

Signorvino chiude il 2024 con un fatturato record di 85,7 milioni di euro, in crescita del 17,5%

scritto da Redazione Wine Meridian | 11 Febbraio 2025



Signorvino chiude il 2024 con un fatturato record di 85,7 milioni di euro (+17,5%). Crescono le vendite al dettaglio e in ristorazione, mentre l'e-commerce registra un incremento del 25%. A gennaio 2025, le nuove restrizioni stradali influenzano il mercato, ma l'azienda risponde con strategie mirate per valorizzare l'esperienza enologica e incentivare i consumi.

Signorvino ha registrato nel 2024 un fatturato complessivo di 85.7 milioni di euro, con una crescita del 17,5% rispetto al 2023.

- La vendita di vino al dettaglio ha generato un fatturato di 25 milioni di euro (+18,2%).
- Il settore ristorazione ha raggiunto un fatturato di 59 milioni di euro (+16,6%).

La **vendita di vino al dettaglio** si conferma protagonista registrando un **fatturato di 25 milioni di euro (+18,2% rispetto all'anno precedente)**. Anche il settore **ristorazione** dimostra un andamento positivo, con un giro d'affari di **59 milioni di euro**, in crescita del 16,6%. Questi dati evidenziano la capacità di Signorvino di attrarre un pubblico sempre più ampio, grazie a un mix perfetto di alta qualità degli **ingredienti, esperienze e offerta diversificata nonché accessibile**.

Nel dettaglio, il **volume complessivo è di 2.237.000 bottiglie vendute tra i canali retail (71%), ristorazione (18%) e mescita (11%)**. Tra le categorie, **i vini rossi guidano le vendite con il 46% del valore**, seguiti dalle **bollicine (32%)** e dai **vini bianchi (16%)**. In termini di quantità, i rossi detengono il 42%, mentre le bollicine e i bianchi rappresentano rispettivamente il 30% e il 22%.

Per quanto riguarda le **denominazioni più richieste nel retail**, il **Prosecco domina le vendite in termini di quantità**, incidendo per il 17,3% sul totale delle bottiglie vendute, seguito da **Valpolicella Ripasso (6,1%)**, **Lugana (5,4%)** e **Primitivo (5,4%)**. Sul fronte delle vendite per valore, invece, è lo **Champagne a guidare il mercato** con una quota del 9,5%, seguito da **Franciacorta (8,8%)** e **Amarone (7,8%)**. Il **Prosecco**, pur registrando il maggior volume di vendite, si posiziona al quarto posto in valore con il 7,6%, evidenziando il suo ruolo di best-seller ma con un prezzo medio inferiore rispetto a denominazioni con un prezzo medio più elevato. Denominazioni come **Brunello e Barolo**, pur con volumi più contenuti, emergono nella classifica per valore, grazie a un posizionamento premium.

“Siamo davvero soddisfatti: è stato un anno intenso e pieno di sfide, di fronte alle quali abbiamo mantenuto alto l’umore e l’impegno. I dati ci dimostrano che la domanda di esperienze premium è in costante crescita: questo ci spinge a proporre eventi esclusivi come cene con produttori e degustazioni, concepite per offrire al pubblico momenti unici e di alto livello. Il nostro impegno è proseguire su questa strada, ampliando ulteriormente le opportunità per gli appassionati di vino”, **dice Federico Veronesi, Amministratore Delegato Signorvino.**

E-commerce in forte espansione

L’**e-commerce di Signorvino** si distingue come uno dei principali driver di crescita, con un **incremento delle vendite pari al 25% rispetto al 2023** e un **fatturato totale di 1,772 milioni di euro**. Un risultato che testimonia la crescente importanza del digitale nel soddisfare le esigenze di una clientela moderna e connessa.

Tendenze di consumo e vendite al calice

- Lo scontrino medio nel segmento di vendita al dettaglio è salito a **48,27 euro**.
- Il vino da asporto incide mediamente per il **30%** sul totale delle vendite, con picchi superiori al **50%** nei mesi di novembre e dicembre.

Per arricchire l’esperienza, Signorvino ha ampliato la lista dei vini disponibili in mescita (**tra 20 e 25 etichette**) e ha introdotto percorsi degustativi tematici.

Aumentano le vendite di vino al calice

Le vendite al calice nel 2024 hanno registrato una crescita significativa, alimentata dal desiderio dei clienti di non solo gustare un buon vino, ma anche di **vivere un’esperienza**

più completa e formativa. Il concetto alla base è quello di offrire un **percorso di degustazione guidato dai wine specialist**, esperti capaci di accompagnare gli ospiti in un viaggio enologico coinvolgente e istruttivo.

Per rispondere a questa tendenza, **Signorvino ha consolidato nel tempo l'opzione del doppio calice**, una scelta che permette ai clienti di selezionare un vino adatto a tutto il pasto o all'aperitivo, assicurando continuità e armonia nell'esperienza. Parallelamente, è stata **ampliata la selezione delle etichette disponibili in mescita**, con una gamma che ora include mediamente tra **20 e 25 vini da assaggiare al calice**.

Inoltre, **Signorvino propone diversi percorsi degustativi**, che prevedono la selezione di tre vini al calice e sono dedicati a specifiche denominazioni o temi enologici. La **crescente richiesta di esperienze premium e indimenticabili** si riflette anche nell'organizzazione di eventi esclusivi, come **cene con produttori e degustazioni**. Signorvino continuerà a investire in questa direzione, ampliando ulteriormente le opportunità per gli appassionati di vino di vivere esperienze coinvolgenti e di qualità.

Le conseguenze del Nuovo Codice della Strada: dati di vendita di gennaio 2025, azioni future

L'entrata in vigore del Nuovo Codice della Strada ha avuto un impatto sulle vendite di vino, con un calo rilevante registrato a gennaio 2025. Sebbene i dati relativi al periodo natalizio mostrino una sostanziale stabilità rispetto al 2023, le prime settimane del nuovo anno hanno evidenziato un **cambiamento nelle abitudini di consumo**, con una **riduzione della domanda sia per la vendita al calice che per l'asporto**.

Questo trend sembra riflettere una maggiore prudenza da parte dei consumatori, preoccupati dalle nuove restrizioni e dall'aumento dei controlli. Tuttavia, è ancora presto per definire con precisione l'impatto di lungo periodo del

provvedimento. **I primi dati suggeriscono che il calo è più accentuato nelle ore serali e nei punti vendita situati nelle grandi città,** dove le restrizioni alla guida incidono maggiormente sulle scelte di consumo.

“In un contesto in cui il vino viene sempre più stigmatizzato, noi siamo determinati a valorizzarne gli aspetti positivi. La nostra missione è quella di promuovere la cultura del vino, esaltandone la bellezza, la storia e il profondo legame con le tradizioni italiane” **dice Luca Pizzighella, General Manager Signorvino.**

Per affrontare questa sfida, Signorvino sta mettendo in campo una serie di strategie con l’obiettivo di non scoraggiare i consumatori. Oltre alla **possibilità di ordinare doppio calice,** è stata introdotta la **formula Happy Wine,** che prevede la possibilità di **scegliere una bottiglia da bere al tavolo e, in omaggio, ricevere un piatto a scelta dalla sezione “da condividere” e un vassoietto “Scrigno Aperitivo”.** La promozione sarà valida tutti i giorni dalle 17:00 alle 20:00.

Inoltre, **in caso di vino non terminato, Signorvino offre un tappo personalizzato per permettere ai clienti di portare a casa la bottiglia.**

“Nonostante le sfide, siamo determinati a preservare e far crescere il nostro settore” – **dichiara Federico Veronesi, Amministratore Delegato di Signorvino.** “Sebbene le difficoltà siano evidenti, è proprio in momenti come questi che è fondamentale guardare al futuro con determinazione e ottimismo. Il vino, come ogni prodotto alcolico, deve essere consumato con consapevolezza, ma non possiamo dimenticare che rappresenta molto di più di una semplice bevanda alcolica. È un elemento che arricchisce le esperienze quotidiane, che celebra le occasioni speciali e che unisce le persone intorno a una tavola, favorendo la socializzazione e la riflessione. La nostra storia è intrecciata con quella del vino. Il nostro paese, che ha visto nascere e crescere i più grandi vigneti,

continua a offrire al mondo una tradizione vinicola ineguagliabile. Per questo, il nostro impegno rimane forte, perché crediamo che il vino, nella sua forma più autentica, sia un patrimonio che merita di essere tutelato e celebrato”.

Punti chiave

1. **Signorvino registra 85,7 milioni di fatturato nel 2024**, con una crescita del 17,5%.
2. **E-commerce in forte espansione**, con un aumento delle vendite del 25% rispetto al 2023.
3. **Vendite al dettaglio e ristorazione in crescita**, rispettivamente del 18,2% e 16,6%.
4. **Le restrizioni stradali del 2025 influenzano i consumi**, ma Signorvino introduce strategie per mantenere il mercato stabile.
5. **Esperienze premium e degustazioni guidate** rafforzano il legame con i clienti e la valorizzazione del vino.