vinetur

Uno studio: Brunello attira più giovani adulti del vino nel suo complesso negli Stati Uniti e in Italia

Negli Stati Uniti, il 53% dei consumatori di Brunello ha tra 25 e 44 anni, contro il 38% per il vino rosso; in Italia, il 35% ha tra 29 e 44 anni, contro il 21% per il vino

lunedì 23 novembre 2026



I giovani adulti rappresentano una quota maggiore degli acquirenti di Brunello di Montalcino negli Stati Uniti e in Italia rispetto a quella che costituiscono tra i consumatori di vino nel complesso, secondo un'analisi dei consumatori presentata durante l'evento Benvenuto Brunello a Montalcino.

Lo studio è stato realizzato dall'Osservatorio dell'Unione italiana vini per il Consorzio del vino Brunello di Montalcino. Ha esaminato i due principali mercati del Brunello, gli Stati Uniti e l'Italia, che insieme rappresentano il 60% della spesa globale per il rosso toscano. Secondo il rapporto, il Brunello costituisce solo lo 0,25% della produzione vinicola italiana in volume, ma ha un peso molto maggiore in termini di reputazione e valore, soprattutto nei segmenti ultra-premium e luxury.

I risultati, quindi, vanno oltre una singola denominazione. Per il settore delle bevande nel suo complesso, indicano che il vino rosso premium può ancora avere margini per attrarre giovani adulti in due mercati centrali per la spesa nel segmento alto di gamma, mentre i produttori di tutto il settore cercano modi per avvicinare nuovi consumatori alla categoria.

Secondo l'analisi, negli Stati Uniti i consumatori di Brunello sono circa 7,8 milioni e in Italia circa 4,1 milioni. In entrambi i Paesi, il pubblico è più giovane rispetto alla popolazione che consuma vino in generale e al mercato complessivo del vino rosso.

Negli Stati Uniti, il 53% dei consumatori di Brunello ha tra 25 e 44 anni, rispetto al 38% del pubblico dei vini rossi nel complesso, secondo il rapporto. In Italia, i consumatori tra 29 e 44 anni rappresentano il 35% degli acquirenti di Brunello, pari a circa 1,4 milioni di persone. La percentuale è del 21% tra i consumatori di vino in generale.

Il rapporto ha rilevato anche differenze nel profilo di genere dei due Paesi. Negli Stati Uniti, gli uomini costituiscono il 62% del pubblico del Brunello. In Italia, le donne mostrano livelli di conoscenza più elevati e una maggiore propensione all'acquisto. Tra le italiane sotto i 34 anni che conoscono il Brunello, il 47% lo acquista, più del doppio rispetto al 22% registrato tra gli uomini della stessa fascia d'età.

Anche i livelli di conoscenza e i comportamenti d’acquisto differiscono nettamente tra i due mercati. Negli Stati Uniti, circa 17,3 milioni di persone conoscono il Brunello, pari al 20% dei consumatori di vino, secondo lo studio. Questo livello di notorietà resta ben al di sotto di quello di Bordeaux e Borgogna, conosciuti, secondo il rapporto, da quasi il 50% dei consumatori di vino statunitensi. Il Brunello, tuttavia, trasforma la conoscenza in acquisto nel 46% dei casi, contro circa il 20% per i due concorrenti francesi.

In Italia, la notorietà è molto più ampia. Circa due terzi degli intervistati hanno dichiarato di conoscere il Brunello. Tuttavia, secondo il rapporto, solo una persona su cinque tra quelle che conoscono il vino lo acquista effettivamente: un dato che, a detta degli autori, indica ampi margini per trasformare la notorietà in consumo.

Giacomo Bartolommei, presidente del Consorzio del Brunello, ha affermato che i dati indicano due priorità diverse per la denominazione: aumentare la notorietà negli Stati Uniti e incentivare gli acquisti in Italia, facendo leva sull’attrattiva del Brunello tra i giovani adulti in entrambi i Paesi. Ha spiegato che il piano promozionale del Consorzio per il 2027 prevede una tappa di Benvenuto Brunello a New York a febbraio e ulteriori attività promozionali alle fiere di settore statunitensi. In Italia, ha aggiunto, il gruppo intensificherà le iniziative nelle città che considera strategiche.

L’analisi ha attinto a diverse fonti, tra cui IWSR, NielsenIQ, SipSource-WSTA e lo U.S. Census.

Benvenuto Brunello, in programma a Montalcino dal 19 a lunedì 23 novembre, ha riunito 116 produttori per le degustazioni di Brunello 2022, Brunello Riserva 2021 e Rosso di Montalcino 2025. Le sessioni inaugurali del 19 e 20 novembre erano riservate ai media italiani e internazionali e a una selezione di operatori del settore. Nei giorni successivi, i banchi d’assaggio sono stati aperti anche con la presenza dei produttori e accessibili agli appassionati di vino. Il 25 novembre l’evento farà tappa a Londra per l’edizione britannica, rivolta ai media e ai professionisti del settore.