vinetur

Une étude montre que le Brunello attire davantage de jeunes adultes que le vin dans son ensemble aux États-Unis et en Italie

Aux États-Unis, 53 % des consommateurs de Brunello ont entre 25 et 44 ans, contre 38 % pour l’ensemble des vins rouges ; en Italie, 35 % ont entre 29 et 44 ans, contre 21 % pour l’ensemble des consommateurs de vin

lundi 23 novembre 2026



Les jeunes adultes représentent une part plus importante des acheteurs de Brunello di Montalcino aux États-Unis et en Italie que des consommateurs de vin dans leur ensemble, selon une étude présentée lors de Benvenuto Brunello, à Montalcino.

L'étude a été réalisée par l'observatoire de l'Unione italiana vini pour le Consorzio del vino Brunello di Montalcino. Elle porte sur les deux principaux marchés du Brunello, les États-Unis et l'Italie, qui représentent ensemble 60 % des dépenses mondiales consacrées à ce vin rouge toscan. Selon le rapport, le Brunello ne représente que 0,25 % de la production italienne de vin en volume, mais pèse beaucoup plus lourd en matière de réputation et de valeur, notamment dans les segments ultra-premium et du luxe.

Ces résultats dépassent donc le cadre d'une seule appellation. Pour l'ensemble du secteur des boissons, ils laissent penser que les vins rouges haut de gamme peuvent encore séduire de jeunes adultes sur deux marchés essentiels pour les dépenses en vins haut de gamme, alors que les producteurs cherchent, dans tout le secteur, à attirer de nouveaux consommateurs.

Selon l’analyse, les États-Unis comptent environ 7,8 millions de consommateurs de Brunello et l’Italie, environ 4,1 millions. Dans les deux pays, ce public est plus jeune que l’ensemble des consommateurs de vin et que le marché plus large des vins rouges.

Aux États-Unis, 53 % des consommateurs de Brunello ont entre 25 et 44 ans, contre 38 % de l’ensemble des consommateurs de vins rouges, indique le rapport. En Italie, les consommateurs âgés de 29 à 44 ans représentent 35 % des acheteurs de Brunello, soit environ 1,4 million de personnes. La proportion est de 21 % pour l’ensemble des consommateurs de vin.

Le rapport relève également des profils différents selon le genre dans les deux pays. Aux États-Unis, les hommes représentent 62 % du public du Brunello. En Italie, les femmes connaissent davantage le vin et sont plus nombreuses à passer à l’achat. Parmi les Italiennes de moins de 34 ans qui connaissent le Brunello, 47 % en achètent, soit plus du double des 22 % observés chez les hommes du même âge.

La notoriété et les habitudes d’achat diffèrent également fortement entre les deux marchés. Aux États-Unis, environ 17,3 millions de personnes connaissent le Brunello, soit 20 % des consommateurs de vin, selon l’étude. Ce niveau de notoriété reste très inférieur à celui de Bordeaux et de Bourgogne, que près de 50 % des consommateurs américains de vin connaissent, d’après le rapport. Mais le Brunello transforme cette notoriété en achat dans 46 % des cas, contre environ 20 % pour ces deux concurrents français.

En Italie, la notoriété est beaucoup plus répandue. Environ deux tiers des personnes interrogées ont déclaré connaître le Brunello. Pourtant, seule une personne sur cinq parmi celles qui connaissent ce vin en achète, indique le rapport, qui y voit une marge importante pour convertir cette reconnaissance en consommation.

Giacomo Bartolommei, président du consortium du Brunello, a déclaré que les données faisaient ressortir deux priorités différentes pour l’appellation : renforcer sa notoriété aux États-Unis et stimuler les achats en Italie, tout en misant sur son attrait auprès des jeunes adultes dans les deux pays. Il a indiqué que le programme de promotion du consortium pour 2027 prévoyait une étape de Benvenuto Brunello à New York en février, ainsi que des actions supplémentaires lors de salons professionnels aux États-

Unis. En Italie, a-t-il ajouté, le groupe renforcera ses activités dans les villes qu'il considère comme stratégiques.

L'analyse s'appuie sur plusieurs sources, dont IWSR, NielsenIQ, SipSource-WSTA et le U.S. Census.

Organisé à Montalcino du 19 au lundi 23 novembre, Benvenuto Brunello a réuni 116 producteurs autour de dégustations de Brunello 2022, Brunello Riserva 2021 et Rosso di Montalcino 2025. Les séances d'ouverture, les 19 et 20 novembre, étaient réservées aux médias italiens et internationaux ainsi qu'à une sélection de professionnels du secteur. Les jours suivants, les tables de dégustation ont également accueilli le public, en présence des producteurs, avec un accès ouvert aux amateurs de vin. Le 25 novembre, l'événement se déplacera à Londres pour son édition britannique, destinée aux médias et aux professionnels du secteur.