Comunicato stampa

VINO, BENVENUTO BRUNELLO: I MILLENNIALS GUIDANO I CONSUMI DI BRUNELLO NEGLI USA E IN ITALIA
SONO 7,8 MLN I CONSUMATORI AMERICANI E 4,1 MLN GLI ITALIANI. NEGLI USA IL PUBBLICO UNDER 45 SUPERA LA MEDIA DEI ROSSI DI 15 PUNTI

(Montalcino - SI, 20 novembre 2026). Un vino relativamente "giovane", con un pubblico che, a sorpresa, trova nei Millennials il suo segmento di riferimento sia negli Stati Uniti che in Italia, due mercati che assieme valgono il 60% della spesa globale per il Brunello di Montalcino. Il focus dell'Osservatorio di Unione italiana vini (Uiv), rilasciato per il Consorzio in occasione della seconda giornata di Benvenuto Brunello, mette sotto la lente i due principali mercati di riferimento di un vino che a livello volumico vale solo lo 0,25% della produzione italiana ma che esprime un peso ben superiore in termini di notorietà e valore, in particolare nella fascia ultra-premium e luxury.

E sono soprattutto i giovani adulti – secondo l'analisi Osservatorio Uiv basata su diverse fonti – a caratterizzare una platea di 7,8 milioni *Brunello-addicted* negli Stati Uniti e di 4,1 milioni in Italia che si scopre con un profilo anagrafico sensibilmente più giovane dei consumatori di vino in generale e dei rossi in particolare. Negli Usa il 53% dei consumatori del vino principe toscano ha infatti tra i 25 e i 44 anni, contro il 38% del pubblico complessivo dei vini rossi. Quote speculari anche in Italia, con i Millennials, tra i 29 e i 44 anni, a mostrare la maggiore affinità con il Brunello: 1,4 milioni di persone, pari al 35% dei consumatori della denominazione, contro il 21% del pubblico del vino. Il genere segna invece una differenza: negli Usa gli uomini rappresentano il 62% del pubblico, mentre in Italia sono le donne a registrare i tassi più elevati di conoscenza e conversione all'acquisto. Tra le italiane under 34 che conoscono il Brunello, il 47% arriva ad acquistarlo, più del doppio rispetto al 22% degli uomini della stessa fascia d'età.

Diverso – secondo il report - anche il rapporto tra notorietà e consumo: negli Stati Uniti conoscono il Brunello circa 17,3 milioni di persone, il 20% dei consumatori di vino, contro quasi il 50% di Bordeaux e Borgogna. La denominazione toscana trasforma però la conoscenza in acquisto nel 46% dei casi, contro valori intorno al 20% per i due competitor francesi. In Italia la notorietà raggiunge invece i due terzi degli intervistati, ma soltanto un conoscitore su cinque arriva all'acquisto, evidenziando un potenziale ancora ampio da tradurre in consumo.

"I dati sui due mercati principali per la nostra denominazione – ha detto il presidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino, Giacomo Bartolommei – ci indicano due diverse priorità: ampliare la conoscenza del Brunello negli Usa e favorirne la scelta in Italia, facendo leva, in entrambi i Paesi, sulla particolare attrattività della denominazione presso i giovani adulti. Anche per questo, tra i Paesi obiettivo della nostra promozione nel 2027, figurano la tappa di Benvenuto Brunello a New York (a febbraio) oltre ad attività di promozione nel corso di fiere statunitensi. Lato Italia, saranno incrementate le iniziative in alcune città considerate strategiche".

Realizzato nell'ambito dell'intervento SRG10 "Promozione dei prodotti di qualità" del Complemento per lo sviluppo rurale della Toscana 2023-2027, cofinanziato con il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (Feasr).

A Benvenuto Brunello (Montalcino, 19-23 novembre), sono cinque le giornate di degustazioni con 116 aziende con il Brunello 2022, il Brunello Riserva 2021 e il Rosso di Montalcino 2025 pronti al debutto nel calice. Ad aprire la manifestazione (19 e 20 novembre), la stampa nazionale e internazionale e gli operatori selezionati; l'anteprima prosegue nei giorni successivi con l'apertura dei banchi di assaggio con anche i produttori e i *wine lover*. Il 25 novembre, infine, l'anteprima si sposta a Londra per l'edizione inglese destinata a stampa e operatori.

****Analisi realizzata dall'Osservatorio Uiv e basata su varie fonti (Iwsr, NielsenIQ, SipSource-WSTA, US Census)*

Info e biglietti: https://www.benvenutobrunello.com/

***Sponsor Benvenuto Brunello 2026**: Acqua San Felice; Amorim; Banca Centro; Banca Finint; Banca Monte dei Paschi di Siena; Banco Bpm; Bernino; Chianti Banca; Fieramente; Frantoio di Montalcino; Gruppo E; Intesa San Paolo; Isvea; Italesse; Klaus Pauscha – Intercap; Mulino Val d'Orcia; Pampaloni; Pandolfini; Papini; Pianigiani Bags; Pulltex; Scat; Smeg Professional; Trecieffe; Terrecablate; Unicredit; Vason Group; Vetruria; Wino; Illy Caffè; Istituto Artusi.*

Ufficio stampa Consorzio del Brunello di Montalcino – Ispropress:
Benny Lonardi (393.4555590 – direzione@ispropress.it; Sara Faroni (328.6617921 – ufficiostampa@ispropress.it).

Realizzato nell'ambito dell'intervento SRG10 "Promozione dei prodotti di qualità" del Complemento per lo sviluppo rurale della Toscana 2023-2027, cofinanziato con il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (Feasr).