 2023, SWP ha collaborato con la casa editrice tedesca Meininger Verlag alla redazione di due reportage. Il primo, «Schweizer Spitzen», è stato pubblicato nelle riviste Weinwirtschaft e Sommeliers Magazin.

Il secondo articolo è stato pubblicato sulla rivista Weinwelt come dossier di otto pagine. La prima parte era dedicata al tema «Leidenschaft & Herzblut» e la seconda a una degustazione commentata di 40 vini elvetici.

WEINWIRTSCHAFT	SOMMELIERS MAGAZIN	WEINWELT
 TIRATURA 7'000	 TIRATURA 4'000	 TIRATURA 28'000
Diffusione: 39.000 copie		

Belgio

BRUXELLES

Il 18 settembre è stata organizzata una degustazione per gli importatori belgi in collaborazione con l'agenzia VinoPres. Erano presenti 15 importatori e 18 aziende viticole per prepararsi alla Swiss Wine Week Belgium prevista a febbraio 2024.



Degustazione in Belgio
©VinoPres

Danimarca

UN VIAGGIO DI SCOPERTA PER I SOMMELIER E LA STAMPA DANESE

Dal 5 al 7 marzo, in collaborazione con l'Ambasciata di Svizzera in Danimarca, un gruppo di sommelier e giornalisti danesi ha scoperto i vini svizzeri in compagnia dell'ambasciatrice Swiss Wine Chandra Kurt. Per tre giorni, hanno viaggiato attraverso la Svizzera romanda e la Svizzera tedesca per scoprire Château Châtagnéréaz, Florian Ramu, Domaine Henri Cruchon, St. Jodern Kellerei, Domaine Jean-René Germanier e Tom Litwan. Queste aziende sono state selezionate per la loro presenza sul mercato danese e alla degustazione organizzata presso l'Ambasciata nel 2022.



Viaggio di scoperta per sommelier e giornalisti danesi
© Swiss Wine Promotion

Francia

CITÉ DES VINS DE BORDEAUX

La Cité du Vin (Città del Vino), sostenuta dalla Fondation pour la culture et les civilisations du vin (Fondazione per la cultura e le civiltà del vino), propone un vasto assortimento di vini provenienti da tutto il mondo. Nel 2023, SWP ha rinnovato i vini presentati nel museo. Per il 2023/2024, ci sono 55 etichette.

A settembre, si è tenuta anche una conferenza sul tema «I vigneti terrazzati del Lavaux, un patrimonio mondiale», presentata da Vincent Bailly, Direttore di Lavaux Patrimoine Mondial, e da Fabio Bonguliemi, Presidente della comunità della vigna e dei vini del Lavaux.



Conferenza sul tema «I vigneti terrazzati di Lavaux, patrimonio dell'umanità»
©Cité des vins de Bordeaux

DEGUSTAZIONE E MASTERCLASS PRESSO L'AMBASCIATA DI SVIZZERA IN FRANCIA

Mercoledì 15 febbraio, l'Ambasciatore Roberto Balzaretto ha ospitato, nella sua residenza, una masterclass guidata da Paolo Basso, Miglior sommelier del mondo 2013, oltre a una degustazione di più di 35 etichette, tra cui vecchie annate di Chasselas. Quattro aziende viticole (Schwarzenbach Weinbau, Domaine les Perrières, Domaine Grand 'Cour e Paolo Basso Wine) si sono unite alle aziende presenti al salone Wine Paris-Vinexpo per questo evento.



Masterclass e degustazione presso l'Ambasciata di Svizzera in Francia
©Swiss Wine Promotion

DEGUSTAZIONE PUBBLICA AL RISTORANTE LE PERCHOIR

Lunedì 13 febbraio, SWP e Svizzera Turismo hanno presentato la Svizzera in occasione di un evento « afterwork » presso il ristorante « Le Perchoir » di Porte de Versailles, a Parigi. Tema della serata: « La Svizzera risveglia i vostri sensi ». Durante l'evento, più di 130 persone hanno scoperto il paese di Heidi tra turismo, gastronomia e vino.



Degustazione aperta al pubblico presso il ristorante « Le Perchoir » a Parigi
© Swiss Wine Promotion

EVENTO « TOUT L'OUTDOOR EST AU VIEUX CAMPEUR »

Dal 7 al 10 giugno, nel cuore di Parigi, è stato allestito un villaggio svizzero per accogliere gli amanti delle attività all'aria aperta. SWP ha avuto l'opportunità di avere uno chalet che presentava il vigneto svizzero e proporre degustazioni. L'evento ha attirato oltre 6.500 visitatori.



Evento « Tout l'outdoor est au Vieux Campeur » nel cuore di Parigi
©Suisse Tourisme

Regno Unito

LONDRA

Il progetto Albion, guidato da Jean-François Genoud e Simon Hardy, mira a far conoscere i vini svizzeri nel Regno Unito. Nel 2023, sono stati organizzati numerosi eventi di degustazione, promozione e pubbliche relazioni.

EVENTO	MAILING	PARTECIPANTI
WSET explore the wines of Switzerland	2'000	24
Sampler Alpine Wine & Cheese	3'000	18
A swiss paradise of Valais Wine explorers	4'000	32
Atheneum - a journey of Swiss food and wines	2'000	80
WSET explore the wines of Switzerland	2'000	24
Sampler Discover Swiss Wines	3'000	18
Hedonism Swiss Wine tatsing	3'000	24
67 Pall Mall - Swiss Wine Vaud film and tasting	4'000	35

Personne raggiunte via e-mail: 23.000

Partecipanti all'evento: 255

Stati Uniti

SWISS WINE WEEK - NEW YORK CITY

I vini svizzeri sono stati invitati a New York per il secondo anno consecutivo, dal 5 all'11 giugno. Nell'ambito della collaborazione tra SWP e Svizzera Turismo, è stato proiettato un video promozionale nell'iconica Times Square con lo slogan: « Abbiamo bisogno di più diversità, abbiamo bisogno della Svizzera ». Il video ha raggiunto più di 480.000 persone al giorno, ossia 3.360.000 persone in una settimana.

Durante i vari eventi, i partecipanti hanno potuto degustare i vini delle seguenti tenute:

- Cave Caloz
- Jean-René Germanier
- Maison Gillard
- Cave du Paradis, Olivier Rothen
- Domaine Chaudet
- Henri Badoux
- Domaine La Colombe
- Terre de Lavaux
- J. & P. Testuz
- Weingut Donatsch
- Weingut Fromm
- Château d'Auvernier
- Castello di Cantone

Degustazione al Lavaux Wine Bar

Nell'ambito della partnership con Svizzera Turismo, si è tenuta una degustazione di vini aperta al pubblico presso il Lavaux Wine Bar. L'evento è stato un grande successo, con oltre 160 partecipanti.



Degustazione aperta al pubblico al Lavaux Wine Bar
©Swiss Wine Promotion

Degustazione World Wine Guys e Kristen Goceljak

Durante questa settimana, una masterclass condotta da Mike De Simone e Jeff Jenssen di World Wine Guys ha accolto 15 partecipanti, mentre un workshop guidato da SWP e dalla sommelier Kristen Goceljak ha accolto 12 professionisti.

Degustazione e cena presso il Consolato Generale di Svizzera a New York City

La settimana si è conclusa con un pranzo-degustazione presso il Consolato Generale di Svizzera a New York, su invito del Console Generale Niculin Jäger. La presentazione dei vini è stata fatta da Christy Canterbury, Master of Wine (MW).



Degustazione presso il Consolato Generale di Svizzera, da sinistra a destra: Niculin Jäger, Console Generale, Christy Canterbury, Master of Wine, e Nicolas Joss, Direttore di Swiss Wine
©Swiss Wine Promotion

Canada

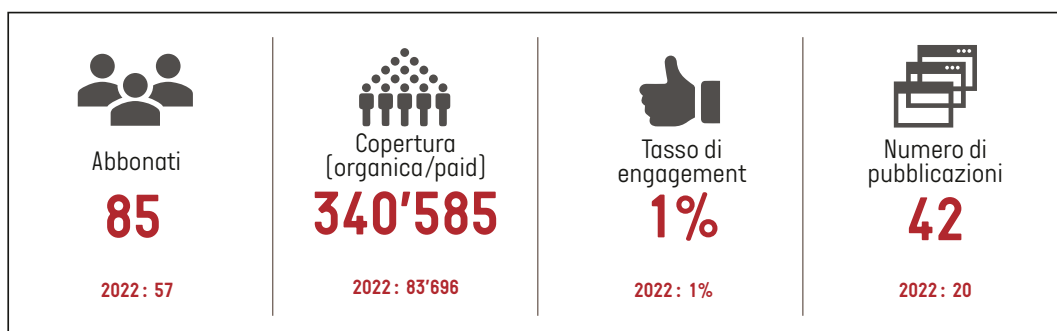
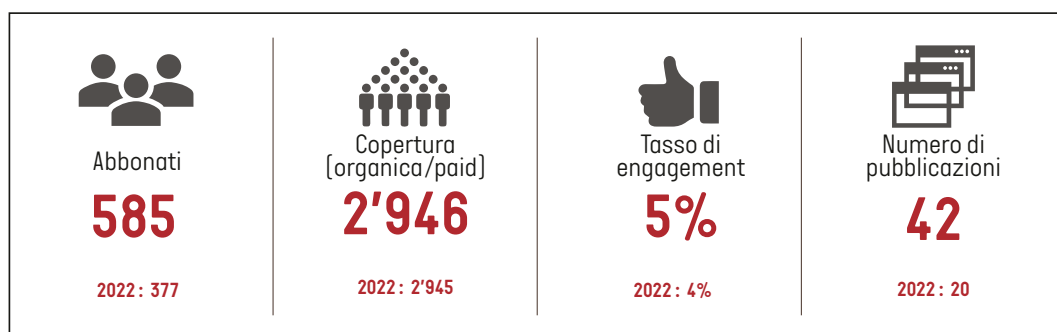
In partnership con SwissGrapes, i vini svizzeri sono stati presentati alla fiera Raspipav (un'associazione di agenzie specializzate nella promozione delle importazioni private di alcolici e vini) a Montreal (3 giorni) e Quebec (1 giorno). Parallelamente alla fiera, una serata presso l'Auberge Saint Gabriel di Montreal ha accolto più di 80 clienti per una degustazione esclusiva.

Asia

CINA

Dal 2021, SWP ha incaricato Swiss Centers China (SCC) di sviluppare la presenza dei vini svizzeri in Cina. L'obiettivo comune è quello di promuovere i vini svizzeri sul dinamico mercato cinese. Nel 2023, SWP continua a espandere la propria presenza in Cina, in collaborazione con gli Swiss Centers, attraverso i social network e in occasione di eventi.

I social network si sviluppano. Oltre a contenuti testuali, SWP pubblica anche video sottotitolati in cinese e foto di paesaggi che ispirano i consumatori.



SHANGHAI CIIE 2023

Per il terzo anno consecutivo, SWP era presente presso lo stand Swiss Centers alla China International Import Expo (CIIE) dal 5 al 10 novembre a Shanghai. Lo stand globale ha messo in mostra beni di consumo di alta qualità, prodotti alimentari e agricoli, oltre ad una selezione di vini svizzeri, grazie alla presenza di diversi importatori.

Durante questa edizione, SCC ha accolto l'Ambasciatore Jürg Burri e il Console Sacha Bachmann. Inoltre, Nicolas Musy, cofondatore e membro del Consiglio di amministrazione di SCC, ha consegnato il titolo di Ambasciatore dei vini svizzeri a Zhao Wang e Wanyi Li, personalità influenti del settore vinicolo cinese.



CIIE e cerimonia di premiazione
©Swiss Center China

SINGAPOR

Nel mese di novembre, con la collaborazione dell'Ambasciata di Svizzera e di vari partner, Swiss Wine ha organizzato per la prima volta una masterclass e una degustazione presso lo Swiss Club di Singapore. Alla masterclass hanno partecipato 21 professionisti (sommelier, importatori, stampa) e sono stati presentati sette vini in totale, provenienti da tutte le regioni vinicole. Durante la degustazione, che ha seguito la masterclass, sono stati serviti tre vini di 14 aziende provenienti da tutta la Svizzera. La degustazione ha riunito un totale di 80 ospiti.



Evento presso lo Swiss Club di Singapore in presenza dell'Ambasciatore Frank Grütter
©Swiss Wine Promotion

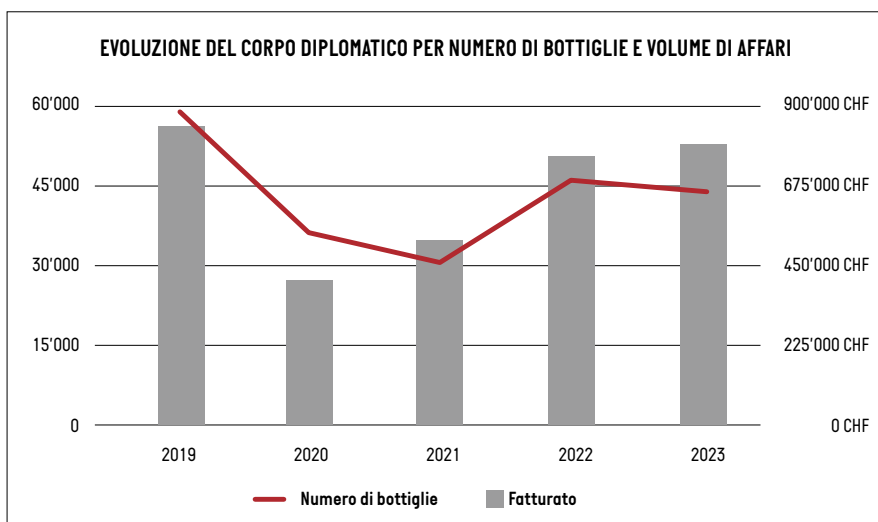
Corpo diplomatico

Nel 2023, il numero di bottiglie ordinate è diminuito leggermente (-2,89%). Il volume di affari è invece aumentato del 4,57% rispetto all'anno precedente. Il listino comprendeva oltre 900 etichette di 170 aziende viticole.



	Quantità				Valore	
	2022	2022	2023	2023	2022	2023
	Num bott	%	Num bott	%	Fatturato (prezzo bott)	Fatturato (prezzo bott)
BIANCHI	21'937	47,65%	19'754	44,33%	321'787	309'575
ROSATI	1'080	2,35%	800	1,80%	14'711	11'546
ROSSI	17'249	37,47%	16'876	37,87%	312'216	323'087
SPUMANTE	4'920	10,69%	6'102	13,69%	82'531	110'527
DOLCI	132	0,29%	120	0,27%	2'884	2'440
LIQUOROSI DISTILLATI	572	1,24%	883	1,98%	22'501	33'839
BIRRE	144	0,31%	-	-	427	-
Vari/senza alcohol	-	-	30	0,07%	-	176
TOTALE	46'034	100,00%	44'565	100,00%	757'058	791'191

Dati sulle vendite annuali di vino per il Corpo diplomatico, confronto tra il 2022 e il 2023. Fonte: Swiss Wine, 2023



Fonte: Swiss Wine, 2023



9

STUDI E RICERCHE

RAPPORTO UFAG 2023

Nel 2023 il consumo totale di vino ha subito una flessione di 1,3 milioni di litri [-0,5%] rispetto all'anno precedente, attestandosi a 235,9 milioni di litri, di cui 85,3 milioni di litri di vino bianco e 150,6 milioni di litri di vino rosso (incl. vino rosé). Sul volume totale, il calo del consumo è riconducibile al fatto che la flessione registrata per i vini rossi non è stata compensata dall'aumento nel comparto dei vini bianchi.

Dal confronto tra il consumo di vini svizzeri ed esteri emerge una crescita del consumo dei vini indigeni. Nel 2023, infatti, ne sono stati consumati 91 milioni di litri, ovvero il 3,8 per cento in più rispetto al 2022. Il consumo di vini esteri, invece, è sceso del 3,1 per cento, attestandosi a 144,9 milioni di litri. La quota di mercato dei vini svizzeri è salita al 38,6 per cento [+1,6%].

Grazie all'abbondante vendemmia del 2023, le scorte di vini svizzeri al 31 dicembre 2023 sono salite a quota 156 milioni di litri [+6,8%] facendo registrare volumi soddisfacenti in tutti i Cantoni sia per i vini bianchi sia per quelli rossi. Le scorte di vini esteri, invece, sono diminuite del 4,9 per cento, attestandosi a 52,6 milioni di litri.

[Estratto del comunicato stampa dell'UFAG, 18 aprile 2024]

RAPPORTO OSMV 2023

La quota di mercato dei vini svizzeri presso Coop, Denner, Manor, Migros, Spar, Volg e Landi è del 28,0% [+0,1% rispetto al 2022]. Le vendite di vini svizzeri presso questi distributori rappresentano il 27,5% del consumo totale di vini svizzeri calcolato dall'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG) (tutti i canali di distribuzione inclusi). Nel 2023, il volume di vino svizzero venduto nella grande distribuzione è diminuito [-3,1%] e i prezzi medi sono aumentati [+2,4%] rispetto al 2022. In confronto, le vendite di vini stranieri nella grande distribuzione sono diminuite del -3,7% e i loro prezzi medi sono rimasti stabili [+0,2%].

Più in dettaglio, si nota che le vendite di vini svizzeri AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) sono diminuite meno [-1,9%] rispetto ai Vins de Pays svizzeri [-11,4%].

In termini di vendite, i vini svizzeri nella grande distribuzione, tutte le colorazioni e categorie incluse, sono stabili [-0,7%] rispetto al 2022, mentre le vendite di vini stranieri sono in diminuzione [-3,5%]. La quota di mercato dei vini svizzeri in termini di vendite nella grande distribuzione era del 34,4% nel 2022 e del 35,0% nel 2023, con un aumento dello 0,6%.

Nel suo rapporto, l'UFAG ha calcolato un aumento del consumo di vini svizzeri [+3,8%]. Questo dato è accompagnato da un calo delle vendite nella grande distribuzione [-3,1%] (OSMV), il che suggerisce che le vendite di vino svizzero attraverso altri canali (HoReCa, vendite dirette, rivenditori ed esportazioni) sono aumentate notevolmente.

[Estratto del comunicato stampa di SWP e dell'OSMV, 18 aprile 2024]



10

CONTI

Bilancio comparato al 31 dicembre 2023 e 2022

ATTIVO	NOTE	31.12.2023	31.12.2022
ATTIVO CIRCOLANTE			
Banca		541 236	405 74
Conti correnti partner		0	1 13
Debitori		1 203 181	376 99
Risconti attivi	1.	6 224 371	2 628 39
		7 968 788	3 412 25
ATTIVO IMMOBILIZZATO			
Materiale promozionale		187 949	151 79
Mobilio & attrezzature		7 146	4 60
		195 095	156 39
TOTALE ATTIVI		8 163 883	3 568 65
PASSIVO	NOTE	31.12.2023	31.12.2022
DEBITI A BREVE TERMINE			
Fornitori-creditori		2 519 432	420 90
Banca - Conti correnti partner		0	1 13
Risconti passivi	2.	5 329 499	2 838 20
		7 848 931	3 260 23
CAPITALE PROPRIO			
Capitale azionario		200 000	200 00
Riserva da apporto capitale		100 000	100 40
Parte del capitale proprio	3.	(8 700)	(8 600)
Utile portato		16 615	(12 132)
Risultato d'esercizio		7 037	28 74
		314 952	307 91
TOTALE PASSIVI		8 163 883	3 568 15

Conti economici comparati degli esercizi 2023 e 2022

DESCRIZIONE	NOTE	2023	2022
PRODOTTI			
Sovvenzioni della Confederazione		8 503 076	3 030 10
Sovvenzioni della Confederazione - aiuti d'emergenza		0	800 00
Riduzione dell'imposta preventiva - IVA		(422 029)	(245 143)
Organizzazione del settore	4.	7 126 823	3 476 64
Altre entrate	5.	439 473	329 61
TOTALE DEI PRODOTTI		15 647 343	7 391 21
COSTI			
Progetti nazionali - Swiss Wine Promotion			
Enoturismo - Suisse Tourisme		486 316	230 15
Materiale promozionale e give aways		458 491	73 81
Swiss Wine Gourmet		176 698	111 47
Partenariato gastronomico		733 375	601 67
Formazione e-learning		111 244	33 10
Fiere & saloni varie		446 985	53 90
Concorsi internazionali		14 253	19 18
Cantine aperte		999 177	863 77
Campagne "senza dubbi"		1 991 998	944 22
Campagne "sostenibilità"		923 464	
Campagne publicitaire nationale	6.	5 957 214	2 224 35
		12 299 215	5 155 66
Progetti nazionali - Partner			
Vinea		371 402	165 27
Sponsorizzazione di eventi		287 461	12 07
Mondial du Chasselas		241 412	212 62
Wyschiff		250 696	157 84
Mémoire des Vins Suisses		106 778	106 77
SWC Swiss Wine Tasting		219 163	192 20
Jardin des Vins		64 531	63 13
Studi e ricerche (MIS Trend, OMSV, ecc.)		249 154	211 16
Swiss Wine Festival		130 183	25 00
		1 920 780	1 146 10
TOTALE PROGETTI NAZIONALI		14 219 995	6 301 76

Conti economici comparati degli esercizi 2023 e 2022 (segue)

DESCRIZIONE	NOTE	2023	2022
Progetti export			
ProWein & saloni varie		466 717	215 300
Weinakademie		30 862	25 420
Master of Wine, Master Of Taste		45 019	30 900
Germania FF.K		151 380	94 670
Attività internazionali - Asie, Benelux et Canada		100 390	122 100
Presenza Svizzera		13 300	15 170
Francia - Cité des Vins		21 863	0
Sviluppo export (USA - UK - ASEAN)		201 301	58 370
TOTALE PROGETTI EXPORT		1 030 832	561 960
Amministrazione			
Stipendi e oneri sociali	7.	142 452	201 440
Formazioni		8 495	3 400
Amministrazione		74 376	143 340
Logistica		32 951	17 640
Consultazioni giuridica e fiscale		4 600	0
Compatibilità		59 334	38 120
Spese per riunioni e comitati		24 781	23 260
Spese del consiglio di amministrazione		31 444	63 200
Onerari del revisore dei conti		10 500	7 500
Oneri finanziari / (proventi)		268	770
TOTALE AMMINISTRAZIONE		389 201	498 690
Oneri straordinari		0	0
Le tasse		278	300
SPESE TOTALI		15 640 306	7 362 470
PROFITTO NETTO		7 037	26 800

Allegati ai conti annuali

DESIGNAZIONE	31.12.2023	31.12.2022
--------------	------------	------------

Informazioni sulle principali applicazioni nei conti annuali

I principi di valutazione utilizzati in questo conto annuale soddisfano i requisiti del diritto contabile svizzero.

Salvo diversa indicazione nelle loro denominazioni, i debiti sono infruttiferi.

Indicazioni, composizione e spiegazione di alcune voci di bilancio

1. Ratei attivi

Crediti - saldo del sussidio federale		
Sovvenzioni ordinarie	1 897 862	770 45
Crediti - saldo del sussidio federale		
Misure urgenti	0	200 00
Reddito da ricevere - equità da partner e regioni	4 029 037	1 393 33
Altri crediti	63 558	144 38
Spese pagate in anticipo	233 914	120 22
	<u>6 224 371</u>	<u>2 628 39</u>

2. Ratei passivi

Ratei - fatture da ricevere dai partner e dalle regioni	4 654 761	2 386 67
Tasse da pagare	674 738	451 53
	<u>5 329 499</u>	<u>2 838 20</u>

3. Quote di capitale proprio

	Numero	Valore	Numero	Valore
Quote di capitale proprio all'inizio dell'esercizio	87	8 700	87	8 700
Sottoscrizione di quote di capitale proprio nel corso dell'esercizio	0	0	0	0
Quota di capitale non interamente versata	0	0	0	0
Dimissione di quote di capitale proprio	0	0	0	0
Quote di capitale proprio alla fine dell'esercizio	<u>87</u>	<u>8 700</u>	<u>87</u>	<u>8 700</u>

Allegati ai conti annuali (segue)

DESIGNAZIONE	2023	2022
Indicazioni, disaggregazioni e spiegazioni di alcune voci di conto economico		
4. Prodotti di organizzazioni di settore		
Interprofessione della Vite e del Vino (IVVS)	1 251 565	1 007 475
Partner e Regioni - fondi propri progetti nazionali	5 875 258	2 469 172
	<u>7 126 823</u>	<u>3 476 647</u>
5. Altri redditi		
Costi amministrativi rifatturati alle regioni partner	100 428	101 000
Commissioni dell'agenzia di progetto partner	89 761	54 109
Servizi	225 957	154 000
Vendite del negozio	17 031	18 810
Sconti e prodotti vari	6 296	1 692
	<u>439 473</u>	<u>329 611</u>
6. Campagna pubblicitaria nazionale		
Stampa e vendita al dettaglio	3 366 708	1 335 723
Nel cuore della vendemmia	306 357	228 165
Swiss Wine Summer / Winter + Aperò + Events	1 317 327	328 901
E-communications & Social Media	386 283	190 270
Pubbliche Relazioni	122 834	0
Pubbliche Relazioni - Ambasciatori	72 250	69 730
Great Wine Capital Lausanne	385 455	71 565
	<u>5 957 214</u>	<u>2 224 354</u>
7. Stipendi e oneri straordinari		
Salario totale e oneri sociali	752 941	591 247
Stipendi totali riallocati ai progetti	(578 550)	(357 000)
Totale stipendi e oneri sociali riallocati alle spese del Consiglio di Amministrazione	<u>(31 444)</u>	<u>(32 800)</u>
Stipendi totali e oneri sociali non assegnati	<u>142 947</u>	<u>201 447</u>
8. Significativo scioglimento netto delle riserve latenti		
	<u>0</u>	<u>0</u>
9. Numero di dipendenti		
Numero di persone occupate in media equivalenti a tempo pieno	8,0	6,0
10. Eventi successivi alla data di chiusura del bilancio		
La società ha richiesto un prestito Covid di CHF 500.000 che le è stato concesso sotto forma di limite di credito presso UBS SA. Da allora questa linea di credito non è mai stata utilizzata.		
11. Altre informazioni obbligatorie per legge		
	Nessuno	Nessuno



11

RAPPORTO DELL'ORGANO DI REVISIONE

Rapporto dell'organo di revisione sul controllo limitato all'Assemblea generale di SWP SA

BfB Fidam révision SA
Avenue des Baumettes 23
Case postale 183
CH-1020 Renens VD 1

Téléphone +41 (0)21 641 46 46
Téléfax +41 (0)21 641 46 40
E-mail : contact@bfbvd.ch

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint
à l'assemblée générale de
Swiss Wine Promotion AG
Berne

BfB

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) de Swiss Wine Promotion AG pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2023.


La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au conseil d'administration alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ou d'autres violations de la loi ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels, ainsi que la proposition concernant l'emploi du bénéfice au bilan ne sont pas conformes à la loi suisse et aux statuts.

Renens, le 24 mai 2024

BfB Fidam révision SA


Guy Chervet
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable


Hakan Savci
Expert-réviseur agréé



12

PROPOSTA AGLI AZIONISTI

PROPOSTA AGLI AZIONISTI

Proponiamo agli azionisti di adottare le seguenti tre risoluzioni:

- 1 L'Assemblea generale approva i conti e il bilancio dell'esercizio 2023;
- 2 Approva la gestione e concede il discharge al Consiglio di amministrazione e alla Direzione;
- 3 Approva la proposta del Consiglio di amministrazione per la destinazione dell'utile netto (in CHF).

	2023	2022
A disposizione dell'assemblea generale		
Risultato riportato	16 615	-12 132
Risultato d'esercizio	7 037	28 747
Totale	23 652	16 615
Proposta del consiglio di amministrazione		
Risultato di bilancio	23 652	16 615
./. Assegnazione alla riserva legale	352	-
./. Distribuzione di un dividendo	-	-
	23 300	16 615
Nuovo utile a nuovo		

Berna, 14 maggio 2024
Swiss Wine Promotion SA



Robert Cramer, Presidente



Nicolas Joss, Direttore



13

IMPRESSUM

Impressum

Indirizzo

Swiss Wine Promotion SA

Belpstrasse 26

3007 Berna

info@swisswine.ch

Tel. +41 (0)31 398 52 20

www.swisswine.ch

Partner principali



SWISS WINE
VALAIS



SWISS WINE
VAUD



SWISS WINE
DEUTSCHSCHWEIZ



SWISS WINE
GENÈVE



SWISS WINE
TICINO



SWISS WINE
3LACS/SEEN

Redazione:

Swiss Wine Promotion SA, Berne

Traduzione:

Swiss Translate,

Rue du Jeu-de-l'Arc 15, 1207 Genève

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

Papier recyclé et FSC

imprimé en

suisse



