

# Il vermouth di Torino ha quintuplicato il fatturato in pochi anni.

scritto da Roberto Serra | 6 Aprile 2026



La crescita è trainata da un aumento delle bottiglie prodotte e da un rinnovato interesse per i prodotti storici.

Lo scorso gennaio, l'imprenditore Paolo Dalla Mora partecipava alla giornata nazionale del Vermouth di Torino, un evento che celebra un prodotto il cui mercato ha subito una trasformazione radicale. Già nel gennaio 2025, stando ai dati diffusi da [boom del fatturato del vermouth](#), il giro d'affari del vermouth di Torino era passato da 32,6 a 172,2 milioni di euro all'anno dal 2018, **quintuplicando in pochi anni**. Un segnale inequivocabile per chi opera nel settore delle

bevande: mentre alcuni segmenti maturano, altri esplodono.

## **Il sorprendente boom del vermouth di Torino**

La crescita non è solo in valore, ma anche in volume. Nello stesso arco temporale, le bottiglie prodotte, nelle tre varietà bianco, rosso e dry, sono aumentate da 5 milioni e 108mila a 6 milioni e 811mila. Questo balzo rappresenta **uno dei trend più significativi nel panorama delle bevande spiritose italiane**, riportando al centro un prodotto dalla storia secolare, come testimoniato dal libro “Il Vermouth di Torino” pubblicato da Arnaldo Strucchi già nel 1907. Per gli operatori, sia produttori che distributori, questi numeri delineano un’opportunità concreta in un mercato in piena espansione, lontano dalla saturazione che ha colpito altre categorie.

## **Dal gin al vermouth: il cambio di rotta di Paolo Dalla Mora**

La parabola di Paolo Dalla Mora è esemplare di questo shift. Nel 2019 aveva lanciato Engine, un gin artigianale 100% italiano e biologico, producendolo in Piemonte. Il brand, fondato ufficialmente nel 2021, aveva attirato l’interesse del grande gruppo Illva Saronno, che nel 2021 acquisì una quota del 25% e, come riportato in un [acquisizione di Engine Gin da Ilva Saronno](#), rilevò poi la quota rimanente del 75%. Tuttavia, la vendita del marchio nel 2023 coincideva con un momento di profonda trasformazione per l’intero segmento. Un’[analisi del mercato gin 2025](#) descrive infatti un mercato saturato da un eccesso di aromi, formati e innovazione rapida durante il boom del gin artigianale, al punto che “i consumatori sono stati sopraffatti e i rivenditori si sono ritrovati con portafogli semplicemente troppo frammentati”. La storia di Paolo Dalla Mora riflette dunque la necessità di cercare nuove strade quando un mercato raggiunge la maturità.

## Nuove frontiere: Liquid Ventures e il futuro delle bevande

Dopo l'esperienza con Engine Gin e il suo coinvolgimento con il vermouth Strucchi, Dalla Mora ha co-fondato, insieme a Luca Gargano di Velier, il [venture builder Liquid Ventures](#). Questa piattaforma ha l'obiettivo di creare, sviluppare e investire in nuovi marchi di bevande, concentrandosi su nicchie emergenti come le bevande energetiche, le bevande funzionali non alcoliche contenenti nootropici e adattogeni, e i cosiddetti 'proxy wines'. Questo orientamento segna un ulteriore passo strategico, spostando l'attenzione dalle bevande alcoliche tradizionali verso **categorie in crescita dettate da tendenze di consumo legate al benessere e alla funzionalità**.

Per i professionisti del settore, dalla produzione all'export, la lezione è chiara. Il caso del vermouth di Torino dimostra che anche prodotti storici possono conoscere rinascite impetuose se supportati da trend di consumo favorevoli e da una chiara identità territoriale. Al contrario, segmenti un volta dinamici come il gin artigianale possono raggiungere rapidamente la saturazione. La risposta, come illustra la nascita di Liquid Ventures, sta nel **monitoraggio costante dei dati di mercato** e nella capacità di diversificare verso innovazioni di prodotto che rispondano a esigenze specifiche, come quelle delle bevande funzionali. In un panorama competitivo in continua evoluzione, l'agilità e l'anticipazione dei trend non sono più un optional, ma una necessità per non essere travolti.