Signorvino presenta a Vinitaly un nuovo concept dedicato al benessere e alla cultura del vino

scritto da Redazione Wine Meridian | 7 Aprile 2025



A Vinitaly 2025 Signorvino presenta "Il gusto di sentirsi bene", un nuovo concept incentrato su benessere e cultura del vino. Con iniziative concrete e una comunicazione inclusiva, il brand punta su qualità, piacere consapevole ed esperienze autentiche, confermando il trend positivo nella vendita di vini premium.

In occasione della 57ª edizione di Vinitaly, **Signorvino presenta il suo nuovo concept**: "*Il gusto di sentirsi bene*", **un invito a vivere il vino con gusto e senza sovrastrutture**. In un contesto in cui i consumi stanno

cambiando e il pubblico ricerca esperienze più autentiche, **Signorvino riafferma il suo ruolo di spazio dedicato alla convivialità, alla qualità e al benessere**.

Con **40 punti vendita in Italia** e **2 all'estero**, Signorvino è la Grande Cantina Italiana: un luogo in cui il tempo si dilata, l'attenzione si concentra sul piacere del momento e la cultura del vino si esprime in modo aperto e inclusivo.

Ci sono posti in cui il tempo si distende,
ogni istante si allunga e tutto rallenta.
Luoghi dove ci sentiamo finalmente liberi
di accomodarci e lasciarci andare.
Signorvino è quel posto.

Qui, il benessere è fatto del piacere
di concedersi qualcosa.
Un calice di vino dopo una giornata infinita,
un piatto che ti riconcilia con il mondo,
una serata in cui le risate contano più dei pensieri.

Perché tutto, con consapevolezza, trova il suo posto. Anche tu.
Signorvino è l'invito a scegliere
ciò che ti fa sentire bene, senza fretta e mai oltre misura,
semplicemente vivendo il momento, il tuo momento.

"Il modello di consumo che promuoviamo in Signorvino è lontano anni luce dall'idea dell'eccesso. Bere vino significa scegliere di condividere un piacere con gusto, ma anche scoprire territori, tradizioni e vitigni e approfondire un'esperienza sensoriale. Nei nostri locali e ristoranti, ogni bottiglia racconta una storia e chi la sceglie lo fa per apprezzarla, non per berla distrattamente. Il vino accompagna la nostra cultura da millenni e fa parte del nostro patrimonio, come in tutto il nemico è solo l'eccesso", è il commento di **Federico Veronesi, Amministratore Delegato di Signorvino**.

Vinitaly 2025 sarà l’occasione per condividere questa visione con un pubblico internazionale e per ribadire che il vino, quando vissuto nel giusto modo, è un patrimonio da preservare e celebrare.

“V*ogliamo riportare l’attenzione sul valore culturale ed emozionale del vino in un momento in cui si parla molto di calo dei consumi e di restrizioni. Bere bene significa scegliere con attenzione, apprezzare la qualità e vivere il momento con equilibrio. Il nostro obiettivo è offrire un’esperienza enologica che metta al centro il piacere della scoperta e il rispetto per sé stessi*“, dice il **General Manager Luca Pizzighella**.

Con un approccio innovativo e aperto ai cambiamenti, il brand introduce **soluzioni concrete per incontrare le nuove esigenze del pubblico**, tra cui il **tappo per portare con sé la bottiglia non finita** e la formula Happy Wine, che consente di scegliere una bottiglia da degustare al tavolo ricevendo in omaggio un piatto a scelta. **Queste iniziative si affiancano a una comunicazione che valorizza il vino senza allarmismi, ma consci del fatto che il piacere e il benessere vanno di pari passo**.

E **che i consumatori prediligano il bere bene e meglio lo dimostrano i dati**: nel 2024, Signorvino ha registrato una **crescita rilevante di vendite di bottiglie premium e in particolare una importante predilezione per i grandi rossi italiani.**

Le novità in negozio

Per intercettare nuove tendenze e adattarsi al contesto attuale, il brand ha consolidato l’**opzione del doppio calice** che permette ai clienti di scegliere il vino che si desidera abbinare al proprio piatto, in modo che possa accompagnare tutto il pasto o l’aperitivo, garantendo continuità e armonia. Allo stesso tempo, è stata **ampliata la**

selezione di vini in mescita, con una proposta che ora comprende mediamente tra 20 e 25 etichette.

Ma non solo: la voglia di coinvolgere i clienti in un'esperienza più ampia si palesa anche con un **ricco calendario di eventi dedicati agli appassionati di vino**. In un anno, Signorvino ha organizzato 360 cene con produttori, 1500 lezioni di vino in 30 negozi – con una media di 20 partecipanti per evento, per un totale di quasi 40mila persone coinvolte – e 10 masterclass. Accanto a queste iniziative, non mancano appuntamenti lifestyle con dj-set e serate a tema, che completano l'esperienza nei punti vendita.

Punti chiave

- **Signorvino valorizza piacere, qualità e consapevolezza** attraverso un nuovo concept di consumo più equilibrato.
- **Crescono le vendite di vini, premium e rossi italiani**, segno di un consumo più attento.
- **Nuove proposte come il doppio calice, Happy Wine e il tappo** per portare via migliorano l'esperienza.
- **Eventi coinvolgenti tra cene, lezioni di vino e masterclass** rafforzano il legame col pubblico.
- **Comunicazione senza allarmismi**: il vino come cultura, patrimonio ed esperienza condivisa.