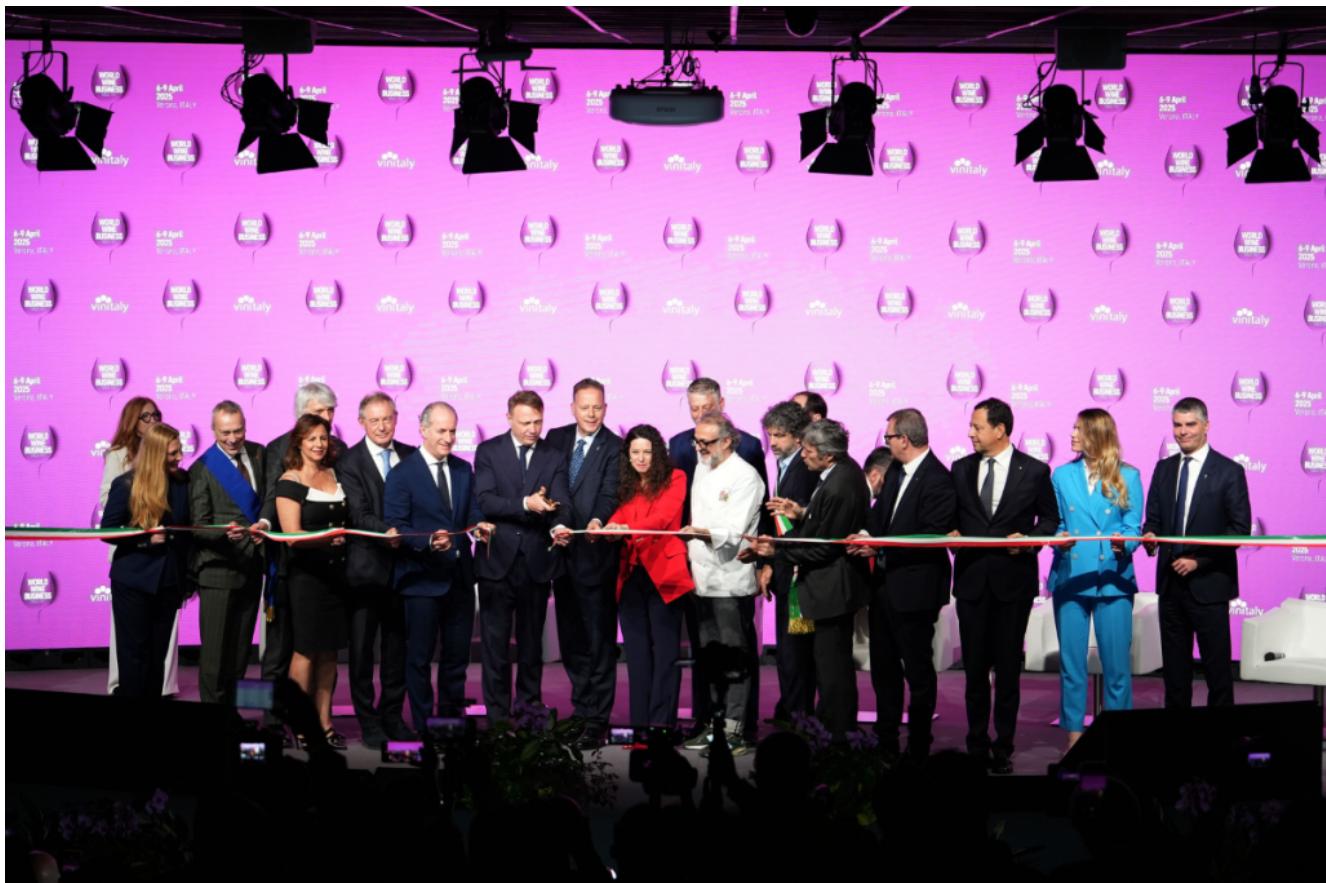


# Signorvino presenta a Vinitaly un nuovo concept dedicato al benessere e alla cultura del vino

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 57<sup>a</sup> 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.

*"Vogliamo 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.